



CRNA GORA
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE
I POŠTANSKU DJELATNOST

Tržište usluga širokopojasnog pristupa Internetu na nivou maloprodaje

Podgorica, januar 2014.godine

SADRŽAJ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. UVOD | 4 |
| 1.1 Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije | 4 |
| 1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta | 6 |
| 1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije | 7 |
| 1.4 Hronološki redoslijed aktivnosti | 7 |
| 2. DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA USLUGA | 10 |
| 3. Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma | 11 |
| 3.1 Relevantno tržište | 11 |
| 3.1.1 Maloprodajne usluge širokopojasnog pristupa | 12 |
| 3.1.2 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje | 13 |
| 3.1.3 Analiza stepena supstitucije na strani ponude | 26 |
| 3.1.4 Zaključak o relevantnom tržištu | 28 |
| 3.2 Geografska dimenzija relevantnog tržišta | 28 |
| 3.3 Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta | 28 |
| 4. TEST TRI KRITERIJUMA | 30 |
| 4.1 Prvi kriterijum: prisutnost visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode | 30 |
| 4.1.1 Strukturne prepreke ulaska na tržište | 31 |
| 4.1.2 Pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište | 36 |
| 4.1.3 Zaključak o prvom kriterijumu | 37 |
| 4.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira | 37 |
| 4.2.1 Zaključak o drugom kriterijumu | 41 |
| 4.3 Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti tržišne konkurencije sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu | 41 |
| 4.3.1 Zaključak o trećem kriterijumu | 43 |
| 4.4 Mišljenje nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li relevantno tržište podložno prethodnoj regulaciji | 43 |
| 5. Definisanje relevantnog tržišta | 44 |
| 6. Analiza relevantnog tržišta | 45 |
| 6.1 Cilj i predmet analize relevantnog tržišta | 45 |
| 6.2. Analiza podataka na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa | 45 |
| 6.2.1. Tržišni udio operatora na relevantnom tržištu | 45 |
| 6.2.2. Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju | 47 |
| infrastrukturne konkurencije | 47 |
| 6.2.3. Stepovi vertikalne integracije | 47 |
| 6.2.4. Ekonomija širine | 48 |
| 6.2.5. Ekonomija obima | 48 |
| 6.2.6. Razvijena distribuciona i prodajna mreža | 49 |
| 6.3. Zaključak o operatoru sa značajnom tržišnom pozicijom i ocjena efikasnosti tržišna konkurencije | 49 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 7. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE | 51 |
| 7.1. Tržišna dimenzija kao prepreka razvoju tržišne konkurencije | 52 |
| 7.1.1. Mehanizmi vertikalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište..... | 53 |
| 7.1.2. Mehanizmi horizontalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište | 53 |
| 7.1.3. Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu | 54 |
| 8. Određivanje obaveza operatoru sa značajnom tržišnom snagom | 55 |
| 8.1. Regulatorne obaveze određene Crnogorskom Telekomu..... | 55 |
| 8.2. Obaveze na maloprodajnom nivou | 55 |
| 8.2.1. Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija | 56 |
| 8.2.2. Obaveza regulisanja cijena maloprodajnih usluga | 57 |

1. UVOD

1.1 *Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije*

Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine rezultat je dugog i kontinuiranog procesa rasprava i analiza o načinima ostvarivanja najprikladnijeg okruženja za razvoj efikasne konkurencije u sektoru elektronskih komunikacija. Taj okvir danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama koje nijesu članice Evropske unije. Evropska komisija je marta 2002. godine usvojila četiri direktive koje dijelom čine regulatorni okvir iz 2002. godine na području elektronskih mreža i komunikacionih usluga, dok je peta direktiva, koja je takođe sastavni dio regulatornog okvira, usvojena je u oktobru 2002.godine.

- Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonekciji elektronskih komunikacionih mreža i pripadajućih dodatnih usluga ("Direktiva o pristupu")¹,
- Direktiva 2002/20/EC o autorizaciji na području elektronskih komunikacionih mreža i usluga ("Direktiva o autorizaciji")²,
- Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge ("Okvirna direktiva")³,
- Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu i pravima korisnika u vezi sa elektronskim komunikacionim mrežama i uslugama ("Direktiva o univerzalnom servisu")⁴,
- Direktiva 2002/58/EC o obradi ličnih podataka i zaštiti privatnosti i povjerljivosti komunikacija u sektoru elektronskih komunikacija ("Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama")⁵.

U mnogim publikacijama često se navodi da se regulatorni okvir sastoji od "Okvirne direktive" (2002/21/EC) i četiri preostale Direktive koje se zajednički nazivaju "Specifične Direktive" (2002/19/EC, 2002/20/EC, 2002/22/EC i 2002/58/EC).

Evropska komisija je 2002. godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela, o definisanju i analizi relevantnih tržišta, utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom i nametanju regulatornih obaveza.⁶ Osnovna svrha pomenutih Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela i konzistentnosti regulacije. Korišćenje iste metodologije definisanja i analize tržišta osigurava da većina tržišta definisanih za potrebe sektorski specifične regulacije odgovaraju definicijama koje bi bile primjenjene saglasno propisima o zaštiti konkurencije.

¹ Directive 2002/19/EC Access directive (OJ of the ECL 108/7 from 24.02.2002)

² Directive 2002/20/EC Authorisation directive (OJ of the ECL 108/21 from 24.02.2002)

³ Directive 2002/21/EC Framework directive (OJ of the ECL 108/33 from 24.02.2002)

⁴ Directive 2002/22/EC Universal service directive (OJ of the ECL 108/51 from 24.02.2002)

⁵ Directive 2002/58/EC Directive on privacy and electronic communications (OJ of the ECL 201/37 from 31.07.2002)

⁶ Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (OJ of the ECC 165/6 from 11.07.2002)

Na osnovu člana 15. Okvirne direktive (Direktiva 2002/21/EC), Evropska komisija je usvojila sljedeće preporuke o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija:

- Preporuku (2003/311/EC)⁷ od 11.02.2003. godine, o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija, koja je sadržala 18 tržišta koja su podložna prethodnoj (ex-ante) regulaciji, i koja je zamijenjena sa
- Preporukom (2007/879/EC)⁸ od 17.12.2007. godine, o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija, koja sadrži 7 tržišta koja su podložnima prethodnoj (ex-ante) regulaciji.

Preporuka iz februara 2003. godine je sadržala 18 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji, što znači da je Evropska komisija zaključila da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), te na taj način utvrdila da su navedena tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Evropske unije. Navedena Preporuka o relevantnim tržištima izmijenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnim tržištima iz decembra 2007. godine, postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. 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).

Na inicijativu Evropske komisije, Evropski parlament i Savjet ministara Evropske unije su u decembru 2009.godine donijeli novi regulatorni okvir u oblasti elektronskih komunikacija koji se sastoji od dvije direktive i jednog pravilnika:

- Pravilnika 1211/2009 Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta, o uspostavljanju Tijela evropskih regulatora za elektronske komunikacije (BEREC)⁹;
- Direktive 2009/136/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta¹⁰, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu, Direktiva 2002/58/EC o korišćenju podataka o ličnosti i Pravilnik broj 2006/2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za primjenu propisa o zaštiti prava potrošača;

⁷ Commission recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (OJ of the EC L 114/456 from 08.05.2003.

⁸ Commission recommendation of 17 December 2007 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services.

⁹ Regulation (EC) No 1211/2009 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, establishing the Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC) and the Office

¹⁰ Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services, Directive 2002/58/EC concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector and Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws

- Direktiva 2009/140/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta¹¹, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom okviru, Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonenciji i Direktiva 2002/20/EC o izdavanju odobrenja za mreže i usluge.

1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta

Zakonom o elektronskim komunikacijama («Sl.list Crne Gore», broj 50/2008) u članu 8. utvrđena je, između ostalih, nadležnost Agencije da vrši nadzor tržišta, utvrđuje operatore sa značajnom tržišnom snagom i preduzima preventivne mjere za sprečavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

Agencija je, saglasno članu 41 Zakona, utvrdila predlog teksta Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma, koja je bila predmet javnog konsultativnog procesa u periodu 20.07.-20.08.2012.godine.

Savjet Agencije je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, na sjednici od 18.09.2012.godine usvojio konačan tekst Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma. (Sl.list Crne Gore, broj. 50/2012).

Ovom Odlukom su određena sledeća relevantna tržišta usluga:

- (1) Tržište usluga širokopojasnog pristupa Internetu na nivou maloprodaje.
- (2) Tržište javno dostupnih telefonskih usluga u mrežama mobilnih operatora na nivou maloprodaje.

S obzirom da relevantno tržište usluge širokopojasnog pristupa Internetu na nivou maloprodaje, nije sadržano važećom Preporukom Evropske komisije o relevantnim tržištima usluga iz 2007. godine potrebno je dokazati da su na ovom tržištu zadovoljena tri kriterijuma, tj. da je podložno ex ante regulaciji.

.

Ostala tržišta se mogu regulisati ukoliko se utvrdi da su su na tim tržištima istovremeno zadovoljena sljedeća tri kriterijuma:

1. prisustva snažnih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne i regulatorne prirode;
2. procjene povećanja konkurentnosti određenog relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera;
3. ocjene regulatora da li su važećim Zakonom o zaštiti konkurencije propisane mjere za suzbijanje radnji i akata kojim se sprječava, ograničava ili narušava konkurencija, i drugih strukturnih poremećaja na tržištu elektronskih komunikacija.

Shodno navedenom, u slučaju istovremene ispunjenosti sva tri kriterijuma, u skladu sa članom 41 ZEK, Agencija je u mogućnosti da vrši *ex-ante* regulaciju, kako preostalih tržišta koja su bila

¹¹ Directive 2009/140/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directives 2002/21/EC on a common regulatory framework for electronic communications networks and services, 2002/19/EC on access to, and interconnection of, electronic communications networks and associated facilities, and 2002/20/EC on the authorisation of electronic communications networks and services

sastavni dio stare Preporuke o relevantnim tržištima, tako i bilo kojih drugih tržišta koja su specifična za područje elektronskih komunikacionih mreža i usluga u Crnoj Gori. Stoga je Agencija, saglasno ovom članu, utvrdila Odluku kojom se određuju relevantna tržišta usluga na koja se primjenjuje test tri kriterijuma.

S obzirom da tržište *maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu* nije bilo sastavni dio preporuke o Relevantnim tržištima iz 2003. godine te se ne nalazi ni u novoj preporuci o relevantnim tržištima iz 2007. godine, shodno tome, Agencija može vršiti vršiti ex-ante regulaciju ukoliko dokaže da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma. U slučaju da su zadovoljena sva tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), Agencija će sprovesti postupak analize tržišta u skladu sa ZEK-om.

U cilju određivanja relevantnog tržišta, ovim dokumentom Agencija će utvrditi relevantno tržište usluga, kao i geografsku dimenziju utvrđenog relevantnog tržišta. Ovaj postupak će se sprovesti shodno Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, a u skladu sa zajedničkim regulatornim okvirom za elektronske komunikacione mreže i usluge, kao i relevantnom pravnom praksom Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Nakon određivanja predhodno navedenih dimenzija relevantnog tržišta, Agencija će, u saradnji s Upravom za zaštitu konkurencije, ocijeniti efikasnost tržišne konkurencije na tom tržištu.

Agencija će u slučaju nedostatka efikasne tržišne konkurencije, a u skladu sa ZEK-om, procijeniti postoji li na tom relevantnom tržištu jedan ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Shodno članu 43. ZEK-a, Agencija rješenjem određuje operatora, odnosno operatore sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu, pri čemu mora narediti preduzimanje bar jedne od mjera iz čl. 44, 45, 46, 47, 48, 49 i 50 ZEK, uzimajući u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, kao i obrazloženje naređenih mjera.

1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije

Imajući u vidu činjenicu da član 41 Zakona propisuje da Agencija u saradnji sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije određuje, prati, preispituje relevantne usluge i relevantna geografska tržišta u Crnoj Gori u oblasti usluga elektronskih komunikacija, kao i da shodno članu 42. Zakona Agencija sprovodi analizu tržišta u saradnji sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije ili samostalno, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i Uprava za zaštitu konkurencije potpisale su dana 28.04.2009. godine Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.

1.4 Hronološki redoslijed aktivnosti

- Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 18.09.2012. donio *Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma*, kojom je naloženo sprovođenje testa tri kriterijuma na Tržištu usluga širokopojasnog pristupa Internetu na

nivou maloprodaje. S obzirom da ovo tržište nije dio važeće *Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima podložnima ex-ante regulaciji*, potrebno je sprovođenje Testa tri kriterijuma radi ocjene efikasnosti tržišne konkurencije na tom tržištu.

- Agencija je dana 20.07.2012.godine inicirala javne konsultacije, saglasno članu 41 Zakona, povodom predloga Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma. Rok za dostavljanje primjedbi i sugestija je bio 30 dana. Pregled komentara, sugestija i primjedbi na tekst predloga Odluke koji je bio predmet javnih konsultacija u periodu 20.07.-20.08.2012.godine je dostupan na web site-u Agencije, www.ekip.me;
- Agencija je, dana 20.07.2012.godine, u skladu sa odredbama člana 41 i 42. ZEK-a, zatražila mišljenje Uprave za zaštite konkurencije o predlogu predmetne Odluke;
- Uprava za zaštitu konkurencije je dana 07.09.2012.godine dala pozitivno mišljenje na osnovu analize usklađenosti predloženog nacрта Odluke sa odredbama Zakona o zaštiti konkurencije;
- Savjet Agencije je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, na sjednici od 18.09.2012.godine usvojio konačan tekst Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma. (Sl.list Crne Gore, broj. 50/2012);
- Agencija je uputile Upitnike dana 03.12.2012 godine operatorima koji pružaju javno dostupne usluge širokopojasnog pristupa Internetu na maloprodajnom nivou. Upitnicima su specificirani statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od poslednje tri godine (na polugodišnoj osnovi) a koji su neophodni za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnih tržišta, kao i za provjeru ispunjenosti uslova iz testa tri kriterijuma. Rok za dostavljanje odgovora po Upitnicima je bio mjesec dana. Ovaj rok je, u naknadnoj komunikaciji sa operatorima, produžen još 15 dana;
- Kako pojedini operatori ni u produženom roku nijesu dostavili Upitnike, Agencija im je poslala Urgencije 12.02.2013.godine. Ni nakon Urgencija, nijesu dostavljeni popunjeni Upitnici, pa se Agencija koristila internim podacima koji su joj bili na raspolaganju.

Agencija je 03.12.2012. godine poslala Upitnik u pisanom i elektronskom obliku, sa rokom dostavljanja popunjenih upitnika od mjesec dana, operatorima koji su upisani u Registru operatora, prema tabeli:

| R.Br. | Naziv operatora | Status Upitnika |
|-------|-----------------------------------------------|-----------------|
| 1. | Crnogorski Telekom a.d. Podgorica | Dostavio |
| 2. | Telenor d.o.o. Podgorica | Dostavio |
| 3. | MTEL d.o.o. Podgorica | Dostavio |
| 4. | M-Kabl d.o.o. Podgorica | n/a |
| 5. | Cabling d.o.o. Budva | n/a |
| 6. | Dasto Montel d.o.o. Cetinje | n/a |
| 7. | Satelite Broadband Services Network (SBS Net) | Dostavio |
| 8. | Media Net d.o.o. Podgorica | n/a |
| 9. | W-Net d.o.o. Podgorica | n/a |

| | | |
|-----|-------------------------------------|----------|
| 10. | VOIP Telecom d.o.o | n/a |
| 11. | Pronto-Tel Copmany d.o.o. Podgorica | n/a |
| 12. | Verat Montenegro d.o.o | n/a |
| 13. | BBMi d.o.o. | n/a |
| 14. | MN News d.o.o. | Dostavio |
| 15. | RDC d.o.o Podgorica | Dostavio |
| 16. | WiMax Montenegro | Dostavio |
| 17. | IP Monte d.o.o | n/a |

Nakon prijema popunjenih upitnika, Agencija je otpočela sprovođenje Testa tri kriterijuma na svim relevantnim maloprodajnim tržištima širokopojsnog pristupa.

2. DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA USLUGA

Relevantno tržište je skup svih javno ponuđenih telekomunikacionih servisa, koji su po svojim karakteristikama i namjeni međusobno zamjenjivi na određenom geografskom području, pri datom nivou cijena.

Agencija je, u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama, 03.12.2012.godine poslala Upitnike operatorima koji su obavezni dostaviti sve potrebne podatke za utvrđivanje tržišta:

- Maloprodaje širokopojasnog pristupa

Navedeno tržište nije dio važeće preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji, što nalaže sprovođenje testa Tri kriterijuma radi ocjene postojanja konkurencije na relevantnom tržištu.

Utvrđivanje relevantnog tržišta predstavlja osnov za sprovođenje Testa tri kriterijuma, i u slučaju da su sva tri kriterijuma istovremeno zadovoljena, sprovodi se process analize tržišta, koja se sastoji u određivanju relevantnog tržišta, procjeni postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu, i određivanju regulatornih obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom.

3. Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma

U postupku određivanja relevantnog tržišta, odnosno granica relevantnog tržišta, Agencija ima obavezu da odredi relevantno tržište usluga i njegovu geografsku dimenziju, vodeći pritom posebno računa o relevantnim Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, kao i o relevantnoj pravnoj regulativi Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Pri određivanju relevantnog tržišta, odnosno dimenzije usluga i geografske dimenzije, polazi se od utvrđivanja supstitucije na strani ponude i supstitucije na strani tražnje. Pomoću supstitucije na strani tražnje utvrđuju se usluge koje korisnici smatraju supstitutima, odnosno zamjenljivim uslugama. Supstitutivna usluga je svaka usluga koja s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike korisnika može zamijeniti drugu uslugu i na taj način zadovoljiti istorodnu potrebu korisnika. S druge strane, zamjenjivost na strani ponude ukazuje na spremnost operatora da u kratkom, odnosno srednjem roku ponudi istovjetnu uslugu, bez izlaganja dodatnim troškovima.

Za razliku od potencijalne konkurencije, kod zamjenjivosti na strani ponude operator koji već pruža usluge u tom momentu odmah reaguje na povećanje cijene. Naime, potencijalni konkurenti trebaju više vremena kako bi počeli nuditi istovjetnu uslugu na tržištu. U slučaju postojanja supstitucije na strani ponude već aktivni operatori se ne izlažu dodatnim troškovima, a ulazak potencijalnih konkurenata podrazumijeva značajne nenadoknadive troškove (eng. *sunk cost*).

Jedan od načina kojim je moguće procijeniti postojanje zamjenjivosti na strani ponude i tražnje jest primjena testa hipotetičkog monopola (hipotetičko povećanje cijene). U skladu sa navedenim testom, postavlja se pitanje što se događa u situaciji malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena usluge uz pretpostavku da cijene svih drugih usluga ostanu iste, pri čemu se po pravilu u obzir uzima trajni rast cijena od 5% do 10%.

3.1 Relevantno tržište

Važeća Preporuka, kao ni prethodna, ne obuhvata tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu kao tržište koje je podložno prethodnoj regulaciji. Evropska komisija je stave da djelotvornom regulacijom na veleprodajnom nivou, moguće je osigurati konkurenciju na maloprodajnom nivou. Međutim, nacionalna regulatorna tijela su ovlašćena i sama da utvrde pojedina tržišta, koja se razlikuju od onih koja su navedena u Preporuci, podložna prethodnoj regulaciji, zavisno od prilika u zemlji, i uz uslov da se dokaže da su na tom tržištu zadovoljena sva tri kriterijuma iz Testa tri kriterijuma.

