

Br.	Originalni tekst iz Analize	Komentari CT	Komentar Agencije
1.	<p>U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore da podižu cijene svojih usluga. Vezano za tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva, za razliku od tržišta završavanja (terminacije) poziva, operatori nisu u mogućnosti povećavati cijenu svojih tarifnih paketa za postapaid korisnike i prepaid korisnike iz razloga što je velika vjerovatnoća da će korisnici, vidjevši više cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora.</p> <p>Posljedično, navedeno povećanje cijene za operatore neće biti profitabilno iz razloga što viši prihod od maloprodajnih cijena neće pokriti gubitke koji će nastati zbog manje baze korisnika odnosno prelaska vlastitih korisnika na ostale operatore mobilnih mreža koji posluju na tržištu.</p> <p>Na osnovu prethodno navedenog, vidljivo je da su pristup mreži i usluga odlaznih poziva sastavni dio istog tržišta iz čega proizlazi da se svaka pojedina mobilna mreža ne može, kao kod tržišta završavanja (terminacije) poziva, smatrati odvojenim tržištem već da su sve mreže zajedno sastavni dio istog tržišta.</p>	<p>Iz navedenog se nedvosmisleno zaključuje da je maloprodajno tržište odlaznih poziva veoma konkurentno tržište, jer je zaključeno da „operatori nisu u mogućnosti povećavati cijenu svojih tarifnih paketa za postapaid korisnike i prepaid korisnike iz razloga što je velika vjerovatnoća da će korisnici, vidjevši više cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora“.</p>	<p>Kako je u relevantnim Smjernicama Evropske komisije i navedeno, prije definisanja dimenzije usluga i geografske dimenzije veleprodajnih tržišta, potrebno je utvrditi zamjenjivost na strani potražnje na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizlazi potražnja za uslugama na veleprodajnom nivou, a u ovom slučaju potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.</p> <p>Polazna tačka za identifikaciju tržišta je sprovođenje postupka definicije maloprodajnog tržišta, u smislu razmatranja stepena supstitutivnosti relevantne usluge sa aspekta tražnje i ponude, nakon čega se pristupa postupku identifikacije i definisanja relevantnog veleprodajnog tržišta, u skladu sa Recitalom 7 Preporuke o relevantnim tržištima usluga iz 2003.god. Iako je evidentno da su predmetno veleprodajno i odgovarajuće maloprodajno tržište međusobno povezana tržišta, ipak se radi o suštinski različitim tržištima u pogledu karakteristika i cijena relevantnih usluga. Agencija je to i imala u vidu kod analize, tj ocjene stepena konkurentnosti na relevantnom veleprodajnom tržištu.</p>
2.	<p>a) Neupravljeni pozivi putem internetskog protokola (VoIP) kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama</p> <p>Usluga prenosa govora putem Internet Protokola (VoIP), obuhvaća sve vrste prenosa govora putem Internet Protokola, a koje mogu biti upravljane i neupravljanje. U slučaju „nevođenih/neupravljanih“ (eng. <i>non-managed</i>) poziva govori se o usluzi prenosa govora koja se pruža putem Internet protokola, ali koja u isto vrijeme u jednom svom dijelu prolazi kroz javni Internet (eng. <i>VoIP</i>) i kao</p>	<p>Na osnovu aktuelnog trenda rasta broja poziva posredstvom aplikacija globalnih internet provajdera, Skype, Viber, WhatsApp, Face time i dr, zaključujemo da kvalitet usluge nije od presudnog značaja za korisnike ili nekorisćenje ove usluge . Zbog kvaliteta usluge korisnici se uobicajeno opredijele da promijene aplikaciju koju koriste za neku drugu od raspoloživih aplikacija globalnih internet provajdera . To je očigledno iz svakodnevnog života i poznato je kako stručnoj tako i javnosti uopšte da je ogroman porast korisnika tih usluga .Zbog navedenog , Crnogorski Telekom se ne slaže sa zaključkom da se VoIP pozivi ne mogu smatrati supstitutom pozivima koji potiču iz</p>	<p>Agencija ostaje pri stavu da Neupravljeni pozivi putem internet protokola (VoIP) nema zagarantovani kvalitet pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži, isto tako korisnici VoIP usluge mogu međusobno komunicirati samo ukoliko su konektovani na Internet i koriste istu istu aplikaciju, pa u obzir treba uzeti i dostupnost korisnika, te takve usluge <i>ne predstavljaju zamjensku uslugu pozivima započetim u pokretnim mrežama.</i></p>

	<p>takva nema zagarantovani kvalitet. Prilikom analize zamjenjivosti potražnje na maloprodajnom nivou važno je napomenuti da navedena usluga nema zagarantovani kvalitet pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži, i kao takva <i>ne predstavlja zamjensku uslugu</i> pozivima započetim u mobilnim mrežama.</p>	<p>fisnih mreža, već naprotiv oni to jesu u punom smislu te riječi.</p> <p>Ako govorimo jezikom brojki navescemo podatke iz saopštenja Zavoda za statistiku Crne Gore iz oktobra 2014 godine o istraživanju „Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Crnoj Gori” , gdje stoji da oko 60% ljudi u Crnoj Gori koristi Internet, kao i da medju aktivnostma koje su ispitanici najčešće preduzimali putem Interneta u privatne svrhe su telefoniranje putem Interneta/video razgovori, čak njih 80,5%. Takođe, prema raspoloživim informacijama iz 2013.godine broj Viber korisnika je iznosio 200 miliona u 193 zemlje tako da smramo da ove cinjenice nepobitno govore u prilog naseg stava te da se ne može zanemarivati postojeća stvarnost .</p>	