Agencija će definisati opseg usluga relevantnog tržišta maloprodajnog širokopojasnog pristupa Internetu, odnosno, utvrditi supstitutivne usluge, analizirajući načine putem kojih operatori na maloprodajnom tržištu pružaju širokopojasni pristup Internetu krajnjem korisniku, pri tom uzimajući u obzir trend razvoja tržišta. U svrhu pružanja usluge maloprodaje širokopojasnog

pristupa Internetu, operatori ili imaju izgrađenu sopstvenu infrastrukturu ili koriste veleprodajne usluge ostalih operatora kako bi omogućili pristup do krajnjeg korisnika.

3.1.1 Maloprodajne usluge širokopojasnog pristupa

Prema podacima koje je Agencija dobila u Upitnicima, pri čemu se pod širokopojasnim pristupnim brzinama smatraju sve dolazne brzine veće od 144 kbit/s, krajnjem korisniku u Crnoj Gori, usluga širokopojasnog pristupa je omogućena na sledeće načine:

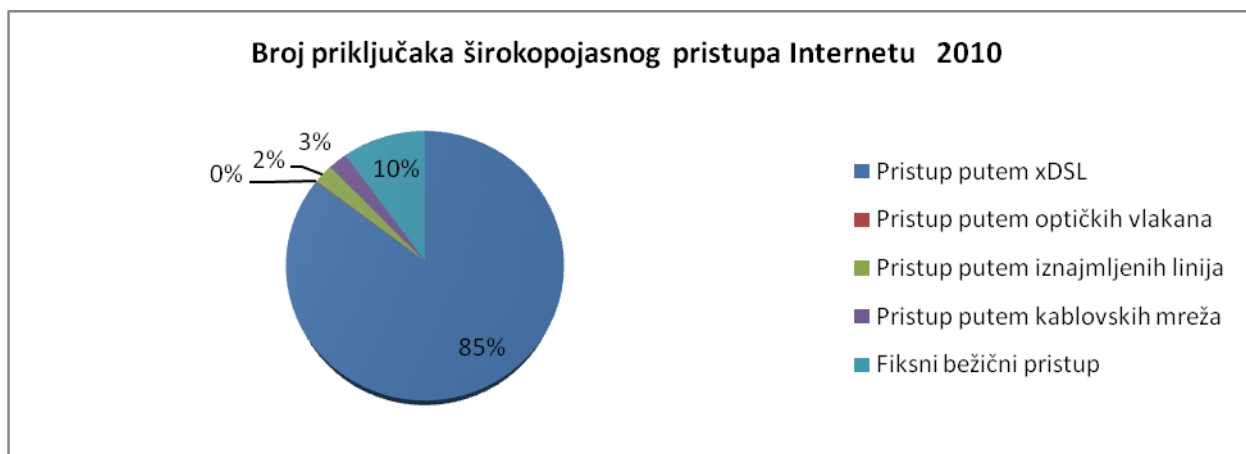
- Pristup putem xDSL
- Pristup putem optičkih vlakana
- Pristup putem iznajmljenih linija
- Pristup putem kablovskih mreža
- Fiksni bežični pristup
- Pristup preko mobilnih mreža
- Pristup preko sateltskih sistema

Slika 1: Učešće priključaka širokopojasnog pristupa Internetu prema načinu pristupa za 2009.godinu



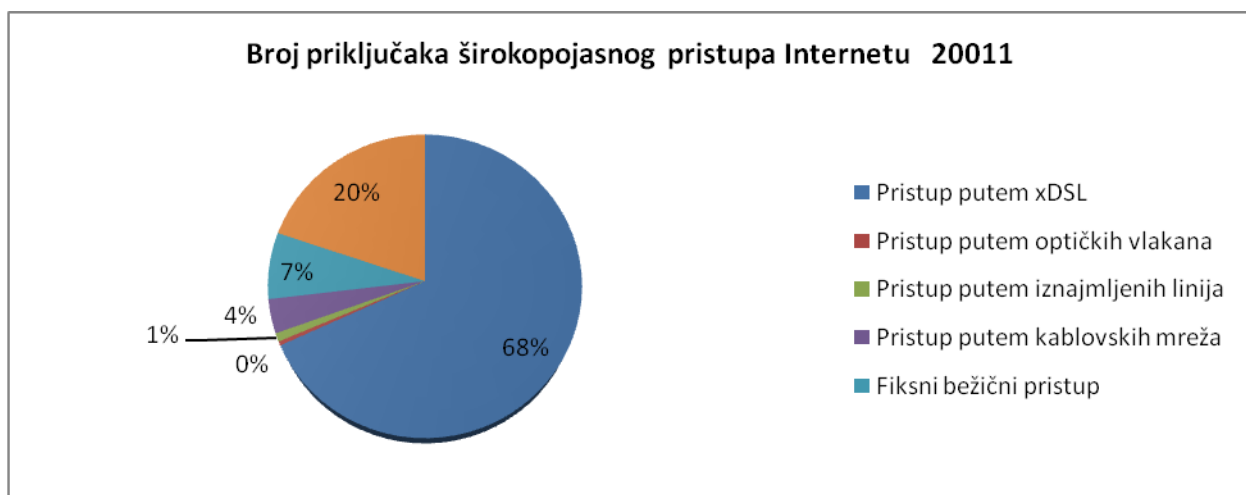
Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Slika 2: Učešće priključaka širokopojasnog pristupa Internetu prema načinu pristupa za 2010.godinu



Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Slika 3: Učešće priključaka širokopojasnog pristupa Internetu prema načinu pristupa za 2011.godinu



Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Prema dostavljenim podacima, ADSL pristup je najzastupljeniji način širokopojasnog pristupa Internetu, tokom vremenskog perioda za koji se radi analiza (2009-2011.godine), sa učešćem od 86% tokom 2009.godine i 85% tokom 2010.godine. Slijedi fiksni bežični pristup koji bilježi blagi pad, sa 12% tokom 2009, do 10% tokom 2011.godine. Pristup putem kablovskih mreža kreće se od 1% tokom 2009.godine, do 3% tokom 2010.godine.

3.1.2 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

Pri definisanju tržišta usluga određuju se usluge koje korisnik smatra supstitutima u pogledu, namjene, funkcionalnosti i cijena na datom tržištu. Stepenn supstitucije se određuje pomoću:

- Stepen supstitucije na strani tražnje (eng. *Demand side substitutability*), i
- Stepen supstitucije na strani ponude (eng. *Supply side substitutability*).

Stepen supstitucije na strani tražnje na maloprodajnom nivou predstavlja stepen supstitucije javno javno dostupnih elektronskih komunikacionih usluga na relevantnom tržištu zbog kojih krajnji korisnici mogu odgovoriti na povećanje cijene jedne usluge prelaskom na korisćenje druge usluge istog operatera ili iste, odnosno supstititivne usluge drugih operatora na relevantnom tržištu. Supstitucija na strani tražnje dešava se u trenutku kada korisnik određene usluge prelazi na druge, supstititivne usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi.

Ukoliko operator koji nudi određenu uslugu, poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti da pređu na supstititivne usluge drugih operatora, pa na taj način operatora koji je povećao cijenu svoje usluge prisile da cijene vrati na nivo na koji su bile prije povećanja, iz razloga što će početi da gubi svoje korisnike, a samim tim i prihode. Primjena ovog argument zavisi od supstitucije na strani tražnje, odnosno, što je supstitucija na strani tražnje jače izražena, operatori su više ograničeni u povećanju cijena svojih usluga krajnjim korisnicima.

Agencija će odredit granice tržišta maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu, na način što će utvrditi usluge koje korisnici smatraju supstititivnim uslugama. Agencija smatra da, kao polaznu osnovu na kojoj se utvrđuju supstititivne usluge, treba uzeti uslugu koja je najzastupljenija.

S obzirom da su na maloprodajnom nivou širokopojasnog pristupa Internetu najzastupljenije usluge koje se baziraju na ADSL pristupu (slike 1, 2 i 3.), cilj Agencije je da utvrdi da li postoje na maloprodajnom nivou supstititivne usluge ADSL pristupu, na način da se supstititivnim uslugama uslugama smatraju usluge koje u slučaju hipotetičkog povećanja cijena mogu zamijeniti tu relevantnu uslugu na način da zadovolje potrebu krajnjeg korisnika.

ADSL pristup Internetu se krajnjim korisnicima na teritoriji Crne Gore nudi kao samostalna usluga, ali i u kombinaciji s još jednom ili više usluga (npr. javno dostupna telefonska usluga i/ili IPTV) u sklopu određenog paketa usluga. Kako se ADSL pristup unutar paketa usluga ni po čemu ne razlikuje od onoga koji se korisnicima nudi samostalno, Agencija smatra kako je, prilikom utvrđivanja najzastupljenije usluge, potrebno zanemariti činjenicu da se u paketu usluga uz ADSL pristup nude i druge usluge, pa ADSL pristup iz paketa usluga posmatrati na isti način kao samostalni ADSL pristup.

3.1.2.1. xDSL pristup putem bakarne parice

ADSL pristup putem bakarne parice

ADSL pristup putem bakrene parice omogućava prenos podataka sa većom brzinom u smjeru prema korisniku (eng. *downstream*) i manjom prema ponuđaču usluge (eng. *upstream*), te je adekvatan za prenos podataka velikim brzinama i pristup povezanim sadržajima, pri čemu prenosna brzina zavisi od dužine i tipa parice. ADSL tehnologija na maloprodajnom nivou je odgovarajuća za pretraživanje Interneta i korišćenje multimedijjskih usluga koje zahtijevaju veću širinu prema korisniku i manju u suprotnom smjeru.

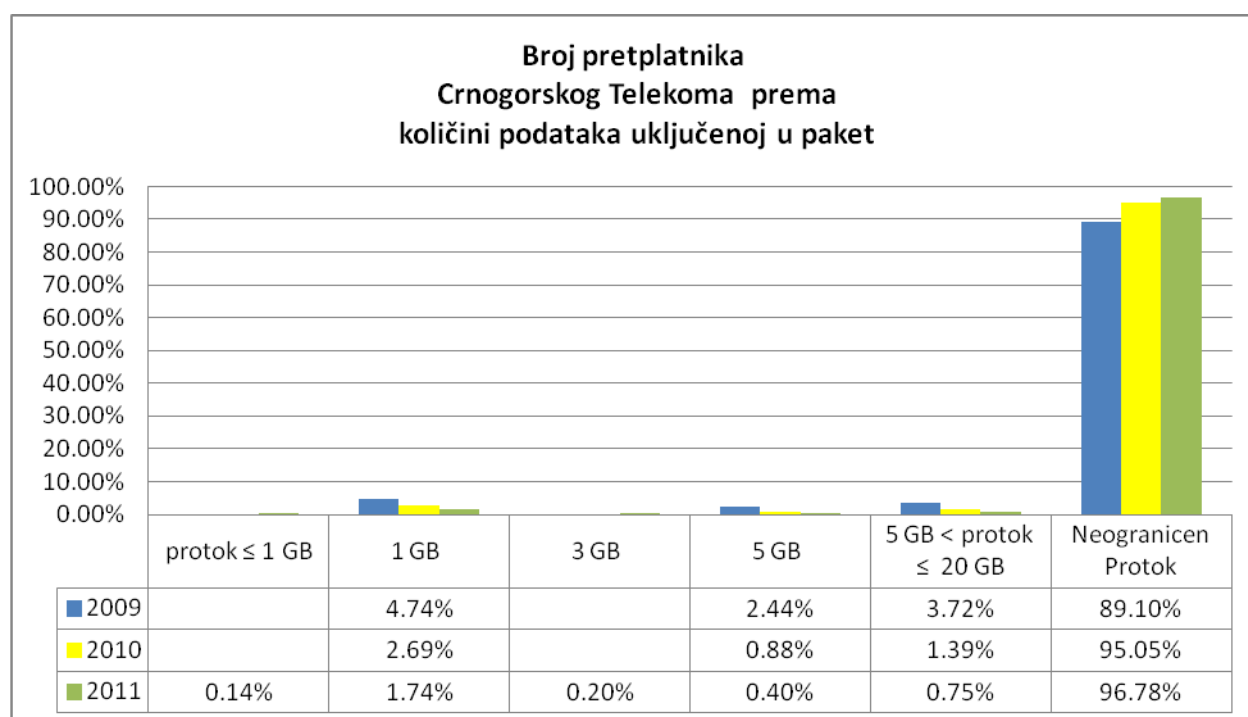
U Crnoj Gori, najveći vlasnik bakarnih parica je Crnogorski Telekom, SNP operator. Uslugu širokopojasnog pristupa putem bakarne parice krajnjim korisnicima na teritoriji Crne Gore, nudi samo Crnogorski Telekom. Takođe, ova usluga se nudi i na veleprodajnom nivou, međutim, u analiziranom periodu nema korisnika iste. Veleprodajne usluge Crnogorskog Telekoma (koje

drugi operatori mogu da pružaju krajnjim korisnicima usluge širokopojasnog pristupa internetu) su usluga bitstream pristupa I usluga pristupa lokalnoj petlji.

Dakle, kao što se vidi na Slikama 1, 2 i 3, najveći broj krajnjih korisnika ostvaruje širokopojasni pristup Internetu putem ADSL pristupa putem bakarne parice.

Crnogorski Telekom u okviru svojih tarifnih paketa nudi pakete od 1, 2, 5 i 7 Mbps, a najzastupljenija brzina pristupa u dolaznom smjeru je 2 Mbit/s, paket ADSL flat 2. Mjesečna pretplata za ovaj paket iznosi 19.99 Eura (sa PDV).

Slika 4: Podjela krajnjih korisnika Crnogorskog Telekoma zavisno od brzine uključene u paket

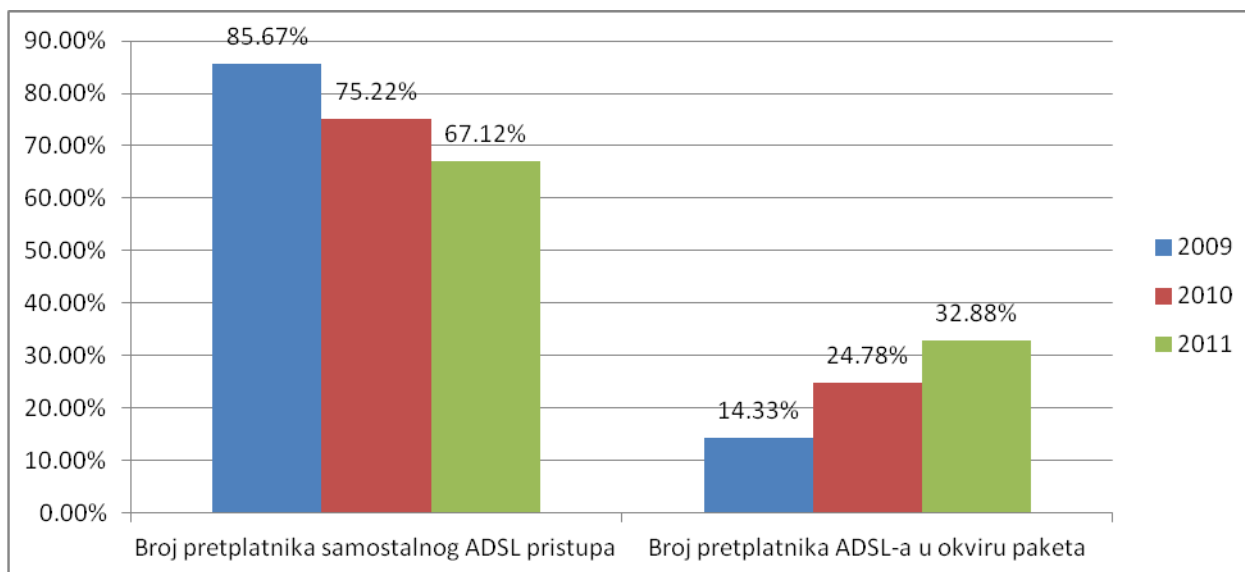


Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Kao što se vidi sa slike, Crnogorski Telekom nudi krajnjim korisnicima određenu količinu saobraćaja, odnosno prenosa podataka. CT nudi pakete od protoka manjeg od 1GB, pa do paketa sa neograničenim protokom. Vidi se da korisnici Crnogorskog Telekoma, tokom analiziranog perioda, najviše koriste paket sa neograničenim protokom. Sa porastom ponude sadržaja I potreba krajnjih korisnika, te nepromijenjenim mjesečnim pretplatama za osnovni paket, u periodu koji je predmet ove analize, može se konstatovati konstantan rast udjela korisnika paketa sa neograničenim protokom.

Pored ADSL usluge, Crnogorski Telekom nudi i uslugu televizije, zasnovanu na internet protokolu (IPTV) pod nazivom IPTV Start paket, koja je na kraju 2011.godine brojala 45 399 korisnika.

Slika 5: Odnos samostalnog ADSL pristupa i paketa usluga Crnogorskog Telekoma na tržištu



Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

ADSL pristup putem bakarne parice krajnjim korisnicima se uglavnom nudi samostalno, ali takođe i u okviru paketa usluga koji osim ADSL pristupa uključuju i javno dostupnu telefonsku uslugu I/ili IPTV (Slika 5.).

Paketi usluga, zbog ponude više usluga, imaju višu cijenu od samostalnog ADSL pristupa. Agencija smatra da će krajnji korisnici navedene pakete smatrati supstitutivnim uslugama ADSL pristupu iz razloga što znaju da se razlika u cijeni ogleda u ostalim uslugama koje se nude unutar paketa (javno dostupna telefonska usluga, IPTV) a ne u samoj usluzi ADSL pristupa. Iz tog razloga, Agencija smatra da su samostalni ADSL pristup i ADSL pristup unutar paketa usluga sastavni dio istog relevantnog tržišta.

3.1.2.2. Pristup putem mobilnih mreža

Širokopojasni pristup Internetu putem mobilnih mreža je nakon ADSL pristupa putem bakrene parice najzastupljeniji način pristupa Internetu s udjelom od oko 30%.

Tabela: Udio korisnika koji koriste pristup putem mobilnih mreža Internetu u odnosu na ukupan broj korisnika širokopojasnog pristupa Internetu

| Način pristupa | 2009 | 2010 | 2011 |
|-----------------|--------|--------|--------|
| Putem mob.mreže | 17.78% | 31.24% | 30.34% |

Širokopojasni pristup Internetu putem mobilnih mreža, zasnovan na EDGE, UMTS ili HSDPA tehnologiji, omogućava krajnjem korisniku da putem prenosnog uređaja (telefona ili računara) pristupa Internetu sa bilo koje lokacije, zavisno od geografske pokrivenosti EDGE, UMTS i HSDPA signalom. Krajnji korisnik navedeni pristup ostvaruje korišćenjem data kartice ili putem modema.

Širokopojasni pristup Internetu putem mobilnih mreža u odnosu na ADSL pristup putem bakarne parice ima još nekoliko ograničenja koja onemogućavaju njihovo upoređivanje. Naime, stvarna

brzina kojom korisnik pristupa Internetu putem mobilnih mreža zavisi od kvaliteta prijema signala, odnosno od blizine bazne stanice operatora mobilne mreže i od broja korisnika koji u isto vrijeme ostvaruju pristup Internetu, pa je zbog toga često niža od najvećih brzina koje omogućavaju gore navedene tehnologije mobilnih mreža. Isto tako, i iz razloga što kod mobilnih mreža govor ima apsolutnu prednost nad ostalim uslugama, pa u slučaju opterećenja mreže govornim saobraćajem, dolazi do pada prenosnih brzina.

Analiza cijena usluge širokopojasnog pristupa Internetu je pokazala kako krajnji korisnik za tarifne pakete sa uključenih 1 GB plaća nižu cijenu za pristup putem mobilnih mreža u odnosu na cijenu koju bi platio za ADSL pristup putem bakarne parice. Kao što se vidi iz tabele, mjesečna pretplata u navedenim mobilnim tarifnim paketima se kreće od 5.95 Eur-a za 1 GB podataka, 29.99 Eur-a za 20 GB, dok se mjesečna pretplata za ADSL pristup putem bakarne parice kreće oko 19.99 Eur¹², pa navije.