<p>3.</p>	<p>Tržište „Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža“, koje je na osnovu stare Preporuke o relevantnim tržištima bilo smješteno na 15. mjestu od 18 relevantnih tržišta koja su bila navedena u toj Preporuci, nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima. Na osnovu navedenog Agencija može prethodno regulisati navedeno tržište jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena sljedeća tri kriterijuma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne i regulatorne prirode; 2) struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine; 3) primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu. 	<p>Kao što je to u periodu od prve analize ovog tržišta do danas, više puta potvrđeno rješenjima i presudama nadležnih instuitucija, a što nedvosmisleno proizilazi i iz ovog člana nacрта analize, jasno je sljedeće:</p> <p>1.Agencija može regulisati VELEPRODAJNO tržište pristupa i originacije poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, ako dokaže da su NA TOM TRŽIŠTU zadovoljena tri navedena kriterijuma.</p> <p>1.Agencija je test tri kriterijuma sproveda na potpuno drugom tržištu, tj. utvrđivala je zadovoljenost tri kriterijuma na MALOPRODAJNOM tržištu odlaznih poziva.</p> <p>Smatramo da je MALOPRODAJNO tržište odlaznih poziva u Crnoj Gori izuzetno konkurentno, što je i agencija u člano 2.1.2.1 potvrdila. Bez obzira na gore navedeno, predmet testa tri kriterijuma nije i ne može biti MALOPRODAJNO tržište, već VELEPRODAJNO. Agencija može posebnom analizom (a ne ovom) utvrditi da je maloprodajno tržište nekonkurentno, pa odlučiti da nametne mjere regulacije na veleprodajnom tržištu.</p> <p>2. Međutim, Agencija se u procesu testiranja tri kriterijuma uopšte ne bavi tržištem koje analizira pa je nemoguće konstatovati da li isto zadovoljava ili ne zadovoljava ispunjenost tri kriterijuma.</p> <p>Dakle, smatramo da ispunjenost tri kriterijuma na predmetnom tržištu nije ni analizirana, pa ni rezultati ne mogu biti proglašeni pozitivnim ili negativnim.</p>	<p>Kao što je navedeno u odgovoru na vaš komentar pod brojem 1, Agencija je sproveda postupak definicije tržišta u skladu sa relevantnim Smjernicama Evropske komisije, na način da se kod definisanja veleprodajnih tržišta, prvo utvrđuje zamjenjivost na strani potražnje na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizilazi potražnja za uslugama na veleprodajnom nivou, a u ovom slučaju potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.</p> <p>Asocijacija evropskih regulatora (ERG) u svom Izvještaju o konceptu samosnadbijevanja(eng.self supply) od marta 2010.godine navodi da se u slučajevima kada operatori ne pružaju usluge na veleprodajnom nivou već samo koriste za sopstvene potrebe (eng. <i>self supply</i>) tj za potrebe svog maloprodajnog sagementa, potrebno je analizirati tzv. zamišljeno tržište. Agencija je u definiciji tržišta uključila usluge pristupa i originacije poziva za sopstvene potrebe., iz tog razloga su korišćeni i podaci koji se odnose na maloprodajni segment u postupku dokazivanja uslova testa tri kriterijuma i analize tržišta.</p> <p>Agencija nije napravila Test tri kriterijuma na</p>

			maloprodajnom tržištu mobilne telefonije, već je koristila podatke za izvođenje zaključaka kojima se potvrđuje ispunjenost uslova Testa na predmetnom Veleprodajnom tržištu.
4.	Karakteristike relevantnog tržišta koje su predmet razmatranja su važne pri odabiru metodologije za mjerenje tržišnih udjela. S obzirom da je veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva tzv. zamišljeno tržište, koje ne postoji u komercijalnom smislu već se po definiciji ovog tržišta sastoji isključivo od usluga samosnadbijevanja operatora (eng. Self supply), Agencija je kod provjere ispunjenosti uslova iz drugog kriterijuma koristila podatke koji se odnose na odgovarajuće maloprodajno tržište jer je samo na osnovu njih mogla izvesti zaključke o tome da li struktura tržišta teži efikasnoj konkurenciji. U tom smislu, Agencija je analizirala dinamiku tržišta mobilne telefonije, simetričnost tržišnih učešća kao i stepen penetracije u mobilnoj telefoniji.	Pokušaj da se veleprodajno tržište izjednači sa uslugom samosnadbijevanja, nikako ne može doprinijeti da se prevaziđu svi strukturni i proceduralni propusti prilikom sprovođenja ove analize u periodu od prve analize ovog tržišta pa do danas. Naime, opet je neophodno analizirati konkurentnost veleprodajnog, a ne maloprodajnog tržišta. Tu analizu je jednostavno nemoguće sprovesti sve dok je veleprodajno tržište "zamišljeno". Regulacija ovog tržišta može biti samo sprovedena kao mjera donesena na osnovu analize postojećeg (nezamišljenog) maloprodajnog tržišta nakon što isto prođe test 3 kriterijuma.	Agencija je definisala ovo veleprodajno tržište u skladu sa relevantnim preporukama i evropskom praksom regulatora koji su analizirali predmetno tržište. Svi regulatori su u definiciju uključili pružanje usluga za soptvene potrebe. Na navedeno upućuje i dokument Asocijacije evropskih regulatora (ERG) u svom Izvještaju o konceptu samosnadbijevanja (<i>eng.self supply</i>) od marta 2010.godine Analogno tome, stepen konkurentnosti se u slučaju veleprodajnog tržišta, koje ne postoji u komercijalnom smislu već se po definiciji ovog tržišta sastoji isključivo od usluga samosnadbijevanja operatora (eng. Self supply), ocjenjuje na osnovu podataka i zaključaka koji se odnose na odgovarajuće maloprodajno tržište.
5.	U vezi sa relevantnim tržištem „ Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža “ odlučeno je da se tržišni udjeli na nivou veleprodaje određuju na osnovu tržišnih udjela na nivou maloprodaje, tj. u odnosu na broj korisnika, pri čemu se koriste i tržišni udjeli po osnovu obima saobraćaja i poslovnih prihoda.	Opet, ne može se tek tako "odlučiti" da se tržišni udjeli i uopšte tržište veleprodaje testira na osnovu testa maloprodajnog tržišta. Ova analiza ne treba da testira barijere za ulazak na maloprodajno tržište, jer to u ovom slučaju nije relevantno. Predmet testa je veleprodajno tržište gdje ne postoji nekonkurentnost, tj. Mogućnost da neki od postojećih operatora počne sa pružanjem usluga na veleprodajnom nivou.	U odsustvu komercijalnih aktivnosti na veleprodajnom nivou, struktura ponude na veleprodajnom nivou se utvrđuje na osnovu podataka o tržišnim učešćima na maloprodajnom nivou, tj. na osnovu internih transfera maloprodajnom segmentu od strane vertikalno integrisanih mobilnih operatora. Kao potvrda ispravnosti ovog pristupa je izvod iz mišljenja Evropske komisije u postupku notifikacije Analize ovog relevantnog tržišta koju je tokom 2013. godine sproveo mađarski regulator (NHH): "Činjenica da ne postoje komercijalne aktivnosti na veleprodajnom nivou ne isključuje mogućnost analize ovog relevantnog tržišta. Odsustvo ovih aktivnosti ukazuje da je ponuda na ovom relevantnom tržištu, kako je i definisano od strane regulatora NHH, u cjelini obuhvaćena internim transferima vertikalno integrisanih operatora sopstvenim maloprodajnim segmentima. Dakle, struktura ponude na veleprodajnom nivou (tj. tržišni udjeli operatora na relevantnom tržištu)

			se izvodi na osnovu ponude na maloprodajnom nivou".
6.	<p>Nadalje, na bazi niskog broja prenesenih broja u mobilnoj telefoniji, Agencija zaključuje da su operatori zadovoljni sa svojom pozicijom na tržištu, odnosno tržišnim udjelom, odnosno da ne postoji efikasna konkurencija.</p> <p>Novi tekst: Nadalje, nizak broj prenesenih brojeva u mobilnoj telefoniji, ukazuje na percepciju korisnika da operatori imaju slične ponude i da ne postoji efikasna konkurencija.</p>	Nizak nivo korišćenja usluge prenosivosti ne zavisi od toga da li su operatori zadovoljni svojom pozicijom, već od toga da li su korisnici zadovoljni uslugama svojih operatora. S tim uvezi, zaključak bi trebalo da bude suprotan.	Agencija će preformulisati tekst Analize na koji se ovaj komentar odnosi, i ostaje pri mišljenju da mali broj prenesenih brojeva ukazuje na percepciju korisnika da operatori imaju slične ponude i da ne postoji efikasna konkurencija
7.	<p>Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou, pri čemu nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog operatora, ukazuje da stanje na relevantnom tržištu ne teži efikasnoj konkurenciji. Nezainteresovanost potencijalnih novih operatora je uslovljena i nepostojanjem mogućnosti upotrebe radiofrekvencijskog spektra. S obzirom da postojeća tri operatora već posjeduju sopstvenu mrežu koja pokriva skoro cijelu Crnu Goru, sa približno stabilnim brojem korisnika, novi operator bi morao da isključivo koristi mrežu postojećih operatora za pružanje usluga.</p> <p>Novi tekst: Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou. Agencija je konkretno analizirala tržišna učešća u odnosu na broj korisnika, obim saobraćaja i u odnosu na prihode od mobilne telefonije i dokazala stabilnost tržišnih učešća. Takođe, Agencija je konstatovala da ni usluga prenosivosti brojeva nije dala željene efekte, jer nije imala za rezultat značajno migriranje korisnika. Sve ovo ukazuje da predmetno relevantno tržište ne teži efikasnoj konkurenciji.</p>	<p>Vrlo problematična konstatacija po našem mišljenju.. Nezainteresovanost četvrtog operatora za ulazak na tržište sa ovako malim brojem korisnika i rekordnom penetracijom se prije može objasniti izuzetnom konkurentnošću na istom, nego obratno.</p> <p>Da tržište nije konkurentno i da ne postoji utakmica u cjenovnom i kvalitativnom segmentu pružanja usluga vjerovatno bi postojala zainteresovanost novih operatora da iskoriste takvu situaciju i preuzmu dio tržišta. Ovo je predmet testa prvog kriterijuma</p>	Agencija će preformulisati tekst Analize na koji se ovaj komentar odnosi, ali Agencija ostaje pri stavu kod provjere ispunjenosti uslova drugog kriterijuma utvrđeno je da su postojeći operatori zadovoljni sa svojom pozicijom na tržištu, te da su tržišni udjeli stabilni već duži vremenski period. Imajući u vidu da crnogorsko tržište mobilne telefonije ima karakteristike zrelog tržišta kao i stepen penetracije u mobilnoj telefoniji, očigledni su motivi postojećih operatora da očuvaju stabilnost tržišta i maksimiziraju svoje prihode ograničavajući mogućnost ulaska potencijalnih operatora.
9.	<i>Shodno navedenom, Agencija smatra da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža postoje visoke i trajne barijere za razvoj efikasne tržišne konkurencije i da je ispunjen drugi kriterijum.</i>	Apsolutno se ne slažemo sa ovim zaključkom. Kao što smo i naveli, Agencija u cijelom ovom dijelu analize poistovjećuje razvoj efikasne konkurencije sa ulaskom 4-og operatora na tržište!?! Onda bi se sva tržišta globalno na koja u posljednjih par godina nije ušao novi operator mogla proglasiti nekonkurentnim. Nije analiziran trenutni nivo efikasnosti konkurencije (cjenovna kretanja i sl.) odnosno da li postoje barijere	S obzirom da je veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva tzv. zamišljeno tržište, koje ne postoji u komercijalnom smislu već se po definiciji ovog tržišta sastoji isključivo od usluga samosnadbijevanja operatora (eng. Self supply), Agencija je koristila podatke koji se odnose na odgovarajuće maloprodajno tržište jer je samo na osnovu njih mogla izvesti

		<p>za sticanje tržišnog udjela? Tržišni udio može biti relativno stabilan i u odsustvu barijera. Agencija nije pokazala ni dokazala nijednu barijeru koja bi uticala na razvoj konkurencije među postojećim operatorima u maloprodaji.</p> <p>Smatramo da ovaj kriterijum nije ni analiziran jer apsolutno nikakva analiza konkurentnosti trenutnog maloprodajnog tržišta nije data.</p> <p>Po našem mišljenju, sprovedena analiza upućuje na dijametralno različit zaključak a to je da je maloprodajno tržište mobilne telefonije izuzetno konkurentno. O veleprodaji, naravno ne može biti ni riječi jer je kao što je i sama konstatovala, ovo tržište "zamišljeno".</p>	<p>zaključke o tome da li veleprodajno tržište koje je predmet ovog testa, teži efikasnoj konkurenciji.</p> <p>Drugi kriterijum je dinamički kriterijum odnosno na osnovu tog kriterijuma Agencija je u mogućnosti odrediti je li tržište u određenom vremenskom razdoblju teži djelotvornom tržišnom nadmetanju. Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou, pri čemu nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog operatora, ukazuje da stanje na relevantnom tržištu ne teži efikasnoj konkurenciji..</p>
10.	<p>Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, propisi o zaštiti konkurencije odnosno ex post regulacija ne omogućavaju na odgovarajući način otklanjanje nedostataka na tržištu.</p> <p><i>U skladu s navedenim, Agencija zaključuje da je treći kriterijum zadovoljen.</i></p>	<p>Smatramo da je ovaj zaključak ne stoji jer je kaznena politika propisana Zakonom o zaštiti konkurencije izuzetno efikasan mehanizam i bez obzira što po svojoj prirodi jeste ex post regulacija u suštini itekako predstavlja ex ante regulaciju jer preventivno djeluje. Zaključak ne stoji -prema prethodnim komentar</p>	<p>U vezi sa problemom neefikasne konkurencije koji proizilaze iz razloga prisustva barijera ulasku operatora i činjenice da tržište ne teži razvoju efikasne konkurencije u periodu do naredne analize relevantnog tržišta, Agencija smatra da regulatorne ex ante obaveze mogu biti efikasnije nego ex post sankcije da se spriječe poremećaji na tržištu i na taj način obezbijedi konkurentna tržišna utakmica. Nadalje, regulatorna obaveza pristupa se ne može nametnuti mjerama koje proističu iz Zakona o zaštiti konkurencije.</p> <p>Ovakvo stanovište je dodatno potvrđeno od strane Agencije za zaštitu konkurencije, tj. dobijeno je pozitivno mišljenje na Testove tri kriterijuma sprovedenim na relevantnim tržištima (dopis 02-54/4 od 10.06.2015.)</p>