Tabela 1.

| Operator | Naziv paketa | Kol.saob uključena paket | Cijena u Eur (sa PDV) |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Crnogorski Telekom | Basic | 1 GB | 13.99 |
| | ADSL Flat 2 | neograničeno | 19.99 |
| | MI Libero 1 | 1 GB | 5.95 |
| | MI Libero 5 | 5 GB | 19 |
| | MI Libero 20 | 20 GB | 29 |
| Telenor | Flat Start | 1.5 GB | 9.99 |
| | Flat Max | 10 GB | 29 |
| Mtel | nema data kartica | | |

Izvor: Uпитnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Međutim, cijene tarifnih paketa s većom količinom uključenog saobraćaja na osnovu pristupa putem mobilnih mreža su veće u odnosu na cijene sličnih paketa na osnovu ADSL pristupa putem bakarne parice. Naime, najveći paket koji krajnji korisnik može dobiti putem mobilnih mreža uključuje 20 GB i iznosi 29.99 Eur-a, dok ADSL pristupom putem bakarne parice može dobiti paket s neograničenom količinom podataka po cijeni od 19.99 Eur-a.

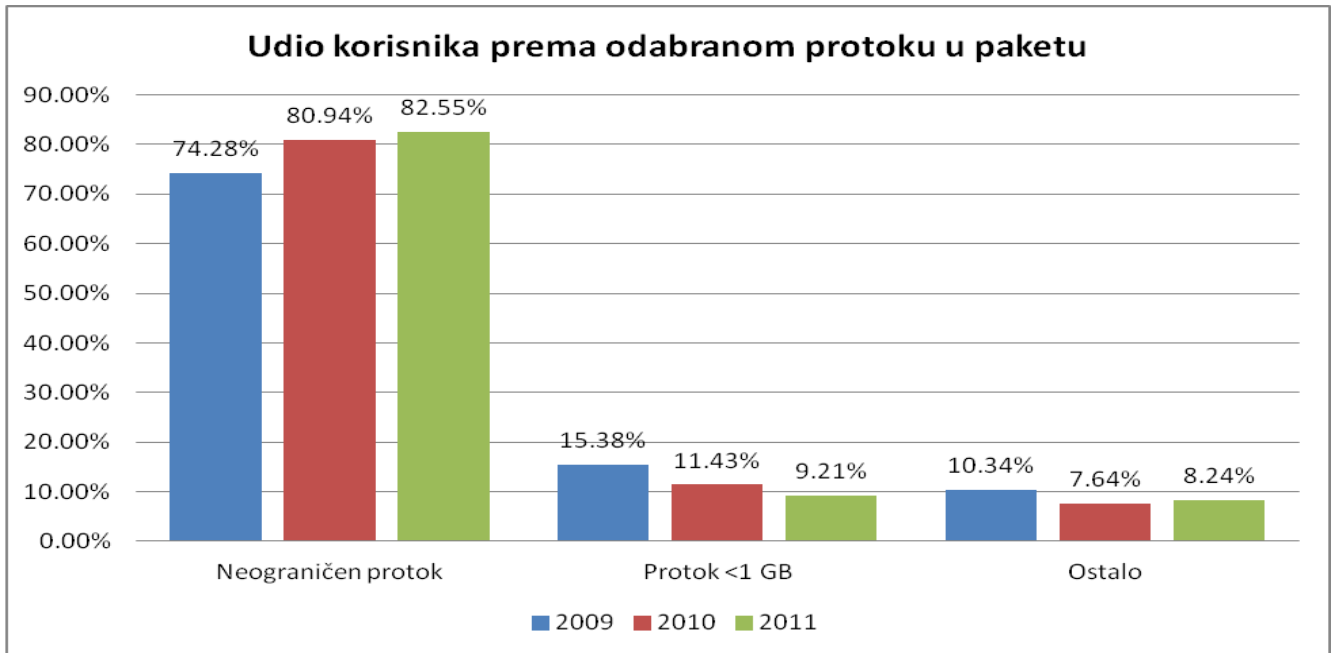
Cijena nakon utrošene količine podataka uključene u pretplatu kod mobilnih tarifnih paketa obračunava se po MB-u i iznosi od 0.02 Eur/MB do 0.18 Eur/MB (u ponudi Telenora su sledeci paketi: „Bilo gdje 5144“ -0.02eur/MB; „Bilo gdje 50“-0.15eur/MB; „Bilo gdje 750“-0.08eur/MB). Obzirom da cijena navedenog dodatnog prenosa 1 GB iznosi od 20 Eur pa navije, može se zaključiti da ista nije uporediva sa cijenama dodatnog GB u tarifnim paketima (ADSL Basic, ADSL Basic Summer, ADSL Basic vikendaši) koji se nude na osnovu ADSL pristupa putem bakarne parice, po cijeni od 3.99 Eur-a.

Iz svega navedenog proizlazi da tarifni paketi na osnovu pristupa putem mobilnih mreža nijesu uporedivi sa paketima koji se nude posredstvom ADSL pristupa putem bakarne parice. Za razliku od tarifnih paketa koji se nude putem ADSL pristupa putem bakarne parice, korisnik

¹² Navedena cijena se odnosi na najzastupljeniji paket Crnogorskog Telekom, sa brzinom do 2 Mbps i neograničenom količinom podataka uključenom u paket.

širokopojsnog pristupa Internetu putem mobilnih mreža nema mogućnost da odabere paket sa neograničenim protokom bez ograničenja brzine. S obzirom da većina korisnika (kao što smo konstatovali u ranijem tekstu) koristi pakete sa neograničenim protokom, Agencija smatra da usluge širokopojsnog pristupa Internetu putem mobilnih mreža nije supstitutivna usluga ADSL pristupu putem bakarne parice.

Slika 6. Udio korisnika prema odabranom protoku u paketu

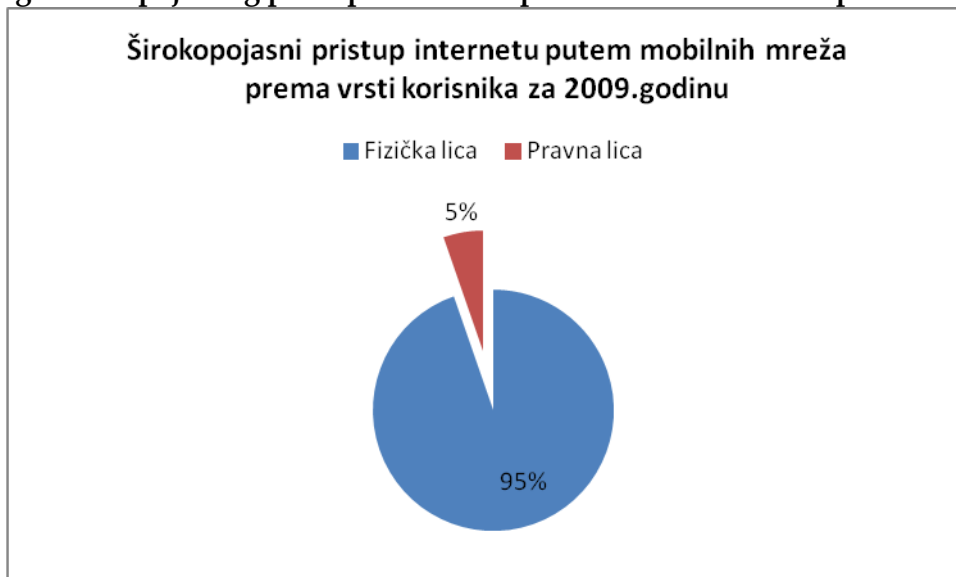


Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojsnog pristupa

Takođe, sprovođenjem hipotetičkog testa monopola, Agencija je utvrdila da usluga pristupa Internetu putem mobilnih mreža nije supstitutivna usluga ADSL pristupu putem bakarne parice, obzirom da povećanje maloprodajnih cijena tarifnih paketa koji se baziraju na ADSL pristupu putem bakarne parice, od 5-10% neće uticati na odluku krajnjih korisnika da zamijene navedenu uslugu širokopojsnog pristupa Internetu putem mobilnih mreža.

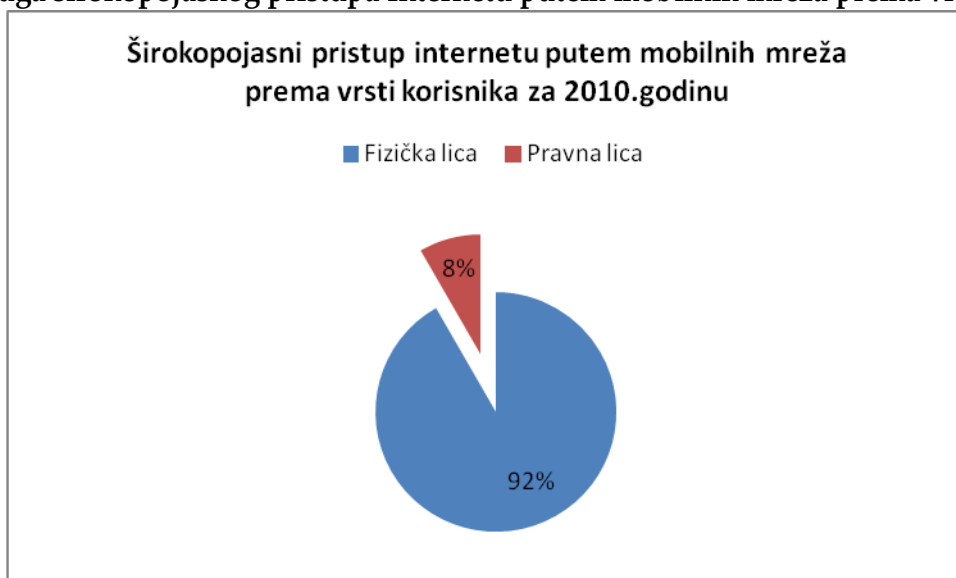
Isto tako, za razliku od usluge ADSL pristupa putem bakarne parice za koju se uglavnom odlučuju i fizička i pravna lica, korisnici usluga pristupa Internetu putem mobilnih mreža su uglavnom fizička lica.

Slika.7: Usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem mobilnih mreža prema vrsti korisnika



Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Slika.8: Usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem mobilnih mreža prema vrsti korisnika



Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Slika.9: Usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem mobilnih mreža prema vrsti korisnika



Izvor: Upitnik za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa

Uzimajući u obzir da navedenu uslugu koriste i pravna i fizička lica, uz pretpostavku da je ova usluga potrebna upravo zbog njene karakteristike mobilnosti, može se zaključiti da ista ne predstavlja supstitutivnu uslugu, već komplementarnu uslugu ADSL pristupu putem bakarne parice.

Na osnovu svega gore navedenog, Agencija smatra da, s obzirom na funkcionalne, a u određenoj mjeri i cjenovne karakteristike, usluga pristupa Internetu putem mobilnih mreža ne predstavlja supstitutivnu uslugu ADSL pristupu putem bakrene parice, već prije komplementarnu uslugu koju će korisnici koristiti u situacijama kada imaju potrebu za karakteristikom mobilnosti koju im navedena usluga nudi.

3.1.2.3. Pristup putem kablovskih mreža

Pristup putem kablovskih mreža je širokopojasni pristup Internetu koji korisniku omogućava povezivanje upotrebljavajući kabl kojim se ujedno pruža i signal kablovske televizije. Iako je prvobitno kablovska mreža bila namijenjena pružanju televizijskih servisa, danas postoji sve više kablovskih operatora, koji pomoću određenih tehničkih prednosti na mreži, mogu svojim krajnjim korisnicima pružati javno dostupnu telefonsku uslugu i prenos podataka.

Širokopojasni pristup Internetu putem kablovskih mreža može se, osim samostalno, pružati i u kombinaciji s javno dostupnom telefonskom uslugom i/ili IPTV-om unutar posebnih tarifnih paketa usluga koji su, prema prikupljenim podacima, sve popularniji među krajnjim korisnicima. Agencija je u ovom slučaju zauzela isti stav kao i kod ADSL pristupa putem bakrene parice.

Naime, nezavisno od toga što je naknada za pakete usluga veća od naknade za samostalni pristup, Agencija smatra da su samostalni pristup putem kablovskih mreža i pristup putem kablovskih mreža unutar paketa usluga sastavni dio istog relevantnog tržišta. Kao što je prethodno navedeno, Agencija smatra da će krajnji korisnici navedene pakete smatrati supstitutivnim uslugama samostalnom pristupu iz razloga što znaju da se razlika u cijeni ogleda u ostalim uslugama koje se nude unutar paketa usluga (javno dostupna telefonska usluga, IPTV), a ne u samoj usluzi širokopojasnog pristupa Internetu putem kablovskih mreža.

Širokopojasni pristup Internetu putem kablovskih mreža osigurava prenos podataka s približno jednakim brzinama kao i ADSL pristup putem bakrene parice.

Pristup Internetu putem kablovskih mreža funkcionira po principu dijeljenja širine pojasa (eng. *bandwidth*). Naime, kablovski modemi su koaksijalnim kablovima povezani sa završnim sastavom (eng. *Cable Modem Termination System – CMTS*) koji predstavlja sastavni dio CATV-centrale operatora kablovske mreže.

Svi korisnici iz iste ili nekoliko susjednih zgrada dijele isti kabl kojim su spojeni na centralni čvor, pa tako dijele i isti frekvencijski opseg (linijsku širinu) koji za komunikaciju koristi kablovski modem. Iz toga proizlazi činjenica da se može dogoditi da pojedini korisnik u određenom trenutku ne uspije postići maksimalnu brzinu ili da u trenutku veće opterećenosti kablovske mreže dolazi do pada prenosnih brzina.

U Crnoj Gori, udio krajnjih korisnika koji koriste širokopojasni pristup Internetu putem kablovskih mreža tokom analiziranog perioda je rastao, tako je krajem 2009.godine iznosio 1%, krajem 2010.godine 2% i krajem 2011.godine 4%.

Tabela: Cjenovnik Cabling Budva

| Paket | Telefonija broj linija | Brzina konekcije | Mjesečna pretplata ugovor na 12 mjeseci | Mjesečna pretplata ugovor na 24 mjeseca | Instalaciona taksa |
|--------------------------|-------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------|
| Paket "Tel" | 1 | / | 5 | 5 | 0 |
| Paket "2 Tel" | 1+1 | / | 5 | 5 | 10 |
| Paket "Net High 1M" | | 1024kbps/256kbps | 17 | 15 | 0 |
| Paket "Tel+Net High 1M" | 1 | 1024kbps/256kbps | 22 | 20 | 0 |
| Paket "2Tel+Net High 1M" | 1+1 | 1024kbps/256kbps | 22 | 20 | 10 |
| Paket "Net High 2M" | | 2048kbps/512kbps | 22 | 20 | 0 |
| Paket "Tel+Net High 2M" | 1 | 2048kbps/512kbps | 27 | 25 | 0 |
| Paket "2Tel+Net High 2M" | 1+1 | 2048kbps/512kbps | 27 | 25 | 10 |
| Paket "Net High 4M" | | 4096kbps/512kbps | 30 | 28 | 0 |
| Paket "Tel+Net High 4M" | 1 | 4096kbps/512kbps | 35 | 33 | 0 |
| Paket "2Tel+Net High 4M" | 1+1 | 4096kbps/512kbps | 35 | 33 | 10 |
| Paket "Net High 6M" | | 6144kbps/768kbps | 42 | 40 | 0 |
| Paket "Tel+Net High 6M" | 1 | 6144kbps/768kbps | 47 | 45 | 0 |

| | | | | | |
|--------------------------|-----|------------------|----|----|----|
| Paket "2Tel+Net High 6M" | 1+1 | 6144kbps/768kbps | 47 | 45 | 10 |
| Paket "Net High 8M" | | 8192kbps/768kbps | 52 | 50 | 0 |
| Paket "Tel+Net High 8M" | 1 | 8192kbps/768kbps | 57 | 55 | 0 |
| Paket "2Tel+Net High 8M" | 1+1 | 8192kbps/768kbps | 57 | 55 | 10 |

Tabela: Cjenovnik Crnogorskog Telekoma

| Naziv paketa | brzina | Količina podataka | Mjesečna pretplata |
|-------------------|------------------|-------------------|--------------------|
| Extra Trio Flat 2 | do 2Mbps/256kbps | Flat | 37.95 € |
| Extra Trio Flat 5 | do 5Mbps/512kbps | Flat | 44.95 € |
| Basic | do 1Mbps/128kbps | 1 GB | 13.99 € |
| Fl@T 2 | do 2Mbps/256kbps | Flat | 19.99 € |
| Fl@T 5 | do 5Mbps/512kbps | Flat | 24.99 € |
| Fl@T 7 | do 7Mbps/768kbps | Flat | 44.99 € |

Iz gore navedenih tabela, vidi se da Cabling Budva nudi paket "Net High 2M" za cijenu od 20 Eura za brzinu do 2 Mbps, kao i korisnici Crnogorskog Telekoma za paket "Fl@T 2", koji uz taj iznos plaćaju još i mjesečnu telefonsku pretplatu u iznosu od 5.96 Eur-a.¹³

Agencija smatra da operator koji nudi širokopojasni pristup Internetu putem ADSL pristupa putem bakarne parice ne može profitirati povećanjem cijena svojih usluga za 5 do 10% iz razloga što će korisnik širokopojasni pristup Internetu ostvarivati putem kablovskih mreža, ukoliko mu je isti dostupan.

Agencija se slaže sa smjernicom Evropske komisije koja naglašava da je korisnik indiferentan prema tehnologiji koja se koristi, u slučaju kada je dostupan alternativan (supstitutivan) pristup i kada su uporedive cijene i funkcionalnost usluge pristupa putem kablovske mreže i ADSL tehnologije. Agencija smatra kako se karakteristike i cijene usluga, kao i namjena korišćenja pristupa putem ADSL tehnologije i putem kablovske mreže, mogu smatrati gotovo identičnim. Ovo ukazuje na činjenicu da će ih korisnici smatrati supstitutivnim uslugama na strani tražnje u zavisnosti od dostupnosti i troškova prelaska s jedne tehnologije na drugu.

Shodno svemu navedenom, pristup putem kablovskih mreža, s obzirom na cijenovne i funkcionalne karakteristike, na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa Internetu predstavlja supstitutivnu uslugu ADSL pristupu putem bakarne parice.

3.1.2.4. Pristup putem bežičnih tehnologija u fiksnoj mreži

¹³ Analiza se odnosi na period 2009-2011. Od 2011 korisnici Crnogorskog Telekoma ne plaćaju više mjesečnu telefonsku pretplatu, ali plaćaju mjesečnu naknadu za pristup, u iznosu 5.96eur-a.

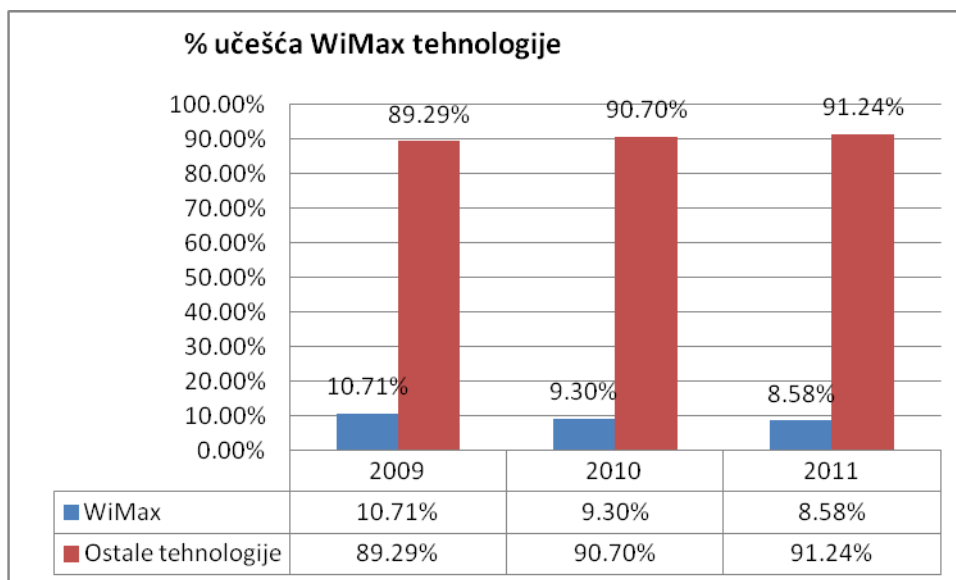
Pristup putem bežičnih tehnologija u fiksnoj mreži u Crnoj Gori se ostvaruje putem WiMax tehnologije, putem HotSpot usluge, a udio krajnjih korisnika koji koriste uslugu širokopojasnog pristupa Internetu zasnovan na pristup putem bežičnih tehnologija u fiksnoj mreži i kreće se od 7-10% u analiziranom periodu. Ova usluga najzastupljenija je kod Mtel-a.