11.	<p>Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 3.1., 3.2. i 3.3. ovog dokumenta, relevantno veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža je podložno ex ante regulaciji i to iz razloga što su kumulativno zadovoljena sva tri kriterijuma shodno članu 65 ZEK-a.</p> <p>U skladu s navedenim, odnosno činjenicom da je Agencija utvrdila da su ispunjeni svi uslovi iz Testa tri kriterijuma, odnosno da je tržište podložno ex ante regulaciji, nastaviće se postupak analize tržišta</p>	<p>Nijedan test nije napravljen na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.</p> <p>Iz tog razloga, nijedan zaključak koji je donijet ne može se odnositi na ovo tržište.</p> <p>I sama analiza maloprodajnog tržišta ima mnogo kontradiktornosti, a posebno pri testiranju drugog kriterijuma, koje po našem mišljenju uopšte nije ni urađeno.</p> <p>Zaključuje se da se nijesu stekli uslovi za ex ante regulaciju na ovom relevantnom tržištu.</p>	<p>Predmet analize je Analiza veleprodajnog tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža u Crnoj Gori, te ne stoji komentar da nijedan test nije napravljen na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i sama analiza nema kontradiktornosti niti ih sam operator navodi u komentarima.</p> <p>Nepostojanje komercijalnih aktivnosti na veleprodajnom nivou, ne isključuje mogućnost analize relevantnog veleprodajnog tržišta. U</p>

	koji uključuje procjenu prisustva operatora sa značajnom tržišnom snagom, utvrđivanje svih postojećih i potencijalnih prepreka razvoju efikasne konkurencije, kao i određivanja proporcionalnih i adekvatnih regulatornih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom.		odsustvu komercijalnih aktivnosti na veleprodajnom nivou, struktura ponude na veleprodajnom nivou se utvrđuje na osnovu podataka o tržišnim učesnicima na maloprodajnom nivou, tj. na osnovu internih transfera maloprodajnom segmentu od strane vertikalno integrisanih mobilnih operatora.
12.	Na veleprodajnom nivou ne postoji elastičnost tražnje jer je tražnja interna. Kako ne postoje operatori koji imaju pristup servisima drugih operatora zato promjene u cijeni pristupa i usluga nemaju uticaja zato što je promjena određena interno. Zbog nedostatka elastičnosti tražnje stvoreni su uslovi za zajedničku koordinaciju operatora.	Kao što je konstatovano, “na veleprodajnom nivou ne postoji elastičnost tražnje“pa ona ne može biti proglašena ni niskom ni visokom, jer ne postoji. A uticaj veleprodajnih cijena na maloprodaju (samosnadbijevanje) i prevencija zajedničke koordinacije se ostvaruje jednom od raspoloživih metoda regulacije maloprodajnog tržišta	Operator se slaže da na veleprodajnom tržištu ne postoji elastičnost tražnje jer je tražnja interna jer ne postoje operatori koji imaju pristup servisima drugih operatora pa promjene u cijeni pristupa i usluga nemaju uticaja.
13.	Na tržištima na kojima je HHI između 1000 i 1800 smatra se da je to tržište umjereno koncentrisano, a tržišta kod kojih je ovaj index viši od 1800 smatra se da je to tržište visoko koncentrisao.	Molimo Agenciju da prezentuje primjer tržišnih udjela na tržištu sa 3 operatora koji može da rezultira sa vrijednošću HHI između 1000 i 1800.	Za mjerenje stepena koncentracije tržišta ali i za sagledavanje prirode konkurencije između operatora na konkretnom tržištu u određenom vremenskom trenutku mogu se koristiti različiti statistički i ekonometrijski metodi, među kojima se prema preporuci OECD-a najčešće koriste Herfindahl-Hirschman indeks koncentracije (HHI) i indeks koncentracije (Concentration ratio - CRn). Herfindahl-Hirschman indeks (HHI) predstavlja mjeru veličine operatora u odnosu na sektor i pokazuje prirodu konkurencije između operatora u sektoru. Generalni zaključak u vezi sa HHI indeksom je da on predstavlja grubi indikator konkurentskih uslova i da je uglavnom statički indikator, koji objašnjava situaciju u određenom vremenskom momentu. Imajući u vidu navedeno, primjena HHI indexa u ovom kriterijumu nije bila opredeljujuća za zaključak po tom kriterijumu

<p>14.</p>	<p>Potencijalnim ulaskom novog operatora broj operatora bi se povećao na 4 i smanjio bi se posmatanii udio ali bi tržište i dalje bilo visoko koncentrisano.</p> <p>Agencija smatra da visoka koncentracija podstiče koordiniranu praksu sva tri operatora. Osim toga zbog ovakve raspodjele na tržištu svi operatori bi imali prilično koristi zbog koordinirane prakse.</p>	<p>Jasno je da HHI indeks ne može biti relevantan u ovom slučaju. HHI indeks se može uzeti u obzir (i uzima se) kod određivanja koncentracije na tržištima na kojima ima mnogo učesnika (>10), a ne koristi se za mobilna tržišta gdje ima u prosjeku 2-4 operatora.</p> <p>Konkretno, mobilni operatori nisu ni krivi ni zaslužni za činjenicu da je broj mobilnih operatora u Crnoj Gori takav kakav je, odnosno 3. Ovaj broj zavisi od Agencije i zainteresovanosti drugih operatora.</p> <p>Dakle, Agencija koristi HHI model uz konstataciju da je tržište koncentrisano ako je on veći od 1800, a on u idealnom slučaju u postojećem stanju stvari može biti 3333!? Sudeći po tome, ovdje se Agencija ne bavi pitanjem da li je naše tržište konkurentno već opštim opservacijama da li neko tržište koje ima samo tri operatora uopšte može biti konkurentno. Jedini način da se ovaj kriterijum zadovolji je da u Crnoj Gori imamo tržište sa 6 mobilnih operatora!?</p> <p>Iz navedenih razloga, korišćenu metodologiju odbacujemo kao potpuno nerelevantnu u ovom slučaju.</p>	<p>Saglasno članu 68 stav 2 Zakona o elektronskim komunikacijama, Agencija je prilikom procjenjivanja da li dva ili više operatora imaju značajnu tržišnu snagu primjenila sljedeće kriterijume: nisku elastičnost tražnje; sličnost tržišnih udjela, visoke pravne ili ekonomske barijere za ulazak na tržište, vertikalnu integraciju uz udruženo odbijanje pružanja usluga, nedostatak kompenzacione kupovne moći i nedostatak potencijalne konkurencije. U okviru kriterijuma sličnost tržišnih udjela Agencija je uvela i kriterijume Fokus koordinacije, Simetrija i Tržišno učešće. U okviru ovog kriterijuma Agencija je analizirala tržišno učešće operatora po broju korisnika, ostvarenom saobraćaju i prihodima. Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou, pri čemu nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog operatora, ukazuje da stanje na relevantnom tržištu ne teži efikasnoj konkurenciji. Uz to dodatno je je analiza koncentracije tržišta. Koncentracija mjeri zajednički tržišni udio jedne ili više firmi u jednu mjeru. Opšte prihvaćena mjera tržišne koncentracije je Herfindal –Hiršmanov index (HHI), i primjena ovog indexa u ovom kriterijumu nije bila opredeljujuća za zaključak po tom kriterijumu</p>
<p>15.</p>	<p>Na osnovu ove analize Agencija procjenjuje da ova tržišna struktura omogućava koordinirane aktivnosti i zaključuje da na ovom tržištu operatori Telenor doo Podgorica, T-Com AD Podgorica i MTel doo Podgorica imaju značajnu tržišnu snagu.</p>	<p>Smatramo da se cijela analiza, pa i njen zaključak, ne odnose na tržište koje je predmet analize i da na zamišljenom tržištu (kako ga Agencija definiše) niko ne može da ima značajnu tržišnu snagu.</p>	<p>Predmetna analiza se odnosi na veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.</p>

16.	<p>1) omogućiti pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nisu aktivni i/ili da obezbijedi pristup lokalnoj petlji, radi omogućavanja izbora i/ili predizbora operatora i/ili ponuda za preprodaju pretplatničkih linija;</p>	<p>Smatramo da se odredba člana 75 stav (2) tačka 2) Zakona o elektronskim komunikacijama koja definiše ovo pitanje, po samoj terminologiji koja se koristi u toj odredbi, odnosi na fiksnu mrežu, inače se postavlja pitanje šta bi se podrazumijevalo pod lokalnom petljom u mobilnoj telefoniji i kako se obezbjeđuje preprodaja pretplatničkih linija?</p> <p>Takođe, nametanje obaveze izbora operatora u mobilnim mrežama predstavlja presedan. Prema našim saznanjima, ova usluga trenutno ne postoji i nije nametnuta od strane nijednog regulatornog organa u svijetu.</p> <p>U zemljama u kojima je u početnom stadijumu razvoja mobilnih komunikacija bila nametnuta ista je u međuvremenu ukinuta kao neuspješna, nepraktična, neefikasna i pretjerana mjera.</p>	<p>Predmetnom odredbom Zakona se daje mogućnost Agenciji da operatoru sa značajnom tržišnom snagom propiše mjeru da omogućiti uslugu izbora i/ili predizbora operatora i/ili ponuda za preprodaju pretplatničkih linija, a to se omogućava tako što taj operator omogućava pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nisu aktivni i/ili da obezbijedi pristup lokalnoj petlji. S obzirom da odredba ima alternativni karakter to se za mobilne operatore servis izbora i/ili predizbora omogućava pristupom posebnim djelovima mreže.</p> <p>Kao što je i operator primijetio, radi se o odredbi iz Zakona o elektronskim komunikacijama i kao takvu je Agencija i primjenjuje.</p> <p>U vezi komentara Crnogorskog Telekom-a da je obaveza izbora i/ili predizbora oper nametnuta samo u početnoj fazi regulacije od strane malog broja regulatora, navodimo da je MCA regulator iz Malte proisao ovu obavezu nakon sprovedene analize ovog tržišta 2006 godine a da je istu ukunuo nakon što sproveo ponovnu analizu 2012 godine i konstatovao da je tržište konkurentno.</p>
17.	<p>Referentna ponuda mora biti jasno definisana, i sadržati slijedeće elemente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Opšte odredbe koje se tiču predmeta ponude, primjenu i važenja ponude; 2) Pregled i opis usluga; 3) Cijene i popuste odnosno principe njihovog određivanja, obračun i naplata usluge; 4) Detaljno objašnjen postupak procesa, naručivanja, ugovaranja i realizacije usluge 5) Odgovornost, kvalitet usluge i održavanje; 6) Povjerljivost informacija i poslovna tajna; 7) Postupak rješavanja sporova; 8) Dodaci (definicije pojmova, kontakti, pristupne tačke, tehnički standardi, postupak testiranja ...). 	<p>Ovdje želimo da istaknemo dva, po našem mišljenju, bitna momenta:</p> <p>1. Kada je u pitanju veleprodajna usluga pristupa (nacionalni roaming, pristup virtuelnim operatorima) nije sporno da agencija može, pod uslovom prethodnog adekvatno sprovedenog postupka, nametnuti ove obaveze.</p> <p>Međutim, neracionalan je zahtjev za objavljivanjem Referentne ponude za ove usluge i to iz dva razloga.</p> <p>1) Prvi je praktične prirode i sastoji se u tome da postoji mnogo različitih vrsta aranžmana između korisnika i pružalaca ove dvije usluge. Korisnik ovih usluga uvijek dizajnira zahtjev prema svojim potrebama, a ne prema referentnoj ponudi.</p> <p>Posebno kada je u pitanju MVNO, lepeza zahtjeva može varirati u širokom obimu i uključivati različit obim i sadržaj usluga koji MVNO traži od MNO-a. Ne</p>	<p>Agencija može, shodno članu 71. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu naložiti da objavi podatke o uslugama pristupa i/ili interkonekcije, kao što su: računovodstveni podaci, tehničke specifikacije, karakteristike mreže, uslovi korišćenja i cijene usluga. Referentna ponuda mora biti u skladu sa objektivnim mogućnostima postojećih operatora i objektivnim potrebama drugih operatora i dovoljno raščlanjena tako da drugi operatori, koji žele određenu uslugu, ne moraju dodatno plaćati mogućnosti koje nisu potrebne za pružanje zahtjevanje usluge. Ponuda mora sadržati spisak usluga koje su raščlanjene u skladu sa potrebama ostalih operatora i sa njima</p>

		<p>postoji mogućnost da dokument u vidu RP-a opiše sve vrste zahtjeva koje MVNO može da ima prema MNO-u, a još manje uslove pod kojima MNO može da odgovori na različite sadržaje tih zahtjeva.</p> <p>2) Objavljivanjem uslova u Referentnoj ponudi, ograničava se konkurencija između postojećih MNO-a iz razloga što nema komercijalnih pregovora više operatora sa MVNO-om ili korisnikom nacionalnog roaming-a. MNO-i treba da budu konkurentni u smislu sposobnosti da u konkretnom slučaju ponude najkompletniju uslugu pod napovoljnijim uslovima. Izvesti to u RP-u je nemoguće i nije svrsishodno ni sa stanovišta Agencije.</p> <p>UPOREDNA PRAKSA:</p> <p>Međunarodna praksa pokazuje da ogromna većina NRA daje prednost komercijalnim pregovorima, umjest čvrstoj regulaciji.