3.1.2.4.1. Pristup putem WiMax tehnologije

U Crnoj Gori je dodijeljeno ukupno pet licenci za pružanje usluga fiksnog bežičnog pristupa putem WiMax tehnologije. Krajnjim korisnicima, maloprodajnu uslugu širokopojasnog pristupa Internetu putem WiMax tehnologije pružaju Mtel, WiMax Montenegro i Telenor.

Na slijedećem grafiku je dato procentualno učešće WiMax tehnologije pružanja širokopojasnog pristupa Internetu u odnosu na ukupan broj svih tehnologija.

Slika : % učešća WiMax tehnologije u svim tehnologijama širokopojasnog pristupa



U analiziranom periodu, broj krajnjih korisnika usluge širokopojasnog pristupa Internetu putem WiMax tehnologije je dosta nizak. Razlozi zbog kojih ova tehnologija nije dovoljno zastupljena pri pružanju usluge širokopojasnog pristupa Internetu je da je u posmatranom periodu samo Mtel pružao ovu uslugu, dok ostali nosioci licenci nijesu bili počeli sa radom, a i sam Crngorski Telekom je prodao svoju licenu.

Kao što je navedeno, licencu je dobilo pet operatora, a uslugu pružaju tri. Operatori se tokom komercijalnog pružanja usluga putem WiMAX tehnologije susrijeću sa problemima u eksploataciji do sada nabavljene i implementirane opreme (oprema nije bila interoperabilna) kao i sa problemom neprihvaćenosti usluge na tržištu, kao i sa visokom cijenom terminalne opreme. Korisnici se pri odabiru usluge širokopojasnog pristupa Internetu prvenstveno rukovode cijenom i kvalitetom usluge, pa se iz tog razloga teško

odlučuju za pristup putem WiMAX tehnologije. S obzirom da iz navedenih razloga nijesu u mogućnosti pružiti navedenu uslugu, dugoročno komercijalno isplativu, operatori odustaju od dobijenih licenci.

Shodno gore navedenom, Agencija ne smatra navedenu tehnologiju supstitutivnom uslugom ADSL pristupu putem bakarne parice.

3.1.2.4.2. Fiksni bežični pristup putem HotSpot usluge

HotSpot usluga kao rješenje bežičnog pristupa Internetu, koje se temelji na WLAN tehnologiji, ne može se smatrati supstitutivnom uslugom ADSL pristupu putem bakarne parice, iz razloga što mu ne može cjenovno konkurisati.

Ovu uslugu na Crnogorskom tržištu pruža Crnogorski Telekom. Usluga pristupa Internetu putem HotSpot usluge naplaćuje se po trajanju, a ne po količini prenešenih podataka, kao što je to slučaj kod usluge širokopojasnog pristupa Internetu koja se temelji na ADSL pristupu putem bakarne parice. Takođe, HotSpot usluga omogućava pristup na tačno određenim lokacijama poput gradskih trgova, luka, hotela i aerodrome, pa samim tim nije namijenjena domaćinstvima i preduzećima i kao takva ne predstavlja supstitutivnu uslugu ADSL pristupu putem bakarne parice.

3.1.2.5. Pristup putem iznajmljenih vodova

Usluga iznajmljenog voda namijenjena je pravnim licima i velikim preduzećima, čija se poslovna komunikacija zasniva na potrebi stalne prisutnosti na Internetu kao i prenosu podataka velikim brzinama. Prednosti pristupa stalnim vodom su velika brzina, sigurnost, maksimalna pouzdanost, istovremeni pristup Internetu za veći broj korisnika, mogućnost stalnog priključenja sopstvenog računarskog sistema na Internet. Usluga iznajmljenog voda podrazumijeva iste brzine dolaznog i odlaznog prenosnog kapaciteta, odnosno simetričnost prenosa podataka, što je funkcionalno razlikuje od usluge ADSL pristupa putem bakarne parice, koja omogućava asimetričan prenos podataka, odnosno različite brzine u dolaznom i odlaznom smjeru.

Cijena zakupljenog mjesnog voda Crnogorskog Telekoma kapaciteta 2 Mbit/s iznosi 585.00 Eur-a, dok pristup Internetu brzinom od 5 Mbit/s u dolaznom smjeru putem ADSL pristupa putem bakarne parice uključujući neograničeni Internet protok iznosi 24.99 Eur-a (ADSL Flat 5 paket).

Shodno gore navedenom, usluga pristupa Internetu putem iznajmljenih vodova, s obzirom na funkcionalne i cjenovne karakteristike, ne predstavlja odgovarajuću supstitutivnu uslugu ADSL pristupu putem bakarne parice.

3.1.2.6. Pristup putem optičkih vlakana

U period koji je predmet ove analize, mali je broj krajnjih korisnika (manje od 0.5%) koji koriste uslugu širokopojasnog pristupa Internetu putem optičkih vlakana. Kako raste ponuda sadržaja za koji je potreban širokopojasni pristup Internetu, i uz sve veću potražnju za uslugom IP televizije, raste i potražnja korisnika za većim kapacitetima, odnosno većim prenosnim brzinama širokopojasnog pristupa Internetu.

S obzirom da optička vlakna omogućavaju veće prenosne brzine od xDSL tehnologije, što omogućava pružanje usluge visokog kvaliteta, podržava napredne IP aplikacije, kao što je npr. HDTV (eng. *High Definition Television*), Agencija smatra da će u narednom period rasti broj krajnjih korisnika kojima će operatori pružati uslugu širokopojasnog pristupa Internetu putem optičkih vlakana, odnosno doći će do porasta broja krajnjih korisnika koji su spremni platiti višu cijenu za veći kvalitet usluge. Ukoliko bi se usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem optičkih vlakana pružala po jednakim brzinama i cijenama koje su trenutno dostupne korisnicima putem bakarne parice, krajnji korisnici ne bi mogli primijetiti bilo kakvu razliku između ove dvije usluge, pa bi na strani tražnje supstitucija ovih usluga bila još izraženija u odnosu na situaciju u kojoj bi postojale određene razlike među navedenim uslugama, odnosno situaciju u kojoj bi se usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem optičkih vlakana krajnjim korisnicima pružala po većim brzinama i cijenama.

Agencija smatra da će usluge širokopojasnog pristupa Internetu putem optičkih vlakana imati značajan uticaj na konkurenciju u narednom periodu na maloprodajnom nivou, odnosno da će navedene usluge biti zamjenjive sa već postojećim uslugama baziranim na ADSL tehnologiji, iz razloga što će se na taj način zadovoljiti potreba korisnika za kvalitetnijim, bržim i inovativnim uslugama.

Shodno svemu navedenom, Agencija smatra kako se za uslugu pristupa Internetu putem Optičkih vlakana, bez obzira na trenutno relativno mali broj korisnika, već sad može konstatovati da je supstitutivna usluga ADSL pristupu putem bakarne parice, a što će u budućnosti bit još izraženije.

3.1.2.7. Pristup putem satelitskih veza

Usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem satelitskih veza nije primjenljiva za povezivanje gdje god postoji alternativno rješenje. Naime, satelitske veze se koriste u slučajevima kada je potrebno realizovati vezu tamo gdje ne postoji zemaljska infrastruktura. Međutim, zbog velike udaljenosti koju mora preći signal, kod starijih satelitskih tehnologija dolazilo je do čestih kašnjenja u komunikaciji. Iako su protekom vremena i razvojem tehnologije inicijalna kašnjenja smanjena u velikoj mjeri, ista i dalje nisu u potpunosti uklonjena. U skladu s navedenim, za lokacije gdje je širokopojasni pristup Internetu putem satelitskih veza jedino rješenje, korisnici na raspolaganju mogu imati jedino ograničen skup usluga malih zahtjeva za propusnošću i koje se ne odvijaju u stvarnom vremenu, dok su aplikacije poput videokonferencija neprimjenjive.

Osim prethodno navedenog, širokopojasni pristup Internetu putem satelitskih veza u odnosu na ADSL pristup putem bakarne parice ima još nekoliko ograničenja koja

onemogućavaju njihovu usporedivost. Naime, za razliku od tarifnih paketa putem ADSL pristupa putem bakarne parice, korisnik širokopojasnog pristupa Internetu putem satelitskih veza nema mogućnost odabira paketa s neograničenim protokom. S obzirom da većina korisnika danas koristi pakete s neograničenim protokom, Agencija smatra da usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem satelitskih veza nije supstitutivna usluga ADSL pristupu putem bakarne parice.

Shodno svemu gore navedenom, Agencija ne smatra navedenu tehnologiju supstitutivnom uslugom ADSL pristupu putem bakarne parice.

3.1.3 Analiza stepena supstitucije na strani ponude

Zamjenjivost na strani ponude se ogleda u mogućnosti da operatori koji ne nude uslugu maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu na osnovu ADSL pristupa putem bakarne parice, reagujući na povećanje cijene navedene usluge, u periodu na koje se odnosi ova analiza, ponude isličnu uslugu toj maloprodajnoj usluzi, bez izlaganja dodatnim troškovima.

Agencija je razmatrala zamjenljivost na strani tražnje i zaključila koje usluge na strani tražnje predstavljaju supstitutivnu uslugu usluzi maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu na osnovu ADSL pristupa putem bakarne parice. Međutim, određena usluga se može smatrati supstitutivnom uslugom nekoj drugoj usluzi samo onda kada su usluge zamjenjive i na strani tražnje i na strani ponude. Iz tog razloga, Agencija će u ovom poglavlju razmatrati usluge za koje je na strani tražnje zaključila da su supstitutivne usluge usluzi maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu na osnovu ADSL pristupa putem bakarne parice, pa utvrditi jesu li navedene usluge supstitutivne i na strani ponude.

3.1.3.1. Pristup putem kablovskih mreža

Kao što je ranije navedeno, korisnici na strani tražnje uslugu širokopojasnog pristupa Internetu putem kablovskih mreža, prema funkcionalnim i cijenovnim karakteristikama, smatraju supstitutivnom uslugom ADSL pristupu putem bakarne parice. S obzirom da operatori kablovskih mreža krajnjim korisnicima već pružaju usluge koje su uporedive sa uslugama koje pružaju operatori fiksnih mreža koristeći ADSL tehnologiju, može se govoriti i o supstituciji na strani ponude, iz razloga što kablovski operatori ne bi bili prisiljeni na velika dodatna ulaganja u slučaju reagovanja na povećanje cijene ADSL pristupa.

Agencija je pri određivanju supstitucije na strani ponude razmatrala dostupnost usluga putem kablovskih mreža, odnosno činjenicu da kablovski operatori ulažu u svoju mrežu većinom na području velikih gradova, što je i razumljivo, s obzirom da se u velikim gradovima i nalazi najveći broj korisnika. Ipak, posmatrajući trend rasta usluga putem kablovskih mreža i moguća ulaganja operatora u kablovske mreže, odnosno povećavanje

dostupnosti usluga krajnjim korisnicima, Agencija zaključuje kako se usluga širokopojasnog pristupa Internetu putem kablovskih mreža i ADSL pristup putem bakarne parice mogu smatrati supstitutivnim uslugama i na strani ponude, te da ove dvije usluge pripadaju istom relevantnom tržištu.

3.1.3.2. Pristup putem optičkih vlakana

Kao što je ranije, kod posmatranja supstitucije na strani tražnje navedeno, kako raste ponuda sadržaja za koji je potreban širokopojasni pristup Internetu, te uz sve veću tražnju za uslugom IP televizije, raste i tražnja korisnika za većim kapacitetima, odnosno većim prenosnim brzinama širokopojasnog pristupa Internetu. U situacijama u kojima je potreban istovremeni prenos govora, interaktivnog videa i usluga brzog prenosa podataka između krajnjih korisnika i lokalne centrale, ADSL tehnologija bi se mogla pokazati nedovoljnom.

Shodno tome, u narednom periodu za očekivati je da će operatori ulagati u pristupnu infrastrukturu, a sve s ciljem zadovoljavanja potreba krajnjih korisnika, odnosno kako bi bili u mogućnosti ponuditi širok opseg usluga kao što su prenos HDTV-a, videa, videokonferencija, i usluga prenosa govora putem internetskog protokola (VoIP).

U slučaju da se operator odluči za navedeno biće suočen sa značajnim ulaganjima, koja u Najvišoj mjeri zavise do stanja mreže operatora, ali i od stepena konkurencije na maloprodajnom nivou. Troškovi modernizacije pristupne mreže i gradnje novih pristupnih mreža do krajnjih korisnika su značajni, međutim pristup nove generacije (u ovom slučaju FTTx) do krajnjeg korisnika, operatoru koji je pristupio modernizaciji pristupne mreže, pruža mogućnost za velike i dugoročne uštede vezane za operativne troškove i što je još važnije platformu, odnosno osnovu za pružanje kvalitetnijih, inovativnih i potencijalno profitabilnijih usluga krajnjim korisnicima.

S obzirom na široku rasprostranjenost postojeće bakarne pristupne mreže, na područjima gdje se nalazi veliki broj krajnjih korisnika, troškovi ulaganja u optiku mogu biti znatno smanjeni iz razloga što se mogu izbjeći troškovi kopanja i povlačenja kablovske kanalizacije. Naime, na područjima gdje već postoji kablovska kanalizacija i gdje je potrebno samo provući optičke kablove kroz postojeću kanalizaciju, uz pretpostavku kako na troškove kopanja i povlačenja kablovske kanalizacije otpada oko 70% troškova ulaganja, može se zaključiti kako ulaganja u optiku, prije svega za Crnogorski Telekom, mogu biti osjetno niža u odnosu na situaciju kada bi neki operatori morali ulagati od početka.

Svi operatori koji su trenutno prisutni na tržištu i pružaju usluge krajnjim korisnicima su svjesni činjenice kako je ulaganje u optiku neizbježno ukoliko žele zadržati postojeće i pridobiti nove korisnike, pa samim tim i ostati na tržištu.

Agencija zaključuje kako i na strani ponude pristup putem optičkih vlakana predstavlja supstitutivnu uslugu ADSL pristupu putem bakarne parice.

3.1.4 Zaključak o relevantnom tržištu

Shodno prethodno navedenom, Agencija zaključuje kako se relevantno maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa Internetu sastoji od:

- Usluge xDSL pristupa putem bakarne parice
- Usluge pristupa putem kablovskih mreža i
- Usluge pristupa putem optičkih vlakana

nezavisno od toga da li se navedeni pristup nudi samostalno ili kao dio nekog paketa usluga.

Kako bi donijela konačan zaključak o granicama relevantnog maloprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa Internetu, nakon što je definisala relevantno tržište u dimenziji usluga, Agencija mora još da definiše relevantno tržište u geografskoj dimenziji.

3.2 Geografska dimenzija relevantnog tržišta

Agencija geografsku dimenziju posmatra pojedinačno za svakog operatora.

Svaki od operatora koji djeluju na tržištu širokopojasnog pristupa imaju odobrenja za pružanje usluga i nude navedene usluge na čitavoj teritoriji Crne Gore. Takođe, pravni i regulatorni okvir vezan za područje elektronskih komunikacija je isti na cijeloj teritoriji Crne Gore.

U skladu s navedenim, Agencija geografsku dimenziju relevantnog tržišta određuje kao teritoriju Crne Gore i to za sve operatore koji nude usluge širokopojasnog pristupa na tržištu.

3.3 Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta

Na osnovu prethodno izloženog, Agencija je utvrdila da tržište javno dostupne usluge širokopojanog pristupa internetu u Crnoj Gori obuhvata sledeće usluge:

- xDSL pristup putem bakarne parice
- pristup putem kablovskih mreža i
- pristup putem optičkih vlakana.

nezavisno od toga da li se navedeni pristup nudi samostalno ili kao dio nekog paketa usluga.

Agencija određuje da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji cijela teritorija Crne Gore.

4. TEST TRI KRITERIJUMA

Relevantna Preporuka iz februara 2003. godine sadržala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji, što znači da je Evropska komisija zaključila da su na relevantnim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), te na taj način utvrdila da su relevantna tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Evropske unije. Prethodna Preporuka o relevantnim tržištima izmjenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnom tržištima, postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio trenutno važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulisati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Tržište „maloprodaje širokopojsnog pristupa Internetu“, nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima iz 2007.godine.

Na osnovu navedenog, Agencija može prethodno regulisati navedeno tržište jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena sljedeća tri kriterijuma:

1. prisustva snažnih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne i regulatorne prirode;
2. procjene povećanja konkurentnosti relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera;
3. ocjene regulatora da li su važećim Zakonom o zaštiti konkurencije propisane mjere za suzbijanje radnji i akata kojim se sprječava, ograničava ili narušava konkurencija i drugih strukturnih poremećaja na tržištu elektronskih komunikacija.

U slučaju da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma, Agencija je u mogućnosti da sprovede analizu kojom se utvrđuje nivo tržišne konkurencije, odnosno utvrđuje se postoje li na tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom. Glavna razlika između Testa tri kriterijuma i analize tržišta kojom se utvrđuje nivo tržišne konkurencije, odnosno postoje li na tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom je u tome što je kod Testa tri kriterijuma naglasak na razvoju i strukturi tržišta, a kod analize tržišta naglasak je na odnosu između operatora koji djeluju na tom relevantnom tržištu.

4.1 Prvi kriterijum: prisutnost visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode

U skladu s članom 41. stav 2. ZEK-a, odnosno u skladu s Preporukom Evropske komisije, dvije vrste prepreka su ključne prilikom određivanja da li postoje visoke i trajne prepreke ulaska na tržište:

- strukturne prepreke;
- pravne ili regulatorne prepreke.

Prvi kriterijum je statički kriterijum, odnosno kriterijum na osnovu kojeg je Agencija u mogućnosti procijeniti postoje li u tačno određenom trenutku visoke i trajne strukturne, pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište.

Prijetnja od ulaska na tržište, nezavisno ulazi li novi operator na tržište na kraći ili duži period, predstavlja glavni pritisak od strane potencijalne konkurencije na postojeće operatore na tržištu. U slučaju kada postoje prepreke ulaska na tržište odnosno u situaciji u kojoj su izgrađene prepreke ulaska na tržište smanjuje se postojećim operatorima na tržištu i prijetnja od ulaska novih operatora. Na osnovu navedenog, može se zaključiti da utvrđivanjem postoje li visoke i trajne prepreke ulaska na određeno tržište, Agencija može uticati na razvoj efikasne tržišne konkurencije na tom tržištu.

4.1.1 Strukturne prepreke ulaska na tržište

Na osnovu Preporuke Evropske komisije iz 2003. godine¹⁴, nacionalnim regulatornim tijelima prilikom određivanja postoje li na tržištu visoke i trajne prepreke ulaska mogu pomoći sljedeći kriterijumi, koji ne moraju biti istovremeno zadovoljeni:

- nadzor nad infrastrukturom, koji predstavlja visoku prepreku razvoju infrastrukturne konkurencije;
- stepen vertikalne integracije;
- postojanje nenadoknadivih troškova;
- jednostavan ili povlašćen pristup tržištima kapitala ili novčanim izvorima;
- ekonomija obima;
- ekonomija širine;
- prepreke prelaska za krajnje korisnike;
- stepen diverzifikacije usluga;
- tehnološka prednost ili nadmoć.