</p> <p>Dakle, ogromna većina zemalja i u regionu i u EU uopšte ne reguliše ovo tržište jer ga smatra dovoljno konkurentnim (Njemačka, Danska, Finska, Slovačka, Hrvatska itd). Izgled tržišta i HHI je u ovim zemljama skoro isti ili isti kao u Crnoj Gori. U svim ovim zemljama MNO-ima se nameće obaveza da prihvate svaki razumni zahtjev za MVNO pristup ili nacionalni roaming i agencija podstiče operatore da nađu komercijalni sporazum u određenim rokovima (45-90 dana). Ukoliko se komercijalni dogovor ne postigne ni sa jednim MNO-om (a to nije bio slučaj ni u jednoj od ovih zemalja) Agencija ima pravo da nametne "retail minus" ili "troškovni model".</p>	<p>povezanim uslovima, u skladu sa potrebama drugih operatora uključujući i cijene i popuste ili način njihovog određivanja.</p> <p>Agencija naglašava da je Referentna ponuda dokument koji je podložan izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju. Ako Referentna ponuda ne odgovara Zakonu o elektronskim komunikacijama ili uslovima na tržištu, nakon sprovedene javne rasprave, Agencija može Rješenjem narediti njenu izmjenu u roku od 30 dana. Takođe, operator može i sam inicirati izmjenu Referentne ponude.</p> <p>U vezi komentara koji se odnosi na uporednu praksu, Agencija ističe da u većini evropskih država postoji mobilni virtuelni operatori te da regulatori nijesu imali potrebe za analizom ovog relevantnog tržišta, pa samim tim ni za nametanjem obaveza pristupa i primjene propisanog metoda regulacije cijena. Takođe, imajući u vidu iskustva u komercijalnim pregovorima oko korišćenja telekomunikacione kablovske kanalizacije Agencija se odlučila na ovu mjeru, a kako je i u samom komentaru navedeno Agencija ima pravo da nametne „ troškovni model“ što je i primjenjivala nakon prvog kruga analize ovog tržišta.</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

18	<p>U skladu sa rješenjem Agencije od 10.05.2012. godine nakon sprovedenog prvog kruga analize ovog relevantnog tržišta, mobilni operatori kao operatori sa sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom Veleprodajnom tržištu pristupa i originacije poziva iz javnih mobilnih mreža, objavili su Referentne ponude na svojim sajtovima.</p>	<p>MVNO i nacionalni roaming nijesu crno-bijela slika koja može biti ista za svakog klijenta i unaprijed opisana do detalja u referentnim ponudama. Kreiranje ugovornog odnosa sa MVNO-om ili korisnikom nacionalnog roaminga je vrlo komplikovan i kreativan zadatak u kojem učestvuju obje strane. Zato, ne treba podređivati sadržinu formi i zahtjevati nešto što niko nigdje nije zahtjevao.</p> <p>S obzirom na navedeno, predlažemo da se ova obaveza ukine. Same aranžmane po pitanju obima, nivoa i sadržaja ugovornih odnosa sa MVNO-ima ili korisnicima nacionalnog roaming treba prepustiti tržišnoj utakmici i adaptirati ih konkretnim zahtjevima koji budu dolazili sa tržišta. Ukoliko zainteresovana strana ne postigne sporazum sa MNO-ima sa kojima je pregovarala na komercijalnoj osnovi, Agencija može da odredi obaveze po osnovu nekog od modela (troškovni, retail minus, benchmark isl).</p>	<p>Kao i u odgovoru na prethodni komentar, Agencija naglašava da je Referentna ponuda dokument koji je podložan izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju. Ako Referentna ponuda ne odgovara Zakonu o elektronskim komunikacijama ili uslovima na tržištu, nakon sprovedene javne rasprave, Agencija može Rješenjem narediti njenu izmjenu u roku od 30 dana. Takođe, operator može i sam inicirati izmjenu Referentne ponude.</p>
19.	<p>Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu su u obavezi da nastave sa implementacijom projekta na način i u rokovima kako je određeno Metodologijom računovodstvenog razdvajanja za mobilne telefonske mreže. Agencija može pristupiti utvrđivanju cijena relevantnih usluga na osnovu Revidiranih regulatornih godišnjih finansijskih izvještaja u periodu do naredne analize relevantnog tržišta.</p>	<p>Da ne bi ponavljali iste argumente koje smo iznijeli protiv predloga da se uslovi usluge pristupa i nacionalnog roaminga definišu Referentnom ponudom, ovom prilikom želimo da istaknemo da bi i obaveza troškovnog računovodstva u ovom segmentu bio još jedan presedan globalnih razmjera.</p>	<p>U prethodnom komentaru operator navodi da ukoliko zainteresovana strana ne postigne sporazum sa MNO-ima sa kojima je pregovarala na komercijalnoj osnovi, Agencija može da odredi obaveze po osnovu nekog od modela (troškovni, retail minus, benchmark isl). Agencija je saglasno Zakonu o elektronskim komunikacijama odlučila da operatorima sa značajnom tržišnom snagom nametne i mjeru kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva, pa Agencija ne vidi razlog ovog komentara kada je u prethodnom komentaru operatora to predloženo. Osim toga mjera Kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva i mjera obaveze objavljivanja podataka su dvije različite mjere koje se kao zakonsku mogućnost Agencija može da nametne operatorima sa značajnom tržišnom snagom, pa Agencija ne vidi vezu između komentara operatora datih u vezi mjere obaveze objavljivanja podataka sa mjerom Kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva.</p>

Br.	Originalni tekst iz Analize	Komentari Telenora	Komentar Agencije
1.		<p>Prije svega želimo da istaknemo činjenicu da je ovo tržište bilo sadržano u Preporuci Evropske komisije 2003/311/EC, ali da je izostavljeno u odgovarajućoj preporuci iz 2007. godine (2007/879/EC). Nije nam poznato da je u relevantnom periodu u Crnoj Gori postojala tražnja na ovom tržištu, niti da je ona ikada postojala. Cijenimo da na ovom tržištu uopšte nema potrebe za regulacijom, sve dok se ne utvrdi da postoji realna tražnja i da potencijalni operator ne može dobiti konkurentnu ponudu od crnogorskih mobilnih operatora. S tim u vezi se postavlja pitanje kako Agencija namjerava da odredi operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu, gdje do sada ni tražnja nije iskazana.</p>	<p>Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu tretirati, ali na način da prethodno dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), a analizom predmetnog tržišta će se utvrditi ko od operatora ima značajnu tržišnu poziciju.</p>