Agencija je u nastavku koristila neke od prethodno spomenutih kriterijuma, a sve u svrhu utvrđivanja stvarnog stanja na tržištu elektronskih komunikacija u Crnoj Gori odnosno utvrđivanja postoje li ili ne postoje strukturne prepreke ulaska na maloprodajno tržište širokojasnog pristupa Internetu.

a) nadzor nad infrastrukturom, koji predstavlja visoku prepreku razvoju infrastrukturne konkurencije

Crnogorski Telekom je bivši monopolista i vlasnik elektronske komunikacione mreže sa najvećim brojem aktivnih bakarnih parica. Geografska dostupnost, tj. raširenost tih bakarnih parica je izrazito velika s obzirom da je Crnogorski Telekom, kao pružalac osnovne telekomunikacione usluge, saglasno Zakonu o telekomunikacijama, bio obavezan svim korisnicima ponuditi pristup svojoj mreži. Crnogorski Telekom je izgradio sopstvenu pristupnu mrežu u periodu dok je bio javno preduzeće i dio JP PTT-a¹⁵, te nakon toga, u periodu u kojem je uživao ekskluzivna prava.

¹⁴ ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

¹⁵ Javno preduzeće poštanskog, telefonskog i telegrafskog saobraćaja

Za ostale operatore, koji postoje na tržištu ili planiraju ući na tržište, izgradnja sopstvene pristupne infrastrukture na bazi bakarnih parica ili optičkih vlakana je otežana zbog visokih i većinom nenadoknadivih troškova ulaganja zbog potrebe kopanja i provlačenja kablovske kanalizacije. Izgradnja i stavljanje u upotrebu sopstvene pristupne infrastrukture zahtijeva visoka kapitalna ulaganja te detaljno razrađene poslovne planove i razumno vrijeme povraćaja uložениh sredstava. U skladu s navedenim može se zaključiti kako ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova, koje operatori neće moći nadoknaditi u slučaju tržišnog neuspjeha i izlaska s tržišta. Stoga, uzimajući u obzir geografsku rasprostranjenost pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekoma, te činjenicu da je ista građena tokom dugog perioda, odnosno u periodu, kako je već navedeno, kada je Crnogorski Telekom bio javno preduzeće kao i u sljedećem periodu kada je uživao ekskluzivna prava, repliciranje pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekoma za pružanje usluge maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu krajnjim korisnicima nije ekonomski opravdano.

Iz svega prethodno navedenog, Agencija zaključuje kako postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije.

Međutim, potrebno je naglasiti kako postojanje veleprodajnih ponuda putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži bivšeg monopoliste, može u potpunosti ukloniti ili samo ublažiti postojanje visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije. Navedeno je detaljno obrađeno pod kriterijumom „postojanje nenadoknadivih troškova“ koje je obrađeno dalje u dokumentu.

b) stepen vertikalne integracije

Vertikalna integracija podrazumijeva operatora koji je prisutan na više različitih, vertikalno povezanih, veleprodajnih i maloprodajnih tržišta. Vertikalna integracija se, saglasno Smjernicama Evropske komisije, tretira kao zauzimanje tržišne moći. Takvo zauzimanje tržišne moći je pokušaj istiskivanja konkurencije s potencijalno konkurentskog tržišta ili samo ometanje konkurencije pri ulasku na tržište.

Na tržištu maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu, trenutno uslugu krajnjim korisnicima nudi 5 operatora. Od svih operatora samo je Crnogorski Telekom vertikalno integrisani operator, odnosno operator koji djeluje na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa Internetu, te povezanim veleprodajnim tržištima pristupa. Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir da Crnogorski Telekom raspolaze mrežnom infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom pružaju mu ključnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu, iz čega se zaključuje kako Crnogorski Telekom ima visok stepen vertikalne integracije koja dodatno jača tržišnu poziciju istog i posljedično slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

Međutim, kao i kod kriterijuma *“nadzor nad infrastrukturom, koji predstavlja visoku prepreku razvoju infrastrukturne konkurencije”* potrebno je naglasiti kako postojanje veleprodajnih ponuda, putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži bivšeg monopolista, može u potpunosti ukloniti ili samo ublažiti postojanje visokog stepena vertikalne integracije

bivšeg monopoliste. Navedeno pitanje je takođe detaljno obrađeno u kriterijumu "*postojanje nenadoknadivih troškova*", koje je predmet sljedećeg poglavlja.

c) **postojanje nenadoknadivih troškova**

Nenadoknadivi troškovi (eng. *sunk cost*) su ona vrsta troškova koje operator neizbježno trpi kad želi pristupiti nekom tržištu ili na tom tržištu djelovati, ali koji će biti nepovratno izgubljeni ako s tog tržišta izađe (ili bude prisiljen da izađe). Što je više nenadoknadivih troškova, to više potencijalni operatori, koji žele pristupiti tržištu, moraju uzeti u obzir rizik ulaska na tržište te što je više nenadoknadivih troškova to više jača pozicija postojećih operatora u odnosu na nove konkurente s obzirom da je istim zbog nenadoknadivih troškova skupo da izađu sa tržišta. Operator koji ulazi na tržište mora voditi računa o tome da njegove cijene nakon što uđe na tržište budu na nivou kojim će pokriti nenadoknadleve troškove.

Uzevši u obzir da Crnogorski Telekom ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom na vertikalno integrisanim tržištima pristupa, isti ima obavezu da operatorima koji djeluju na tržištu ponudi različite veleprodajne usluge (usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, usluga Bitstream pristupa) putem kojih su operatori u mogućnosti da ponude krajnjim korisnicima uslugu širokopojsnog pristupa.

Prethodno spomenute veleprodajne usluge smatraju se uslugama kojima se ostvaruje direktan ili indirektan pristup mreži bivšeg monopoliste odnosno Crnogorskog Telekoma. Usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji smatra se *direktnim pristupom* mreži bivšeg monopolista dok se usluga Bitstream pristupa smatraju uslugama kojima se ostvaruje *indirektan pristup* mreži bivšeg monopolista.

Usluge direktnog pristupa mreži (u koji ulazi i gradnja sopstvene pristupne infrastrukture) zahtijeva od operatora veća ulaganja, a samim time dolazi i do rasta nenadoknadivih troškova.

Iz navedenog proizlazi da su nenadoknadivi troškovi veći u slučaju da operatori krajnjim korisnicima pružaju uslugu širokopojsnog pristupa Internetu putem sopstvene pristupne infrastrukture ili putem usluge izdvojenog ili dijeljenog pristupa lokalnoj petlji, nego ako istu pružaju putem usluge Bitstream pristupa. Što su nenadoknadivi troškovi veći to je postojanje visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije jače izraženo.

Naime, zbog manjih nenadoknadivih troškova, bilo bi za očekivati da operatori u početku odaberu indirektan pristup putem usluge Bitstream pristupa, kako bi u vrlo kratkom vremenu uz što manje nenadoknadleve troškove, ostvarili ekonomiju obima. No zbog činjenice da se na ljestvici ulaganja indirektni pristup putem usluge Bitstream pristupa nalazi na nižem nivou od usluge izdvojenog pristupa lokalnoj petlji te kao takav ne nudi dovoljnu fleksibilnost novim operatorima u pogledu diferencijacije svojih usluga u odnosu na bivšeg monopolistu odnosno Crnogorski Telekom, vrlo je vjerovatno da će se u budućem vremenu novi operatori postupno penjati na ljestvici ulaganja, ulažući tako svoj kapital u infrastrukturu putem ulaganja u uslugu izdvojenog pristupa lokalnoj petlji. Ulaganjem u uslugu izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, operatori će bit u mogućnosti da

ponude široku lepezu novih usluga koje će se razlikovati od usluga bivšeg monopoliste odnosno Crnogorskog Telekom, stvarajući na taj način prostor za sticanje novih korisnika.

Agencija, kao regulatorno tijelo, mora da omogućí razvoj efikasne tržišne konkurencije, iz čega proizlazi kako je izrazito važno da na tržištu maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu ne bude ugrožena efikasna tržišna konkurencija. Uzevši u obzir kako je na spomenutom tržištu tržišni udio Crnogorskog Telekom i dalje izrazito visok, po mišljenju Agencije postoji velika opasnost kako bi u odsustvu regulacije Crnogorski Telekom upravo zbog i dalje visokog tržišnog udjela mogao snižavanjem cijena stvoriti trajne prepreke ulaska na tržište novim operatorima i istisnuti postojeće operatore s tržišta.

Crnogorski Telekom bi, kao vertikalno integrisani operator odnosno jedini infrastrukturni operator na tržištu, bio u mogućnosti da smanji maloprodajne cijene u svojim tarifnim paketima, te još snažnijom ponudom promotivnih akcija da ugrozi ionako nedovoljno snažnu poziciju novih operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge. Drugim riječima, Crnogorski Telekom bi spuštanjem maloprodajnih cijena, bez obzira na postojanje ponude veleprodajne usluge bitstream pristupa, ulazak na tržište učinio neisplativim i/ili učinio neisplativim dalji opstanak na tržištu s obzirom da bi navedeno natjeralo nove operatore na spuštanje maloprodajnih cijena, što posljedično uzrokuje pad njihove prodaje i prihoda odnosno postavljanje istih na nivo na kome se ne pokrivaju nenadoknadivi troškovi. Navedeno se smatra strukturnom preprekom ulaska na tržište.

U skladu sa svime prethodno navedenim, Agencija zaključuje kako trenutna situacija na tržištu odnosno, postojanje nenadoknadivih troškova predstavlja prepreku ulasku ili zadržavanju operatora na tržištu maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu. Drugim riječima, Agencija smatra kako trenutna situacija na tržištu, uzevši u obzir i postojanje veleprodajnih ponuda, ne uklanja visoke prepreke razvoja infrastrukturne konkurencije i visoki stepen vertikalne integracije koji ima Crnogorski Telekom, već samo ublažava postojanje istih, ali ne u mjeri u kojoj u odsustvu regulacije ne bi bio ugrožen daljnji razvoj efikasnog tržišnog konkurencije na tržištu maloprodajnog širokopojasnog pristupa Internetu. Kao što je već spomenuto, Agencija navedeno razmišljanje prvenstveno bazira na činjenici i dalje vrlo snažnog tržišnog udjela Crnogorskog Telekom.

d) prepreke prelaska za krajnje korisnike

Prilikom procjene postoje li prepreke pri prelasku krajnjih korisnika s bivšeg monopolista na nove operatore koji djeluju na tržištu potrebno je utvrditi postoji li razlika u trošku, s jedne strane, za nove operatore koji pokušavaju steći novog korisnika u odnosu na trošak koji ima operator iz perioda monopola pri zadržavanju postojećih korisnika. Po mišljenju Agencije, prilikom upoređenja prethodno pomenutih troškova dolazi do određene razlike u samom trošku na štetu novih operatora. Naime, Crnogorski Telekom, kao bivši monopolist, predstavlja vrlo snažno i prepoznatljivo tržišno ime (eng. *brand*) koje je poznato gotovo svim privatnim korisnicima i koji u slučaju sličnih maloprodajnih cijena koje nude ostali operatori na tržištu nemaju potrebu za promjenom operatora.

S druge strane, novi operatori nemaju toliko snažno i prepoznatljivo tržišno ime iz čega proizlazi da moraju uložiti dodatne napore kao i novčana sredstva kroz oglašavanje svog tržišnog imena i stvaranja slike kvalitetnog i pouzdanog operatora kako bi isti postao prepoznatljiv, a samim time i zanimljiv krajnjim korisnicima.

Uzevši u obzir da postoji određena razlika u trošku s jedne strane sticanja, a, s druge strane, zadržavanja krajnjih korisnika, navedeno predstavlja prepreku ulasku na tržište.

e) ekonomija obima

Ekonomija obima (eng. *economy of scope*) se odnosi na potencijalne prednosti operatora dobivene zajedničkom ponudom različitih proizvoda i usluga. Infrastrukturni operatori su horizontalno integrisani operatori, odnosno operatori koji krajnjim korisnicima nude čitavu lepezu usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojasnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a). Upravo spomenuta horizontalna integrisanost omogućava operatorima korišćenje prednosti ekonomija obima.

U gore navedenim kriterijumima je spomenuto kako će operatori, koji ulaze na tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu, za prvu akviziciju korisnika većinom izabrati indirektan pristup mreži kroz uslugu Bitstream operatora, a ne direktan pristup mreži kroz uslugu izdvojene lokalne petlje ili gradnju sopstvene pristupne mreže, zbog nižih nenadoknadivih troškova.

Iako bi postojanjem Bitstream usluge pristupa i mogućnošću ugovaranja PVC kanala za VoIP/IPTV, operatorima bi se olakšao ulazak na tržište i povećala bi se mogućnost korišćenja prednosti ekonomije obima, Agencija smatra da raniji ulazak na veliki broj različitih tržišta i veća baza korisnika, u odnosu na ostale operatore koji su kasnije ušli ili se tek spremaju ući na pojedina tržišta, Crnogorskom Telekomu omogućava korišćenje ekonomije obima u većoj mjeri nego njegovim konkurentima na tržištu.

Shodno svemu navedenom, Agencija smatra da postojanje ekonomije obima može predstavljati prepreke ulasku operatorima koji tek ulaze ili namjeravaju ući na tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu.

f) ekonomija širine

Ekonomija širine (eng. *economy of scale*) nastaje smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obima (volumena) proizvodnje.

Crnogorski Telekom je prvi počeo pružati uslugu pristupa širokopojasnom Internetu na području Crne Gore i kao takav uživa prednosti ekonomije širine pružajući uslugu širokopojasnog pristupa Internetu najvećem broju krajnjih korisnika. Iz navedenog slijedi kako je jedinični trošak Crnogorskog Telekoma za pružanje navedene usluge puno niži od troška koji će za istu uslugu imati operator koji tek ulazi na tržište ili operator koji za pružanje usluge širokopojasnog pristupa Internetu koristi indirektan pristup mreži.

Naime, navedeno je logično zbog, kao što je gore u dokumentu i navedeno, nižih nenadoknadivih troškova.

Naime, trošak pružanja usluge širokopojasnog pristupa Internetu operatoru koji koristi indirektan pristup mreži odnosno veleprodajnu uslugu Bitstream pristupa je isti, bez obzira na broj korisnika. Za razliku od ostalih operatora, u slučaju Crnogorskog Telekom, ukupan trošak usluge po jedinici pružanja usluge pada u odnosu na ostvareni broj pristupa s obzirom da je Crnogorski Telekom infrastrukturni operator odnosno posjeduje sopstvenu pristupnu mrežu.

4.1.2 Pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište

Na osnovu preporuke Evropske komisije, pravne ili regulatorne prepreke ne zavise od ekonomskih uslova, već proizlaze iz pravnih, administrativnih ili ostalih sličnih mjera koje indirektno utiču na ulazak novih operatora na tržište.

Prema dokumentu Evropske grupe regulatora (ERG), glavne pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište odnose se na sljedeće:

- potreba za administrativnom odlukom, odnosno dozvolom, kako bi se moglo započeti sa komercijalnim radom;
- ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radio-frekvencijskog spektra;
- uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište.

a) potreba za administrativnom odlukom, odnosno dozvolom, kako bi se moglo započeti sa komercijalnim radom

ZEK je stupio na snagu 27. avgusta 2008. godine. Na osnovu člana 31. ZEK-a svako pravno ili fizičko lice ima pravo da uspostavi i daje na korišćenje elektronsku komunikacionu mrežu, te da pruža elektronske komunikacione usluge na području Crne Gore, bez pribavljanja posebnog ovlašćenja, odnosno u mogućnosti su da navedene usluge pružaju samo na osnovu generalnog ovlašćenja (autorizacije). Generalno ovlašćenje podrazumijeva da su, saglasno članu 32. ZEK-a, obavezni 15 dana prije početka pružanja usluga obavijestiti u pisanom obliku Agenciju o svojoj namjeri. Do stupanja na snagu ZEK-a odnosno na osnovu ZOT-a operatori su od Agencije trebali da imaju izdatu opštu ili posebnu licencu.

b) ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radio-frekvencijskog spektra

Navedeni tip prepreke se ne odnosi na tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu, koje je obrađeno u ovom dokumentu.

c) uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište

Agencija smatra da ne postoje nikakve odredbe, u zakonskim ili podzakonskim aktima, koje bi onemogućile operatoru koji je izgradio sopstvenu pristupnu mrežu da ostvari ulazak na tržište

maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu. Nadalje, svaki operator koji ulazi na tržište ne mora sagraditi sopstvenu pristupnu mrežu da bi pružao usluge korisnicima, već je u mogućnosti da koristi veleprodajne ponude koje je Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na vertikalno povezanim veleprodajnim tržištima, obavezan ponuditi svim operatorima koji djeluju na tržištu. Takođe, svaki operator će, nezavisno od tržišnog udjela i vremena u kojem je prisutan na tržištu, koristiti jednake, nediskriminirajuće veleprodajne uslove koji su transparentno objavljeni.

Tržište fiksnih mreža smatra se neograničenim resursom iz čega proizlazi da broj operatora nepokretnih mreža koji krajnjim korisnicima nude uslugu maloprodajnog širokopojasnog pristupa Internetu nije ograničen.

Naime, svaki operator koji ima poslovni plan ima mogućnost ulaska na tržište, ima pravo da postavi, upotrebljava i daje na korišćenje elektronsku komunikacionu mrežu te pruža elektronske komunikacione usluge na području Crne Gore bez pribavljanja posebnog ovlašćenja, odnosno samo uz obavezu dostavljanja obavještenja Agenciji, najmanje 15 dana unaprijed, o početku, promjenama i završetku obavljanja djelatnosti elektronskih komunikacionih mreža i usluga.

Iz navedenog je vidljivo kako su preuzeti koraci koji su minimizirali, odnosno u potpunosti uklonili pravne i regulatorne prepreke ulaska na tržište odnosno koraci koji su omogućili ulazak na tržište većeg broja operatora, a samim time i liberalizaciju tržišta.

4.1.3 Zaključak o prvom kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznesenih u prvom kriterijumu, Agencija zaključuje kako na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa Internetu postoje strukturne prepreke ulaska na tržište. S druge strane, na istom tržištu ne postoje pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište.

U skladu s navedenim Agencija zaključuje da je prvi kriterijum zadovoljen.

4.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira

Prvi kriterijum, koje je obrađen u poglavlju 4.1. ovog dokumenta, je statički kriterijum odnosno kriterijum na osnovu kojeg je Agencija u mogućnosti da procjeni postoje li u tačno određenom trenutku visoke i trajne strukturne, pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište. Drugi kriterijum je dinamički kriterijum, odnosno na osnovu tog kriterijuma Agencija je u mogućnosti da odredi teži li tržište u određenom periodu efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Iz navedenog je vidljivo da se prva dva kriterijuma međusobno nadopunjuju, odnosno Agencija na osnovu oba kriterijuma može izvući odgovarajući zaključak, je li ili nije neophodno prethodno regulisati određeno tržište.

Agencija, kako bi bila u mogućnosti da prethodno reguliše određeno tržište, mora dokazati i statički i dinamički kriterijum, odnosno mora dokazati da tržište u tačno određenom trenutku i određenom budućem periodu ne teži savršenoj konkurenciji, odnosno efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

Na osnovu ERG-ovog dokumenta vrlo je teško kod drugog kriterijuma odrediti period u kojem bi trebalo posmatrati teži li tržište efikasnoj konkurenciji, odnosno određivanje toga perioda predstavlja osnovu za primjenu drugog kriterijuma. Razumno bi bilo zaključiti da bi relevantan period za procjenu drugog kriterijuma trebao da odgovara periodu koje će Agencija uzeti u obzir prilikom analize relevantnog tržišta. Obzirom da je, saglasno članu 41. stavku 3. ZEK-a, Agencija postupak analize tržišta obavezna sprovoditi najmanje svake tri godine, Agencija će drugi kriterijum posmatrati u periodu od tri godine.