2.	<p>3.1.1.1 Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije</p>	<p>U dijelu koji odnosi na strukturne barijere ulaska na tržište u tački 3.1.1. navodi se 9 podkriterijuma koji bi trebalo da se prethodno zadovolje da bi ovaj segment bio ispunjen. Iako se navodi da predmetni podkriterijumi ne moraju biti kumulativno ispunjeni, realno je bilo za očekivati da je zadovoljen značajan dio podkriterijuma (bar više od polovine) da bi se moglo konstatovati da postoje strukturne barijere ulaska na tržište. Umjesto realnog obrazloženja po svim (ili makar većini) navedenih podkriterijuma, imamo obrazloženje samo za jedan (nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoja infrastrukturne konkurencije) čije se "navodno" postojanje smatra dovoljnim da bi se ovaj segment smatrao strukturnom barijerom. Glavni argument za utvrđivanje postojanja ovog podkriterijuma jeste činjenica da su na tržištu pristupa i započinjanja poziva iz mobilnih mreža zastupljena tri operatora, koji imaju sopstvenu infrastrukturu i pokrivaju cijelu teritoriju Crne Gore, što je velika prednost za iste. Naime, sama konstatacija o izgrađenosti infrastrukture sva tri operatora na cjelokupnoj geografskoj teritoriji ne može predstavljati barijeru za ulazak na tržište. Mišljenja smo da upravo suprotno, to samo može olakšati ulazak na tržište novog operatora iz razloga što je na ovaj</p>	<p>Na osnovu Preporuke Evropske komisije iz 2003. godine, regulatornim tijelima prilikom određivanja postoje li na tržištu visoke i trajne barijere ulaska mogu pomoći kriterijumi koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni, što je Agencija ispoštovala i posebno istakla kriterijum nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije u svijetlu činjenice da ne postoje slobodni RF resursi za dodjelu novim operatorima što je trajna barijera u periodu koji je predmet razmatranja. Mogućnost zajedničkog korišćenja elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme ne može u potpunosti ukloniti, već samo ublažiti postojanje visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije</p>

		<p>način novi operator pošteđen visokih inicijalnih troškova koji bi se odnosili na izgradnju infrastrukture potrebne za uspostavljanje sopstvene mreže. U skladu sa važećim Pravilnikom o zajedničkom korišćenju elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme ("Sl. list Crne Gore", br. 52/14) svi telekomunikacioni operatori su obavezni da svoju postojeću infrastrukturu stave na raspolaganje drugim operatorima, što znači da novi operator može koristiti postojeću infrastrukturu za postavljanje svoje opreme i uređaja na cjelokupnoj teritoriji Crne Gore što značajno umanjuje troškove uspostavljanja sopstvene mreže za sve nove mobilne operatore. Nadalje, navedeno je da trenutno ne postoje slobodni RF resursi za dodjelu novim operatorima ali da će Agencija do kraja 2015. godine sprovesti postupak aukcije spektra za 5 opsega (800/900/1800/2100/2600MHz). Iz navedenog se logično zaključuje da navedeni podkriterijum ne predstavlja "trajnu" barijeru, jer sve zainteresovane strane će tokom navedenog aukcijskog postupka imati mogućnost da apliciraju i dobiju određene resurse, pa čak i one sa kojima trenutno raspolaže Telenor. Imajući u vidu naprijed navedeno smatramo da segment postojanja strukturne barijere ulaska na tržište nije adekvatno argumentovan i opravdan.</p>	
3.	<p>3.1.2 Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište</p>	<p>U dijelu koji odnosi na pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište u tački 3.1.2. navode se 3 podkriterijuma koji bi trebalo da se prethodno kumulativno zadovolje da bi ovaj segment bio ispunjen i to: 1) potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti sa komercijalnim radom; 2) ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu RF spektra; 3) uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju učešće. Od navedenih podkriterijuma Agencija konstatuje da 1. i 3. ne predstavljaju barijeru, dok za 2. podkriterijum navodi istu argumentaciju kao i u tački 3.1.1 koja se odnosi na postojanje strukturnih barijera, koje smo naprijed već osporili pružanjem adekvatne argumentacije. Polazeći od gore navedenog smatramo da ispunjenost</p>	<p>Na osnovu dokumenta evropske grupe regulatora (eng. ERG)³⁰, glavne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište odnose se na sljedeće:</p> <ul style="list-style-type: none"> • potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom; • ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radiofrekvencijskog spektra; • uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ući na tržište. <p>Ali to ne znači da sva tri ova podkriterijuma moraju biti kumulativno ispunjena. Takođe, ERG-ov dokument ukazuje da pravne ili regulatorne prepreke predstavljaju relativno</p>

		prvog od tri kriterijuma nije dokazana.	manja ograničenja u odnosu na strukturne barijere ulasku na tržište.
4.	3.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine	Tačka 3.2. Drugi kriterijum: struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine. U ovom dijelu se zaključuje da su postojeći operatori zadovoljni svojom pozicijom na tržištu. Ovako uprošćen zaključak, bez prpratnog obrazloženja i relevantnih podataka, a sa dalekosežnim posljedicama, govori da su nedovoljno uzete u razmatranje stvarne okolnosti koje vladaju na crnogorskom tržištu. Operatori u Crnoj Gori posluju u uslovima krize i tržišta koje se iz godine u godinu smanjuje, dok se sa druge strane sve više uvećavaju finansijke obaveze operatora prema regulatoru, pa ne razumijemo na kojem zadovoljstvu operatora se zasniva predmetna analiza. Navodi se da učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou, što je takođe sporno, pa bi ga valjalo dokumentovati podacima. Na osnovu izloženog, cijenimo da ispunjenje drugog kriterijuma nije dokazano, jer brožčani podaci nisu korišćeni ni za analizu cjenovne stabilnosti, niti za analizu tržišnog učešća.	S obzirom da je veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva tzv. zamišljeno tržište, koje ne postoji u komercijalnom smislu već se po definiciji ovog tržišta sastoji isključivo od usluga samosnadbijevanja operatora (eng. Self supply), Agencija je koristila podatke koji se odnose na odgovarajuće maloprodajno tržište jer je samo na osnovu njih mogla izvesti zaključke o tome da li veleprodajno tržište koje je predmet ovog testa, teži efikasnoj konkurenciji. Drugi kriterijum je dinamički kriterijum odnosno na osnovu tog kriterijuma Agencija je u mogućnosti odrediti je li tržište u određenom vremenskom razdoblju teži djelotvornom tržišnom nadmetanju. Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou, pri čemu nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog operatora, ukazuje da stanje na relevantnom tržištu ne teži efikasnoj konkurenciji.