Na osnovu dokumenta ERG-a regulatornim tijelima, prilikom određivanja teži li tržište u određenom periodu efikasnoj konkurenciji, mogu pomoći sljedeći kriterijuma koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

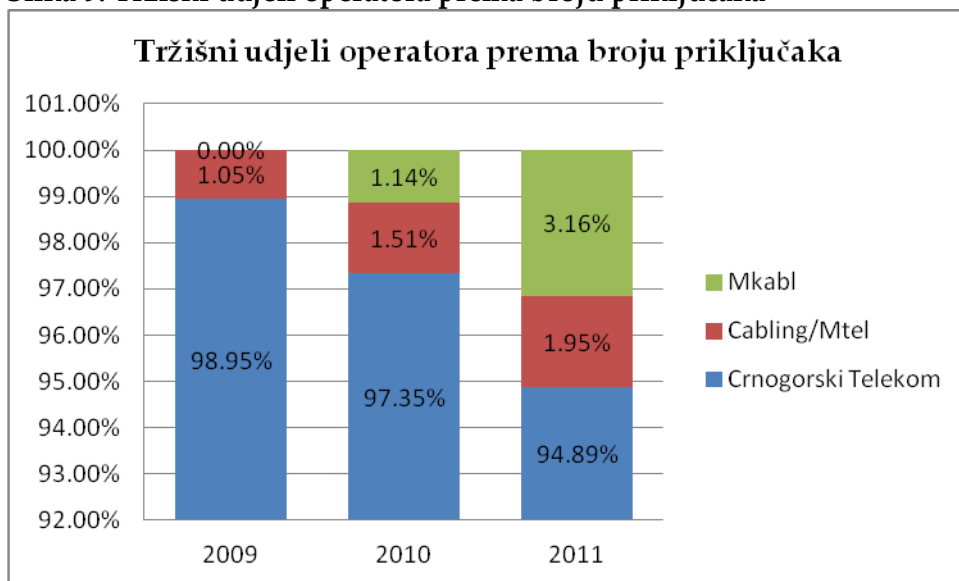
- tržišni udjeli operatora,
- cjenovna kretanja,
- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije,
- stepen diverzifikacije proizvoda,
- potencijalna konkurencija,
- prepreke u sticanju tržišnog udjela.

Agencija je u daljem tekstu koristila neke od prethodno pomenutih kriterijuma, a sve u svrhu utvrđivanja stvarnog stanja na tržištu elektronskih komunikacija u Crnoj Gori odnosno utvrđivanja teži li ili ne, tržište maloprodajnog širokopojasnog pristupa, razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog perioda.

a) tržišni udjeli operatora

Tržišni udio operatora smatra se glavnim pokazateljem teži li tržište efikasnoj konkurenciji. Agencija je u upitnicima, koji su prethodili ovoj analizi, prikupljala podatke za period od prvog polugodišta 2009. godine do kraja 2011. godine.

Slika 9: Tržišni udjeli operatora prema broju priključaka



Izvor: Upitnik za tržište maloprodaje širokopoljasnog pristupa

Na slici 9. prikazani su tržišni udjeli operatora koji djeluju na tržištu maloprodaje širokopoljasnog pristupa Internetu prema broju priključaka, za posmatrani vremenski period. Za tržište na kojem operator s najvećim tržišnim učešćem kroz određeni niz godina održava veliko, gotovo konstantno tržišno učešće, teško da bi se moglo zaključiti kako isto ne teži efikasnoj konkurenciji.

Isto tako, iz prikupljenih podataka, može se vidjeti kako operator s najvećim tržišnim učešćem uspijeva pridobiti najveći broj novih krajnjih korisnika i na taj način dodatno učvršćuje svoj položaj na predmetnom tržištu, a što je vidljivo iz konstantnog porasta ili istog nivoa tržišnog učešća.

Na osnovu gore navedenog, Agencija zaključuje kako veliko tržišno učešće najvećeg operatora na tržištu ukazuje na činjenicu kako maloprodajno tržište širokopoljasnog pristupa Internetu ne teži efikasnoj konkurenciji.

b) cijenovna kretanja

Analizom cijena usluga maloprodaje širokopoljasnog pristupa Internetu u posmatranom periodu je utvrđeno kako Crnogorski Telekom relativno često nudi različite promotivne akcije putem kojih svojim krajnjim korisnicima omogućava povoljnije uslove korišćenja usluge i/ili različite dodatne povoljnosti.

Navedeno je uslovljeno potpisivanjem ugovora uz obvezno trajanje pretplatničkog odnosa na određeni vremenski period (minimum godina dana), na način da osim novih korisnika iste mogu koristiti, uz produženje trajanja ugovornog odnosa, i postojeći korisnici.

Iako bi glavni smisao promotivnih akcija trebalo da bude upoznavanje tržišta, odnosno krajnjih korisnika, s karakteristikama nove usluge, analiza istih potvrđuje kako se često radi o nuđenju istih paketa usluga u koji su, za potrebe sprovođenja nove promotivne akcije, uvedene minimalne izmjene. Takvim ponašanjem, Crnogorski Telekom jača svoju trenutnu

tržišnu poziciju i osigurava sebi stabilnu bazu korisnika koja bi im trebala omogućiti zadržavanje značajnog tržišnog učešća i u budućem periodu.

Uticaj ovakvog ponašanja na ostale operatore na tržištu može biti negativan pa im otežati poslovanje ukoliko nisu spremni reagovati i krajnjim korisnicima omogućiti ponude sa jednakim ili većim pogodnostima. Međutim, operatori najčešće ne raspolažu finansijskim sredstvima koja bi im omogućila da, naročito tokom dužeg vremenskog perioda, u cilju povećanja broja korisnika usluge maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu, istu nude po cijenama koje često nijesu dovoljne za pokriće svih troškova, odnosno po cijenama koje dugoročno ne osiguravaju potreban nivo prihoda.

Učestalost i karakteristike dosadašnjih promotivnih akcija nuđenih od strane Crnogorskog Telekoma navode na zaključak kako bi takva ponuda usluga, ukoliko bi se pokazalo da prihodi od prodaje istih ne pokrivaju sve troškove koje njihovo pružanje prouzrokuje, mogla pridonijeti ozbiljnom narušavanju razvoja tržišne konkurencije. Naime, drugi operatori nijesu u mogućnosti odgovoriti na navedeno ponašanje Crnogorskog Telekoma s obzirom da bi nuđenjem jednakih ili većih povoljnosti krajnjim korisnicima, obzirom na finansijsku neisplativost istih, ugrozili sopstveni opstanak na tržištu.

Navedeno ponašanje Crnogorskog Telekoma uslovalo je da on, uprkos postojanju regulacije na veleprodajnom nivou, i dalje ima snažan udio na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa Internetu.

Uzevši u obzir navedeno, odnosno činjenicu kako se snižavanjem cijena i intenzivnim promotivnim ponudama od strane Crnogorskog Telekoma može ugroziti postojeće stanje na tržištu, a samim tim i dalji razvoj tržišne konkurencije, Agencija zaključuje kako cjenovna kretanja pokazuju da tržište ne teži efikasnoj konkurenciji.

c) nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije

Navedeni podkriterijum je isti kao kod prvog kriterijuma, a jedina je razlika je u činjenici da je u drugom kriterijumu navedeno potrebno uzeti kao potencijalnu prepreku da tržište teži efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Naime, kod prvog kriterijuma je zaključeno kako je navedena prepreka ublažena postojanjem veleprodajnih ponuda.

Po mišljenju Agencije, postojeća veleprodajna ponuda na tržištu širokopojasnog pristupa Internetu i tržištu veleprodajnog (fizičkog) pristupa mrežnoj infrastrukturi, nijesu dovoljne da bi tržište, u odsustvu regulacije, a vodeći računa o činjenici da je Crnogorski Telekom jedini infrastrukturni operator na tržištu težilo efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Dokaz navedenog proizilazi iz činjenice da je, tržišni udio Crnogorskog Telekoma veoma visok, iako je, u period za koji su prikupljeni podaci za Upitnik, veleprodajna regulacija bila na snazi.

Na osnovu navedenog kriterijuma, Agencija je mišljenja kako, u odsustvu regulacije, tržište neće težiti efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Čak i u slučaju dodatne regulacije na veleprodajnom nivou (poput uvođenja obveze samostalnog širokopojasnog pristupa, odnosno „golog“ bitstream pristupa) potrebno je sačekati da prođe određeno vrijeme kako bi se vidjeli rezultati uvođenja

nove usluge na tržištu, pa nije za očekivati da će isti u potpunosti biti postignuti u relativno kratkom roku.

4.2.1 Zaključak o drugom kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznešenih u drugom kriterijumu, Agencija zaključuje kako maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa Internetu ne bi, u odsustvu regulacije, težilo efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

U skladu s navedenim Agencija zaključuje da je drugi kriterijum zadovoljen.

4.3 Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti tržišne konkurencije sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu

Na osnovu dokumenta Evropske asocijacije regulatora o testu tri kriterijuma, regulatorna tijela treba da procijene da je li primjena propisa o zaštiti konkurencije dovoljna da ukloni nedostatke koji postoje ili koji se mogu javiti na tržištu elektronskih komunikacija. Navedena procjena mogla bi uključivati slijedeće:

a) Step en opšteg nekonkurentskog ponašanja

Propisi o zaštiti konkurencije mogli bi se smatrati dovoljnim za otklanjanje nedostataka na tržištu u slučaju da ne postoji velika i učestala potreba za djelovanjem Uprave za zaštitu konkurencije. S druge strane, ako nedostaci koji postoje ili se mogu javiti na tržištu zahtijevaju učestalu potrebu za intervencijom od strane Uprave za zaštitu konkurencije, poput zabrane svakog daljnjeg postupanja operatora kojem je utvrđena zloupotreba statusa značajne tržišne snage na relevantnom tržištu, određivanja mjera, uslova i rokova za otklanjanje štetnih efekata, moglo bi se smatrati da propisi o zaštiti konkurencije nijesu dovoljni za otklanjanje nedostataka koji postoje na tržištu.

b) Step en kompleksnosti uklanjanja nekonkurentskog ponašanja

Određivanje stepena nekonkurentnog ponašanja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom je zbog svoje složenosti djelotvornije ukoliko se situacija na tržištu kontinuirano prati. Instrumentima *ex-ante* regulacije može se blagovremeno otkriti i spriječiti pokušaj prenošenja značajne tržišne snage sa jednog na drugo relevantno tržište od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom i na taj način izbjeći negativne posledice, što je otežano *ex-post* regulacijom.

Upravi za zaštitu konkurencije svojevrsan problem može predstavljati kompleksnost određivanja stepena nekonkurentskog ponašanja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom, iz razloga što ne raspolaže svim informacijama o poslovanju operatora koje su neophodne za utvrđivanje stvarnog stanja i situacije na tržištu. U navedenom slučaju, *ex-ante* regulacija bi bila mnogo efikasnija za tržište, nego da se nekonkurentsko ponašanje pokušava otkloniti *ex-post* regulacijom.

c) nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu ili na povezanim tržištima

Na tržištu se mogu dogoditi situacije u kojima je pravovremena intervencija neophodna kako bi se spriječile ozbiljne ili nepopravljive štete koje mogu biti nanešene konkurenciji od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. U navedenim slučajevima odnosno u situacijama u kojima je nužna brza intervencija od strane regulatorne institucije, propisi o zaštiti konkurencije, odnosno *ex-post* regulacija, ne bi bili dovoljni, već je u navedenim slučajevima potrebna *ex-ante* regulacija.

Primjena mjera *ex-ante* regulacije doprinosi razvoju konkurencije na tržištu kroz podsticanje efikasnosti ulaganja kod infrastrukture čiji obim nije lako udvostručiti.

d) potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu

U nekim slučajevima primjena propisa o zaštiti konkurencije, odnosno *ex-post* regulacija može stvoriti određene probleme u podsticanju razvoja efikasne tržišne konkurencije u budućem razdoblju. Konkretno, u slučajevima u kojima je moguće udvosrtučiti infrastrukturu, odnosno u slučajevima u kojima je potrebno promovisati razvoj infrastrukturne konkurencije, primjena *ex ante* regulacije mogla bi se dugoročno smatrati efikasnijom od primjene isključivo *ex-post* regulacije, odnosno od primjene propisa iz oblasti zaštite konkurencije. Naime, promovisanje razvoja infrastrukturne konkurencije zahtjeva unaprijed definisanje svih ključnih uslova, što propisima o zaštiti konkurencije nije moguće. Zatim, kod trećeg kriterijuma nije bitno uzeti u obzir samo činjenicu o tome jesu li propisi o zaštiti konkurencije dovoljni da se *ex-post* regulacijom riješi potencijalni problem koji se javio na tržištu, već je potrebno u obzir uzeti i činjenicu u kojem razdoblju, u slučaju da se pojavi određeni problem, propisi o zaštiti konkurencije mogu isti riješiti. Agencija smatra da bi propisi o zaštiti konkurencije bili dovoljni da *ex-post* regulacijom riješe potencijalni problem koji se dogodio na tržištu, međutim, smatra da isti u ovom trenutku nisu u mogućnosti dovoljno brzo riješiti potencijalni problem, gdje je pravovremena intervencija neophodna. Dakle, naknadno sankcionisanje zloupotreba statusa značajne tržišne snage shodno Zakonu o zaštiti konkurencije moglo bi se pokazati kao neblagovremeno za zadržavanje postojećeg stepena liberalizacije i uslova tržišne konkurencije.

Izmjenama i dopunama Zakona o zaštiti konkurencije od 04.04.2011. godine predviđeno je da Uprava za zaštitu konkurencije preduzima mjere prema učesnicima i udruženjima učesnika za učinjene povrede konkurencije ili radi njihovog spriječavanja, prestanka već nastale povrede i otklanjanja štetnih posljedica po učesnike i potrošače. Naime, u članu 21 Zakona o zaštiti konkurencije ("Sl.list Crne Gore", br. 069/05-11, 037/07-10) propisano je da ako nadležni organ preko ovlašćenog lica utvrdi da je zloupotrijebljen dominantan položaj, rješenjem utvrđuje povredu i može odrediti mjere koje su učesnici na tržištu dužni da preduzmu radi uspostavljanja konkurencije na relevantnom tržištu i otklanjanja štetnih posledica zloupotrebe dominantnog položaja, kao i rokove za njihovo izvršenje.

Naime, Zakon o zaštiti konkurencije u članovima 34, 35 i 38 jasno i nedvosmisleno propisuje sve faze postupka koje treba sprovesti da bi se moglo donijeti konačno rješenje. Analizirajući odredbe pomenutih članova, zaključuje se da propisi o zaštiti konkurencije ne omogućavaju brzo rješavanje

problema, pa tako i na relevantnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koje se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica.

Iz prethodno ukratko opisanog administrativnog postupka vidljivo je da postojeći propisi o zaštiti tržišne konkurencije ne omogućavaju brzo rješavanje problema, a na relevantnom tržištu maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu od brzine reakcije zavisi dalji razvoj efikasne tržišne konkurencije.

4.3.1 Zaključak o trećem kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa Internetu, propisi o zaštiti konkurencije, odnosno *ex-post* regulacija, ne omogućavaju na odgovarajući način otklanjanje nedostataka na tržištu.

U skladu s navedenim, Agencija zaključuje da je treći kriterijum zadovoljen.

4.4 Mišljenje nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li relevantno tržište podložno prethodnoj regulaciji

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 5.1, 5.2 i 5.3 ovog dokumenta, relevantno maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa Internetu je podložno prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji i to iz razloga što je zadovoljen Test tri kriterijuma (istovremeno su zadovoljena sva tri kriterijuma iz tačke 3 Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma).

U skladu s navedenim odnosno činjenicom da je Agencija utvrdila kako je tržište koje više nije sastavni dio Revidirane preporuke podložno prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji, nastaviće se postupak analize tržišta koji uključuje procjenu postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, utvrđivanje svih postojećih i potencijalnih prepreka razvoju efikasne tržišne konkurencije, kao i određivanja razumnih, proporcionalnih i adekvatnih regulatornih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom.

5. Definisanje relevantnog tržišta

Agencija je za potrebe sprovođenja postupka analize tržišta odredila relevantno tržište na kojem je već sprovela Test tri kriterijuma. Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma nalazi se u poglavlju 2.1. ovog dokumenta u kojem je Agencija utvrdila da maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa internetu obuhvata slijedeće usluge:

- xDSL pristup putem bakrene parice,
- pristup putem kablovskih mreža
- pristup putem optičkih vlakana (FttH)

nezavisno od toga da li se navedeni pristup nudi samostalno ili kao sastavni dio paketa elektronskih komunikacionih usluga.

Agencija je odredila da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji teritorija Crne Gore.

6. Analiza relevantnog tržišta

6.1 Cilj i predmet analize relevantnog tržišta

Zadatak Agencije je da, u skladu sa načelima iz ZEK-a, ocijeni djelotvornost tržišne konkurencije na određenom relevantnom tržištu, te da procijeni da li postoje na tom tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom, nakon čega će o istom donijeti odgovarajuću odluku u skladu sa ZEK-om i mišljenjem Agencije nadležne za zaštitu tržišne konkurencije.

Smatra se da operator ima značajnu tržišnu snagu ako, pojedinačno ili zajedno sa drugim operatorima, ima položaj koji odgovara vladajućem, što znači da se nalazi u takvom položaju koji mu omogućava da se u značajnoj mjeri ponaša nezavisno od konkurencije, korisnika usluga i potrošača.

Nakon utvrđivanja i određivanja relevantnog tržišta, koji su opisani u poglavljima 4. i 5. ovog dokumenta, Agencija će, u svrhu procjene postojanja značajne tržišne snage operatora, izračunati tržišni udio operatora na određenom relevantnom tržištu i tumačiti ih u skladu sa Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima i u skladu sa relevantnom pravnom regulativom Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Nakon toga, analizom prikupljenih podataka u skladu sa ZEK-om, Agencija će procijeniti da li na navedenom tržištu postoji operator sa značajnom tržišnom snagom koji se nalazi u takvom položaju koji mu omogućava da se u značajnoj mjeri ponaša nezavisno od konkurenciji, korisnika usluga i potrošača.

U određivanju pojedinačne značajne tržišne snage operatora na relevantnom tržištu koje je predmet analize, Agencija će uzeti u obzir slijedeće kriterijume:

- tržišni udio operatora na relevantnom tržištu,
- nadzor infrastrukture kod koje postoje velike prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije,
- stepen vertikalne integracije,
- ekonomiju širine,
- ekonomiju obima,
- visokorazvijena distribuciona i prodajna mreža,
- prepreke širenju.

6.2. Analiza podataka na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa

6.2.1. Tržišni udio operatora na relevantnom tržištu

U skladu sa relevantnim Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima i utvrđivanju značajne tržišne snage u skladu sa zajedničkim regulatornim okvirom za elektronske komunikacione mreže i usluge, tržišni udio se smatra ključnim kriterijumom u procjenjivanju značajne tržišne snage operatora.

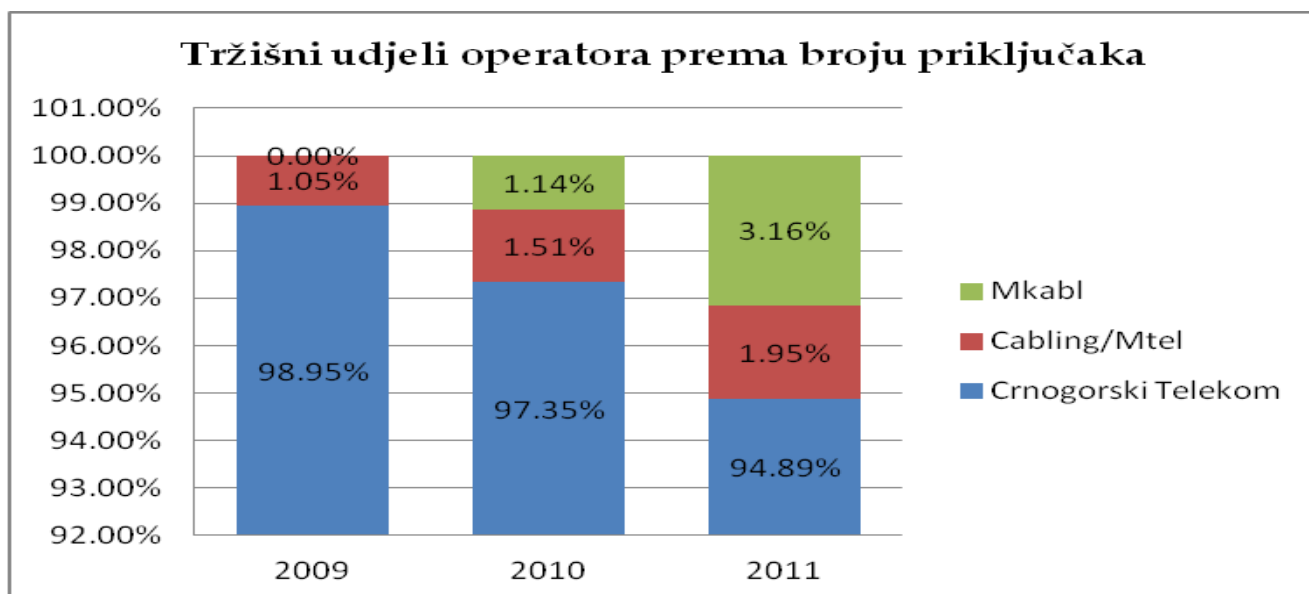
Agencija će u ovom poglavlju, za potrebe procjene značajne tržišne snage operatora na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa internetu izračunati tržišni udio operatora prema broju priključaka, i isti će tumačiti u skladu sa smjernicama Evropske komisije i relevantnim pravnim okvirom Evropske unije iz oblasti tržišne konkurencije.

Međutim, prema Smjernicama Evropske komisije, visok tržišni udio nije sam po sebi dovoljan da bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage na određenom tržištu. Ipak, malo je vjerovatno da će operator koji nema značajan tržišni udio imati dominantan položaj.

U skladu sa praksom donošenja odluka Evropske komisije, u situaciji u kojoj operator ima tržišni udio iznad 40%, sumnja se na postojanje pojedinačne značajne tržišne snage, iako Evropska komisija sumnja na postojanje dominantnog položaja i kod nižih tržišnih udjela. Isto tako, smatra se da operator koji na određenom tržištu ima visok tržišni udio, uživa dominantan položaj, ukoliko je njegov tržišni udio stabilan kroz analizirani period.

Činjenica da se tržišni udio operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu postupno smanjuje, ukazuje da tržište postaje konkurentnije, međutim ne isključuje postojanje značajne tržišne snage na istom. S druge strane, promjenjivi tržišni udio pokazatelj je nedostatka tržišne snage na relevantnom tržištu.

Slika 10. Tržišni udio Crnogorskog telekoma i ostalih operatora prema broju priključaka



Izvor: Upitnik za tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa i interni podaci Agencije

Sa slike 10. se vidi da u posmatranom periodu, Crnogorski Telekom ima konstantno visok tržišni udio, te da isti, u posmatranom periodu skoro da ne gubi dio svog tržišnog učešća.

6.2.2. Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju

infrastrukturne konkurencije

Kapitalna ulaganja potrebna za izgradnju i stavljanje u upotrebu pristupne mrežne infrastrukture su izuzetno visoka i zahtijevaju detaljno razrađene poslovne planove i razumno vrijeme povrata uložениh sredstava. Ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova, koje operatori neće moći da nadoknade u slučaju tržišnog neuspjeha i izlaska s tržišta.

Kako bi izgradio pristupnu mrežu na osnovu bakarne parice ili optičkog kabla do krajnjih korisnika, novi operator mora sam da gradi pristupnu infrastrukturu do krajnjeg korisnika ili može koristiti pristupnu infrastrukturu drugog operatora.

Uzimajući u obzir geografsku rasprostranjenost pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekom, kao i činjenicu da je ista izgrađivana tokom dužeg vremenskog perioda, odnosno u periodu kada je Crnogorski Telekom bio javno preduzeće, repliciranje pristupne (mrežne) infrastrukture CT-a nije ekonomski opravdano.

Isto tako, CT raspolaže s infrastrukturom koja omogućava pristup putem bakarne parice do najvećeg broja krajnjih korisnika u Crnoj Gori, čak i na onim područjima gdje je pristup krajnjim korisnicima otežan.

Ulaganje u mreže nove generacije, odnosno provlačenje optičkih kablova unutar postojeće pristupne infrastrukture, ili do lokacije krajnjeg korisnika, zauzima relativno mali udio u ukupnim troškovima igradnje pristupne infrastrukture, s obzirom da troškovi kopanja zauzimaju 50-80% u ukupnim troškovima izgradnje pristupne infrastrukture.

Agencija smatra, da u periodu na koji se ova analiza odnosi, nijedan operator nije mogao da replicira mrežnu infrastrukturu CT-a i na taj način ugrozi njegovu tržišnu poziciju tržištu.

6.2.3. Stepен vertikalne integracije

Vertikalna integracija podrazumijeva operatora koji je prisutan na više različitih, vertikalno povezanih, veleprodajnih i maloprodajnih tržišta. Vertikalna integracija se, u skladu sa Smjernicama Evropske komisije, tretira kao zauzimanje tržišne pozicije. Takvo zauzimanje tržišne pozicije omogućava vertikalno integrisanom operatoru istiskivanje konkurencije s potencijalno konkurentnog tržišta ili samo ometanje konkurencije pri ulasku na tržište. Krajem 2010. godine na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa internetu usluge je krajnjim korisnicima nudilo nekoliko operatora. Od svih operatora samo je CT vertikalno integrisani operator, odnosno operator koji djeluje na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa internetu. Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir da CT raspolaže mrežnom infrastrukturom u cijeloj Crnoj Gori, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom pružaju mu značajnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu iz čega se zaključuje kako CT ima visok stepen vertikalne integracije koja dodatno jača tržišnu poziciju istog a ujedno slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

Dalje, regulacija odgovarajućih veleprodajnih tržišta, odnosno, postojanje veleprodajnih ponuda, putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži bivšeg monopoliste, tek djelimično ublažavaju postojanje visokog stepena vertikalne integracije CT-a.

Shodno navedenom, Agencija smatra kako, uprkos postojanju navedenih veleprodajnih ponuda, visok stepen vertikalne integracije CT-a dodatno jača tržišnu poziciju istog.

6.2.4. Ekonomija širine

Ekonomija širine (eng. *economy of scale*) nastaje smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obima proizvodnje.

Crnogorski Telekom je prvi počeo da pruža uslugu širokopojasnog pristupa internetu na teritoriji Crne Gore i kao takav uživa prednosti ekonomije širine pružajući uslugu širokopojasnog pristupa internetu najvećem broju krajnjih korisnika. Iz navedenog slijedi da je jedinični trošak CT-a za pružanje navedene usluge puno niži od troška koji će za istu uslugu imati operator koji tek ulazi na tržište ili operator koji za pružanje usluge širokopojasnog pristupa internetu koristi indirektnan pristup mreži. Navedeno je logično zbog nižih nenadoknadivih troškova.

Naime, trošak pružanja usluge širokopojasnog pristupa internetu po korisniku operatoru koji koristi veleprodajne usluge pristupa je isti, bez obzira na broj korisnika, odnosno ostvareni broj pristupa internetu. Za razliku od ostalih operatora, u slučaju CT-a, ukupni trošak usluge po jedinici pružanja usluge pada u odnosu na ostvareni broj pristupa, s obzirom da je CT infrastrukturni operator odnosno posjeduje sopstvenu pristupnu mrežu. Sa gledišta ekonomije širine, CT ima značajnu prednost nad drugim operatorima budući da on može da nudi usluge sa znatno nižim troškovima od drugih operatora koji tek trebaju da izgrade ili da nadgrade postojeću mrežnu infrastrukturu. Zato, potencijalni operatori koji bi htjeli da pristupe na tržište, zbog visokih troškova pružanja usluga, ne bi bili u mogućnosti da ponude niže cijene od CT-a, a time bi i teže privukli krajnje korisnike na tržištu.

6.2.5. Ekonomija obima

Ekonomija obima (eng. *economy of scope*) se odnosi na potencijalne prednosti operatora nastale usled zajedničke ponude različitih proizvoda i usluga. Infrastrukturni operatori su horizontalno integrisani operatori odnosno operatori koji krajnjim korisnicima nude čitavu lepezu usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojasnog pristupa internetu, usluga IPTV-a). Upravo horizontalna integrisanost omogućava operatorima korišćenje prednosti ekonomije obima.

Crnogorski Telekom je dugo godina razvijao mrežu, na cijeloj teritoriji Crne Gore, i putem raširene distributivne mreže nudio širok spektar usluga velikom broju korisnika. Iako većinom pruža javno dostupnu telefonsku uslugu u fiksnoj mreži, značajan je trend rasta

korisnika kojima pruža širokopojasni pristup internetu i televiziju. Svojom prisutnošću na velikom broju tržišta, Crnogorski Telekom koristi prednosti ekonomije obima.

U slučaju da operatori koji ulaze na maloprodajno tržište širokopojasnog pristupa internetu, istovremeno ne pružaju i ostale elektronske komunikacione usluge, isto ih može dovesti u nepovoljniji položaj u odnosu na CT u pogledu ekonomija obima.

Kako bi smanjili prednosti ekonomije obima koje ima CT na način da i sami uživaju koristi od ekonomije obima, ostali operatori moraju ući na veliki broj tržišta, što s druge strane povećava njihove troškove ulaska koje neće biti u mogućnosti da vrate u trenutku kad odluče, ili budu prisiljeni da napuste tržište.

6.2.6. Razvijena distribuciona i prodajna mreža

Crnogorski Telekom je operator sa značajnom tržišnom snagom koji je uspio da razvije jaku distribucionu i prodajnu mrežu svojih proizvoda između ostalog i zbog svoje dugogodišnje prisutnosti na ovim prostorima, prepoznatljivog tržišnog imena te jake pregovaračke moći koja mu omogućava da puno lakše i brže od svojih konkurenata dođe do najpoželjnijih prodajnih kanala i lokacija pod najpovoljnijim uslovima. Uzimajući u obzir i činjenicu da postoji ekonomija obima, zbog koje je distributivni kanal za novu uslugu puno lakše uspostaviti preko kanala za već postojeću uslugu i ušteda koje je moguće ostvariti korišćenjem jednog kanala za distribuiranje više usluga, CT ima značajnu prednost u odnosu na ostale konkurente koji su zbog svog neafirmisanog tržišnog imena, slabije pregovaračke moći i veličine u podređenom položaju u odnosu na CT.

Jaka, moderna i rasprostranjena distribuciona mreža doprinosi povećanju efikasnosti CT-a koji na taj način još više jača svoju poziciju na tržištu, dok je ostalim operatorima na tržištu jačanje sopstvene pozicije ili samo zadržavanje iste znatno teže postići zbog nedostatka ekonomije obima kao i nedovoljno afirmisanog tržišnog imena.

6.3. Zaključak o operatoru sa značajnom tržišnom pozicijom I ocjena efikasnosti tržišna konkurencije

Na osnovu analize, a u skladu sa ZEK-om, Agencija je došla do zaključka da Crnogorski Telekom ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa internetu.

Na osnovu sprovedene analize, a u skladu sa svim prethodno navedenim, Agencija je utvrdila da na relevantnom maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa internetu ne postoji efikasna konkurencija, te da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu na tom relevantnom tržištu, što znači da se nalazi u takvom položaju koji mu omogućava da se u značajnoj mjeri ponaša nezavisno od konkurencije, korisnika usluga i potrošača.

Agencija je postojanje značajne tržišne snage Crnogorskog Telekoma utvrdila na osnovi visokog tržišnog učešća koji je u analiziranom periodu relativno stabilan.

Agencija je navedeni zaključak potkrijepila i ostalim kriterijumima, propisanim ZEK-om, i to: nadzor infrastrukture kod koje postoje velike prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije, stepen vertikalne integracije, ekonomija širine, ekonomije obima, visoko razvijena distribuciona i prodajna mreža. Agencija smatra da analiza drugih kriterijuma (ne moraju svi kriterijumi biti uzeti u obzir već Agencija ima mogućnost odabira) nije potrebna, odnosno kako bi analiza istih, pored prethodno navedenih, takođe dovela do zaključka da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa internetu.

7. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE

Agencija je kroz ovaj dokument sagledala sve potencijalne prepreke razvoju tržišne konkurencije, koje bi, u odsustvu *ex ante* regulacije, mogle negativno uticati na interese krajnjih korisnika. Time je omogućeno određivanje regulatornih obaveza koje će, shodno ZEK-u, najefikasnije ukloniti uočene prepreke i zaštititi interese krajnjih korisnika.

Agencija smatra preprekom razvoju tržišne konkurencije svako ponašanje operatora sa značajnom tržišnom snagom koje je usmjereno na izbacivanje postojećih konkurenata s tržišta, sprečavanje ulaska na tržište novim konkurentima, odnosno svako postupanje koje bi bilo suprotno interesima krajnjih korisnika.¹⁶

S obzirom da postupak određivanja regulatornih obaveza, definisan novim regulatornim okvirom Evropske Unije i Zakonom o elektronskim komunikacijama, ne podrazumijeva da se zloupotreba statusa značajne tržišne snage stvarno desila, to će Agencija svaku prepreku smatrati za *moću pod određenim okolnostima*. Takođe, Agencija smatra da regulatorne obaveze treba da imaju preventivno dejstvo i da, iako u skladu sa evropskom praksom, iste treba da su ujedno primjerene nacionalnim specifičnostima.

Shodno dokumentu ERG (06) 33, regulatorna praksa prepoznaje 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišne konkurencije, zasnovanih na iskustvima regulatornih tijela, pri čemu regulatorna tijela imaju slobodu da prepoznaju moguće prepreke specifične za određenu državu koje su van tog okvira. Ovih 27 uobičajenih prepreka imaju svoju tržišnu i uzročno posledičnu dimenziju, a ogledaju se kroz:

1. Prenosnje značajne tržišne snage operatora sa značajnom tržišnom snagom sa tržišta na kojem ima značajnu tržišnu snagu na susjedno vertikalno ili horizontalno tržište;
2. Različita postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, koja isti koriste kao sredstvo za zadržavanje statusa značajne tržišne snage (jačanje prepreka ulasku na određeno tržište);
3. Postupanja koja se mogu svesti pod pojam "tipičnog monopolskog ponašanja" (*textbook monopoly behaviour*).

Prepoznavanje mogućih prepreka razvoju tržišne konkurencije je bitno zbog mogućnosti preventivnog djelovanja na svako postupanje koje je nije u skladu sa efikasnom tržišnom konkurencijom i interesima krajnjih korisnika. Preventivno djelovanje se realizuje putem izbora adekvatnih regulatornih obaveza, koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju tržišnog natjecanja na relevantnom tržištu.

U prethodno navedenom su prepoznate tri osnovne vrste ponašanja kojima se stvaraju prepreke razvoju tržišne konkurencije. No isto tako, prepreke razvoju tržišne konkurencije se mogu sagledati u dvije osnovne dimenzije i to:

¹⁶ Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, Final Version May 2006, ERG (06)33

- u tržišnoj dimenziji i
- u uzročno posljedičnoj dimenziji.

Regulatorna praksa evropskih zemalja identifikuje i izdvaja osnovne vrste ponašanja operatora koje stvaraju prepreke u razvoju tržišne konkurencije, i predstavljaju prepreke koje se mogu, ali ne moraju pojaviti na svakom tržištu i u svakoj situaciji.

7.1. Tržišna dimenzija kao prepreka razvoju tržišne konkurencije

1. Vertikalno prenošenje tržišne snage sa jednog na drugo tržište, i to:

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na situaciju u kojoj je operator prisutan na više različitih tržišta, odnosno na veleprodajnom i srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu nudi određene veleprodajne usluge koje su neophodne za pružanje usluge na srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Operator sa značajnom tržišnom snagom može, putem veleprodajne usluge, pokušati prebaciti tržišnu snagu, s tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage, na potencijalno konkurentno maloprodajno tržište. Ako prenošenje tržišne snage uspije, operator će imati značajnu tržišnu snagu na oba tržišta, veleprodajnom i maloprodajnom. U navedenoj dimenziji postoji nekoliko tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi.

2. Horizontalno prenošenje tržišne snage sa jednog na drugo tržište, i to:

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na situaciju u kojoj operator posluje na različitim tržištima koja nisu vertikalno povezana i ima status značajne tržišne snage na jednom od njih. Pod određenim okolnostima može pokušati da prenese značajnu tržišnu snagu s jednog tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage na drugo potencijalno konkurentno tržište. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage može se dogoditi između maloprodajnih tržišta, veleprodajnih tržišta ili između veleprodajnog i, ne vertikalno povezanog, maloprodajnog tržišta. U navedenoj dimenziji postoje 2 tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja će, takođe, biti obrađena u ovom dokumenta.

3. Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu:

Navedeni slučaj se odnosi, kako na moguće veleprodajno, tako i na moguće određeno maloprodajno tržište. U ovom slučaju operator sa značajnom tržišnom snagom može raznim postupcima da pokuša da podigne prepreke za ulazak na navedeno tržište kako bi zaštitio svoj položaj značajne tržišne snage ili može posegnuti za tipičnim monopolističkim ponašanjem u svrhu očuvanja položaja značajne tržišne snage. Svi navedeni postupci na kraju utiču na interese krajnjih korisnika. U navedenoj dimenziji

postoji nekolikonačina postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja će biti obrađena u daljem tekstu ovog dokumenta.

7.1.1. Mehanizmi vertikalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište

U odsustvu regulacije, mogu se javiti prepreke u razvoju konkurencije, koje proističu iz mogućnosti operatora da iskoristi svoju značajnu tržišnu snagu i ostvari prednost u odnosu na postojeće ili potencijalne konkurente. Konkretno, na posmatranom tržištu, u prednosti je operator koji ima visoko tržišno učešće i posjeduje sopstvenu infrastrukturu.

Vertikalno prenošenje tržišne snage (*vertical leveraging*) označava takvu situaciju u kojoj operator prenosi tržišnu moć sa veleprodajnog tržišta, gdje ima značajnu tržišnu poziciju, na srodnom maloprodajnom tržištu, pri čemu se na veleprodajnom nivou nude usluge koje su osnova za pružanje usluga na maloprodajnom nivou.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske Unije prepoznaje 11 tipičnih postupanja koji se mogu podvesti pod vertikalno prenošenje značajne tržišne snage operatora:

- Odbijanje odgovora/uskraćivanje pristupa
- Diskriminatorno korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija
- Taktike odgađanja
- Grupisanje/vezivanje usluga
- Nerazumni/neopravdani zahtjevi
- Diskriminacija kvalitetom usluga
- Strateški dizajn proizvoda
- Neopravdano korišćenje informacija o konkurentima
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- Unakrsno subvencioniranje
- Predatorske cijene

7.1.2. Mehanizmi horizontalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage (*horizontal leveraging*) se odnosi na operatora koji posluje na različitim tržištima koja nisu vertikalno povezana i ima status značajne tržišne snage na jednom od njih. Pod određenim okolnostima, operator može pokušati prenijeti značajnu tržišnu snagu s jednog tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage, na drugo, potencijalno konkurentno tržište. Horizontalno prenošenje se može realizovati između maloprodajnih, veleprodajnih ili između maloprodajnog i veleprodajnog tržišta, koji nisu vertikalno povezani.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske Unije prepoznaje dva tipična postupanja koji se mogu podvesti pod horizontalno prenošenje značajne tržišne snage operatora:

- Grupisanje/vezivanje usluga
- Unakrsno subvencioniranje

7.1.3. Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu

Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu se odnosi kako na veleprodajno, tako i na maloprodajno tržište, pri čemu operator sa značajnom tržišnom snagom može tipičnim monopolskim ponašanjem i raznim postupcima pojačati prepreke ulasku na navedeno tržište u cilju obezbjeđivanja pozicije i značajne tržišne snage. Svi navedeni postupci u krajnjem utiču na interese krajnjih korisnika.