5.	3.3 Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.	Tačka 3.3. Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije na obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu. Smatramo da s obzirom da Agencija za zaštitu konkurencije do sada nikada nije imala potrebu da djeluje na ovom tržištu, to samo po sebi dokazuje da relevantni propisi iz oblasti zaštite konkurencije do sada nijesu bili ni primijenjeni u praksi, pa nema nikakvog razloga da se sumnja da oni nisu dovoljni za uklanjanje nedostataka na tržištu i da predstavljaju barijeru.	U vezi sa problemom neefikasne konkurencije koji proizilaze iz razloga prisustva barijera ulasku operatora i činjenice da tržište ne teži razvoju efikasne konkurencije u periodu do naredne analize relevantnog tržišta, Agencija smatra da regulatorne ex ante obaveze mogu biti efikasnije nego ex post sankcije da se spriječe poremećaji na tržištu i na taj način obezbijedi konkurentna tržišna utakmica. Nadalje, regulatorna obaveza pristupa se ne može teže nametnuti mjerama koje proističu iz Zakona o zaštiti konkurencije.
6.	<u>Zamjenjivost na strani tražnje – maloprodajni nivo</u>	U istom se navodi da će se određivati da li hipotetički monopolista može da sprovede malo, ali značajno trajno povećanje cijena, a pritom da ne izgubi dio prihoda, usljed preorijentacije krajnjih korisnika ka supstitutivnim uslugama. Kako u daljem tekstu nije primjetno da se Agencija osvrnula na zakonske	-Kako je u relevantnim Smjernicama Evropske komisije i navedeno, prije definisanja dimenzije usluga i geografske dimenzije veleprodajnih tržišta, potrebno je utvrditi zamjenjivost na strani tražnje na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizlazi tražnja za uslugama

		<p>mogućnosti krajnjeg korisnika u slučaju da operator uvede povećanje cijena, kao što su prava shodno čl. 152 st. 6 Zakona o elektronskim komunikacijama, odnosno mogućnosti promjene operatora postupkom prenosivosti broja, analizu je neophodno korigovati tako da ista prepozna zakonske mogućnosti krajnjeg korisnika. Kako Agencija pokušava da ispita “<i>price sensitivity</i>” postavlja se pitanje da li je Agencija prije same analize sprovela “<i>price sensitivity</i>” test ili je u tački 2.1.2.1 prikazana cjelokupna analiza ovog segmenta pružanja usluga. Ukoliko Agencija nije sprovela ovu analizu, predlažemo da se isti sprovede kako bi se argumentovao stav Agencije. U suprotnom, smatramo da Agencija nije uspjela da utvrdi koji nivo povećanja cijena bi mogao da predstavlja ujedno i značajno povećanje cijena.</p> <p>Pretplatnički odnos: Tvrdnja da se korisnik koji zasnuje pretplatnički odnos “fiksni iznos plaća kroz pretplatu, a drugi dio plaća kroz upućivanje odlaznih poziva po minuti razgovora, zavisno o mreži i vrsti poziva koji je uputio” ne prepoznaje</p> <ul style="list-style-type: none"> - da pretplata može obuhvatiti i više usluga (prenos govora, SMS i prenos podataka), te da cio iznos ne mora biti namijenjen samo prenosu govora, - da korisnik pošto potroši ovaj fiksni iznos dalje plaća ostvareni saobraćaj, - da korisnik koji koristi internet saobraćaj može koristiti VoIP usluge, što je značajna pojava na tržištu Crne Gore. <p>Neupravljivi pozivi putem internet propokola (VoIP) – utvrđuje se da VoIP usluge nisu supstitucija usluzi prenosa govora, kako VoIP usluga nema zagarantovani kvalitet. Sve veća izraženost ovih usluga kod korisnika Telenora ukazuje da korisnici ove usluge ne biraju na osnovu kvaliteta (odnosno, kvalitet nije mjera diversifikacije), već na osnovu mogućnosti povezivanja sa drugim korisnicima, njihove popularnosti i sve većoj zastupljenosti. U tom pogledu, predlažemo da Agencija u analizi uvede i druge kriterijume na osnovu kojih će prepoznati značaj OTT tržišta.</p>	<p>na veleprodajnom nivou, a u ovom slučaju potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i u skladu sa tim je izvršena analiza zmljenivosti na strani tražnje. Između ostalog uzeta je i pretpostavka da su u većini slučajeva korisnici su osjetljivi na povećanje cijene usluge, i da u slučaju povećanja cijene korisnici mogu promjeniti operatora.</p> <p>-Hipotetički monopolistički test se sprovodi u postupku definicije relevantnog tržišta odnosno određivanja granica relevantnog tržišta. Polazna tačka primjene ovog testa su shodno Smjernicama Evropske komisije o analizi relevantnog tržišta, skup usluga i proizvoda koji se odnose na relevantno tržište, a nakon toga se razmatra da li postoje još neke usluge koje po svojoj funkcionalnosti i cjenovnim karakteristikama mogu smatrati potencijalno supstitutivnim uslugama i ograničiti eventualno povećanje cijene relevantne usluge koja se razmatra.</p> <p>S tim u vezi, Agencija je u postupku definisanja granica tržišta analizirala maloprodajne usluge pristupa i poziva, koje se po svojim tehničkim karakteristikama zasnivaju na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva, , a to su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pristup u mobilnoj mreži; - pozivi na geografske brojeve; - pozivi na negeografske brojeve (usluge s dodanom vrijednosti); - pozivi na brojeve u mobilnim mrežama; - pozivi na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi); - pozivi na međunarodne brojeve; - odlazni pozivi u roaming-u (eng. international roaming calls). <p>Na kraju, Agencija je u postupku definisanja granica tržišta konstatovala da gore navedene usluge nijesu međusobno supstitutivne usluge, već da je riječ o komplementarnim uslugama.</p> <p>- Tvrdnja da se korisnik koji zasnuje</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>pretplatnički odnos “fiksni iznos plaća kroz pretplatu, a drugi dio plaća kroz upućivanje odlaznih poziva po minutu razgovora, zavisno o mreži i vrsti poziva koji je uputio” je opšteg karaktera.</p> <p>-Agencija ostaje pri stavu da Neupravljivi pozivi putem internet protokola (VoIP) nema zagarantovani kvalitet pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži, isto tako korisnici VoIP usluge mogu međusobno komunicirati samo ukoliko su konektovani na Internet i koriste istu istu aplikaciju, pa uobzir treba uzeti i dostupnost korisnika, te takve usluge <i>ne predstavljaju zamjensku uslugu</i> pozivima započetim u pokretnim mrežama.</p> <p>Agencija ne spori aktuelne trendove u broju korisnika IM aplikacija (Skype, Viber, WhatsApp), međutim argument da kvalitet ne odgovara u potpunosti kvalitetu javno dostupne telefonske usluge je presudan da Agencija ostaje na istom stanovištu da VoIP pozivi ne mogu da se smatraju supstitutom pozivima započetim u mobilnim mrežama.</p>
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------