Regulativa Evropske Unije¹⁷ ističe da se ovakav problem javlja posebno tamo gdje operatori sa značajnom tržišnom snagom pružaju različite usluge za koje se može koristiti infrastruktura koju je teško replicirati. Regulatorna praksa u zemljama Evropske Unije prepoznaje deset tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom na pojedinom tržištu:

- Strateški dizajn proizvoda
- Ugovorni uslovi koji uvećavaju troškove prelaska korisnika
- Ekskluzivni dogovor(i)
- Prekomjerna ulaganja
- Predatorske cijene
- Previsoke cijene
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- Nedovoljna ulaganja
- Previsoki troškovi/inefikasnost
- Nizak kvalitet usluge

¹⁷ Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, Final Version May 2006, ERG (06)33

8. Određivanje obaveza operatoru sa značajnom tržišnom snagom

Identifikacija operatora sa značajnom tržišnom pozicijom podrazumijeva propisivanje i nametanje ex-ante obaveza, koje treba da budu proporcionalne i adekvatne utvrđenom problemu-odstupanju od efikasne konkurencije.

Nakon sprovedene analize, Agencija je utvrdila da Crnogorski Telekom posjeduje značajnu tržišnu snagu na maloprodajnom tržištu širokopojasnog pristupa. U skladu sa Zakonom, Agencija će donijeti rješenje kojim će Crnogorskog Telekom proglasiti za operatora sa značajnom tržišnom snagom i na ovom relevantnom tržištu, čime će se spriječiti njegovo djelovanje u pravcu onemogućavanja ravnopravnog položaja sa konkurencijom i eliminisati mogućnost formiranja cijena koje nijesu troškovno orjentisane. Takođe, regulator će, saglasno Smjernicama Evropske komisije, prilikom određivanja regulatornih obaveza imati u vidu sljedeće ciljeve:

- Promovisanje konkurentnosti,
- Doprinos razvoju evropskog tržišta i
- Promovisanje interesa krajnjih korisnika.

8.1. Regulatorne obaveze određene Crnogorskom Telekomu

Agencija smatra kako je trenutna regulacija veleprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa internetu uspostavljena sa ciljem da se Crnogorskom Telekomu onemogući stvaranje prepreka razvoju efikasne tržišne konkurencije vertikalnim prenošenjem značajne tržišne snage na način da odbije/uskrati ostalim operatorima potrebnu veleprodajnu uslugu ili na osnovama koje nisu vezane za cijene.

8.2. Obaveze na maloprodajnom nivou

Agencija je u prethodnom tekstu opisala prepreke razvoju efikasne tržišne konkurencije koje bi se, i uz postojeću regulaciju na veleprodajnom nivou, a u odsustvu regulacije maloprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa internetu, mogle pojaviti kao rezultat statusa Crnogorskog Telekom-a kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na navedenom tržištu.

Visoko tržišno učešće Crnogorskog Telekom-a na tržištu maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu jasno pokazuje da se regulacija, isključivo vertikalno povezanih veleprodajnih tržišta nije pokazala dovoljnom za postizanje efikasne tržišne konkurencije na pripadajućem maloprodajnom tržištu.

Dakle, obaveze nametnute na veleprodajnom nivou su neophodne u pravcu promovisanja konkurentnosti na maloprodajnom nivou, međutim, Agencija ocjenjuje da one nisu

dovoljne i ne mogu ograničiti aktuelne i potencijalne aktivnosti zloupotrebe od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. Iz tog razloga, Agencija nameće obaveze na maloprodajnom nivou koje smatra proporcionalnim i adekvatnim preprekama na ovom relevantnog tržišta, a koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cijenovnim i necijenovnim osnovama.

8.2.1. Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija

Agencija je Pravilnikom o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža ("Sl.list Crne Gore ", br. 52/2011) propisala uslove i način kontrole cijena, sprečavanje primjene cijena kojima se ograničava konkurencija i uređuje regulacija maloprodajnih cijena. Pravilnik je urađen u skladu sa članom 50 Zakona o elektronskim komunikacijama ("Službeni list Crne Gore" broj 50/09 i 70/09) kojim je propisana mogućnost nametanja regulatornih mjera operatoru sa značajnom tržišnom snagom ako se na osnovu analiza relevantnih tržišta ocijeni da relevantno maloprodajno tržište nije dovoljno konkurentno, da se nametanjem svih raspoloživih mjera na nivou veleprodaje ne bi ostvarili željeni ciljevi ili da već naređene mjere nijesu postigle željene ciljeve.

Agencija može, shodno Članu 46. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, narediti preduzimanje mjera u cilju odvojenog računovodstvenog praćenja poslovnih aktivnosti koje se odnose na pružanje usluga širokopojasnog pristupa.

Obaveza vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija je neophodna u smislu identifikacije antikonkurentskih aktivnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, kao što su praksa unakrsnog subvencionisanja i primjena cjenovnog stezanja profitne marže (*eng. Price Squeeze*) drugih operatora.

S obzirom da do sada nije postojala ex ante regulacija na predmetnom tržištu, Crnogorski Telekom je u obavezi da, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, sprovede odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od usluga ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta.

Crnogorski Telekom je u obavezi da, najkasnije do 31.06.2014.godine u svojim revidiranim regulatornim finansijskim izvještajima dokaže da su postojeće cijene usluge širokopojasnog pristupa internetu u skladu sa regulatorkom obavezom troškovne orijentisanosti.

Agencija ocjenjuje da je propisivanje ove regulatorne obaveze opravdano u cilju otklanjanja prepreka unakrsnog subvencioniranja na povezanim horizontalnim tržištima,

zloropotreba statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom prilikom određivanja prekomjernih cijena, diskriminacije na cijenovni osnovama i sl.

Crnogorski Telekom je već implementirao sistem računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva u skladu sa propisanom Metodologijom, tako da uključivanje relevantnog maloprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa Internetu ne predstavlja značajno proširivanje opsega projekta kojim se sprovodi ova regulatorna obaveza.

8.2.2. Obaveza regulisanja cijena maloprodajnih usluga

Agencija može, shodno članu 50. Zakona, nametnuti specifične regulatorne obaveze na maloprodajnom nivou koje se nameću operatorima sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu. Obaveze koje se nameću operatoru sa značajnom tržišnom snagom mogu uključiti zahtjeve kojima se ograničavaju sledeće aktivnosti:

- 1) obračunavanje prekomjernih cijena;
- 2) ometanje ulaska na tržište;
- 3) ograničavanje konkurencije postavljanjem previsokih ili preniskih cijena;
- 4) davanje neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku;
- 5) neosnovanog vezivanja određenih usluga.

Agencija može propisati jednu od sledećih metoda određivanja cijena usluga i to:

- 1) metodu ograničavanja maloprodajnih cijena (*Price cap*);
- 2) metodu regulacije individualnih tarifa;
- 3) metodu troškovne orijentacije cijene;
- 4) usklađivanje cijena sa cijenama na uporedivim tržištima.

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu koje je predmet ove analize, je dužan da se kod određivanja maloprodajnih cijena usluga ovog relevantnog tržišta rukovodi pratećim obavezama troškovne orijentisanosti, nediskriminacije i transparentnosti.

Crnogorski Telekom je u obavezi da, najkasnije do 31.06.2014.godine u svojim revidiranim regulatornim finansijskim izvještajima dokaže da su postojeće cijene usluge širokopojasnog pristupa internetu u skladu sa regulatornom obavezom troškovne orijentisanosti.

Crnogorski Telekom je već implementirao sistem računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva u skladu sa propisanom Metodologijom, tako da uključivanje relevantnog maloprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa Internetu ne predstavlja značajno proširivanje opsega projekta kojim se sprovodi ova regulatorna obaveza.

8.2.2.1. Obaveza kojom se zabranjuje obračunavanje prekomjernih cijena

Metoda ograničavanja maloprodajnih cijena i metoda troškovne orijentisanosti su jedine metode koje mogu ograničiti ili onemogućiti praksu obračunavanja prekomjernih cijena od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. Metodom ograničavanja maloprodajnih cijena (*eng. Price cap*) cijena se fiksira na određenom nivou u toku regulatornog perioda, pri čemu je moguća korekcija samo za nivo rasta cijena na malo i za porast efikasnosti poslovanja u toku jedne godine. Obaveza troškovne orijentisanosti je generalna obaveza koja ima za cilj da onemogući praksu operatora sa značajnom tržišnom snagom u ograničavanju mogućnosti konkurencije postavljanjem previsokih ili preniskih cijena. Ova se obaveza, shodno evropskom regulatornom okviru, interpretira na manje restriktivan način u poređenju sa obavezom troškovne orijentisanosti na nivou veleprodaje, gdje se podrazumijeva primjena troškovnog standarda dugoročno projektovanih inkrementalnih troškova i na njemu baziranih cijena. Različita interpretacija troškovne orijentisanosti je rezultat razlika u tržišnim uslovima i razlika u prioritetima regulacije maloprodajnih i veleprodajnih tržišta.

Agencija je dana 04.11.2011. godine usvojila Pravilnik o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža ("Službeni list Crne Gore, broj 52/2011"). Pravilnik je urađen u skladu sa članom 50 Zakona o elektronskim komunikacijama ("Službeni list Crne Gore" broj 50/09 i 70/09) kojim je propisana mogućnost nametanja regulatornih mjera operatoru sa značajnom tržišnom snagom ako se na osnovu analiza relevantnih tržišta ocijeni da relevantno maloprodajno tržište nije dovoljno konkurentno, da se nametanjem svih raspoloživih mjera na nivou veleprodaje ne bi ostvarili željeni ciljevi ili da već naređene mjere nijesu postigle željene ciljeve.

Regulatorne mjere koje se nameću operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu, shodno članu 50 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama, mogu uključivati zabranu sledećih aktivnosti:

- (1) obračunavanja prekomjernih cijena;
- (2) ometanja ulaska na tržište ili ograničavanje konkurencije postavljanjem previsokih ili preniskih cijena;
- (3) davanja neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku;
- (4) neosnovanog vezivanja određenih usluga.

Imajući u vidu stav 5 člana 50 Zakona o elektronskim komunikacijama, koji pripisuje obavezu implementacije sistema troškovnog računovodstva prilikom regulisanja mjera koje se nameću operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu, Crnogorski Telekom je kao operator sa značajnom tržišnom snagom bio u obavezi

da najprije primijeni usvojenu Metodologiju računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva, na tržištima na kojima je već ranije dokazano da ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom. Metodom cijenovne regulacije treba da se obezbijede uslovi za efikasnu konkurenciju na tržištima maloprodaje, kao i zaštita interesa korisnika elektronskih komunikacionih usluga, uz uvažavanje načela zaštite javnog interesa, načela objektivnosti, troškovne orijentisanosti, transparentnosti i nediskriminacije.

U skladu sa članom 9. Pravilnika o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža operator kojem je naređeno preduzimanje troškovne orijentacije mora dokazati da su cijene izračunate na osnovu troškova uz prihvatljivu stopu prinosa na investiciona ulaganja. Prilikom provjeravanja ispunjavanja obaveze Agencija može primijeniti metode troškovnog računovodstva koje su nezavisne od onih koje primjenjuje operator. Agencija može od operatora rješenjem takođe zahtijevati da obrazloži i po potrebi koriguje cijene, pri čemu teret eventualnog dokazivanja snosi operator.

Operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu prema kojem se preduzima mjera kontrole maloprodajnih cijena, dužan je da implementira sistem troškovnog računovodstva saglasno Metodologiji specificiranoj od strane Agencije.

Nakon primjene propisanog sistema troškovnog računovodstva i odvojenog računovodstva operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu dužan je pružiti uvid u regulatorne finansijske informacije, kako bi Agencija ispunila svoje regulatorne zadatke u ovoj oblasti, uključujući i nadzor cijena.

Operator je dužan objaviti godišnje regulatorne finansijske informacije revidirane od strane nezavisnog revizora i izvještaj o usklađenosti sa regulatornim obavezama.

S obzirom na analizom potvrđen status Crnogorskog Telekom-a kao operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija nalaže Crnogorskom Telekomu da i ovo relevantno tržište usluga bude obuhvaćeno implementiranim sistemom računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva.

8.2.2.2. Obaveza nediskriminatornosti

Agencija je mišljenja da Crnogorski Telekom kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu može ponuditi i objaviti u svom Cijenovniku odobrene popuste određenim kategorijama korisnika, koji su bazirani na objektivnim kriterijumima kao što su: obim saobraćaja, rok zaključenog korisničkog ugovora (maksimum 24 mjeseca) i sl. Međutim, cijenovna diskriminacija postaje antikonkurentna aktivnost, odnosno prepreka razvoju konkurencije ako utvrđivanje različitih cijena usluge za različite kategorije korisnika nije zasnovano na objektivnim kriterijumima. U odsustvu regulacije,

Crnogorski Telekom bi mogao diskriminisati krajnje korisnike na račun određenih kategorija korisnika (npr. veliki poslovni korisnici).

Agencija ocjenjuje da je neophodno odrediti Crnogorskom Telekom-u obavezu zabrane cijenovne diskriminacije koja podrazumijeva zabranu davanja neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika.

Agencija je dana 04.11.2011.godine usvojila Pravilnik o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža ("Službeni list Crne Gore, broj 52/2011").

Pomenuti Pravilnik u članu 11, 12, i 13 sadrže mjere Agencije kojim se sprečava davanje neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika, u okviru kojih Agencija propisuje obaveze operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu da se prilikom utvrđivanja maloprodajnih cijena rukovodi principima nediskriminatornosti i transparentnosti.

U skladu sa članom 12. Pravilnika, maloprodajna cijena usluge operatora sa značajnom tržišnom snagom koja se nudi pod ekvivalentnim uslovima treba da bude ista za sve korisnike. Izuzetno, popusti su objektivno opravdani i mogu se odobriti posebnim kategorijama korisnika (npr, invalidima, korisnicima socijalne pomoći). Operatori će objaviti u svom Cjenovniku odobrene popuste određenim kategorijama korisnika, koji su bazirani na objektivnim kriterijumima, kao što su: obim saobraćaja, broj linija, rok zaključenog korisničkog ugovora (maksimum 24 mjeseca) i sl.

8.2.2.3. Obaveza transparentnosti

Svi operatori javnih elektronskih komunikacionih mreža su obavezni da, shodno članu 102. stav 2 Zakona, učine dostupnim javnosti važeće cijene, tarife i opšte uslove pružanja svojih usluga. Pored ove generalne obaveze, Crnogorski Telekom je dužan da objavi Cjenovnik usluga na kome će jasno i nedvosmisleno biti prezentirane cijene svih maloprodajnih usluga, odnosno cijene svih kombinovanih paketa, popusti i objektivni kriterijumi za odobravanje popusta kod određenih usluga, odnosno kombinovanih paketa, promotivne aktivnosti kao i ostale relevantne informacije koje se tiču uslova korišćenja usluga.

Agencija ocjenjuje da se operatoru sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu treba nametnuti obavezu dostavljanja Agenciji izmjena Cjenovnika i obavještenja o izmjenama cijena prije njihovog stupanja na snagu. Operator sa značajnom tržišnom snagom je u obavezi da se shodno članu 11, 12, i 13 Pravilnika o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih

telefonskih mreža ("Službeni list Crne Gore, broj 52/2011") rukovodi principima nediskriminatornosti i transparentnosti. Naime, Operator sa značajnom tržišnom snagom dužan je, shodno članu 13. stav 1 Pravilnika, učiniti transparentnim Cjenovnik usluga na kome će jasno i nedvosmisleno biti prezentirane cijene svih javno dostupnih telefonskih usluga na fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica, odnosno cijene svih kombinovanih paketa, popusti i objektivni kriterijumi za odobravanje popusta kod određenih usluga, odnosno kombinovanih paketa, kao i ostale relevantne informacije koje se tiču uslova korišćenja usluga.

Takođe, operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu dužan je, shodno članu 13 stav 2 pomenutog Pravilnika, dostaviti Agenciji obavještenje o izmjenama cijena ili uslova pružanja usluga, sa detaljnim obrazloženjem razloga izmjene, najmanje 30 dana prije njihovog stupanja na snagu.

Na taj način, Agencija ima mogućnost da provjeri poštovanje principa transparentnosti, nediskriminatornosti i troškovne orijentisanosti cijena, kao i da identifikuje potencijalne anti-konkurentske aktivnosti. Agencija neće davati formalnu saglasnost na izmjene cijena Crnogorskog Telekom-a, ali će intervenisati u slučaju kršenja pomenutih principa prije stupanja na snagu istih.

8.2.2.4. Obaveza transparentnosti u pogledu vezanih /kombinovanih ponuda usluga (eng.Tying and bundling)

Glavni cilj nametanja ove obaveze je u spriječavanju ili ograničavanju prepreka razvoju konkurencije na relevantnom tržištu, koje se odnose na neosnovano vezivanje određenih usluga, s obzirom da ova praksa može imati negativan efekat na operatore i krajnje korisnike.

Kod ocijene prepreka razvoju konkurencije, Agencija je razmatrala da li vezana/kombinovana ponuda usluga (*eng.Tying and bundling*) predstavlja potencijalnu prepreku razvoju konkurencije s aspekta prenošenja značajne tržišne snage sa jednog tržišta na blisko povezana horizontalna tržišta. Naime, integrisanje usluga u okviru jednog paketa, onemogućava transparentnost cijena pojedinih usluga. S druge strane, praksa kombinovanih paketa usluga može rezultirati racionalizacijom troškova poslovanja operatora, i samim tim i povoljnostima za krajnje korisnike. Međutim, ova praksa ima anti-konkurentski karakter u slučaju kombinovanja usluge sa konkurentskog i usluge sa nekonkurentskog tržišta u okviru tarifnog paketa. Crnogorski Telekom može, u odsustvu regulacije, obavezati krajnje korisnike da u paketu sa pretplatom za PSTN ili ISDN priključak kupuju usluge koje im nisu neophodne. U takvim okolnostima, alternativni operatori su limitirani da kreiraju isti tip paketa svojim korisnicima, čime su dovedeni u neravnopravan položaj. Strategijom ponude vezanih/kombinovanih paketa (*eng.Tying and bundling*) operator sa značajnom tržišnom snagom učvršćuje svoju poziciju i uvećava barijere uvođenju konkurencije na relevantno tržište.

U skladu sa članom 15 Pravilnika o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža ("Službeni

list Crne Gore, broj 52/2011") a koji se odnosi na zabranu primjene ponuda kojima se vrši neosnovano vezivanje usluga, Agencija će provjeravati praksu kombinovanja i vezivanja usluga. Takva provjera može da uključi i sprovođenje testa profitabilnosti za kombinovane ponude na način da se utvrdi da li maloprodajna cijena paketa usluga pokriva troškove odgovarajuće veleprodajne usluge uvećane za sve relevantne troškove uslovljene pružanjem tog paketa usluga.

U cilju sprovođenja ovakve provjere, operator sa značajnom tržišnom snagom će obavijestiti Agenciju o troškovnoj strukturi veleprodajne cijene usluga ili mrežne opreme koja se koristi za pružanje maloprodajnih usluga, i drugim relevantnim informacijama, nakon čega će Agencija ispitati poštovanje principa transparentnosti, nediskriminatorsnosti i troškovne orijentisanosti cijena, kao i identifikovati potencijalne anti-konkurentske aktivnosti.