

Komentari Crnogorskog Telekoma i odgovor Agencije na Analizu tržišta širokojasnog pristupa Internetu na nivou maloprodaje				
r.br	Str.	Tekst Agencija	Komentar Crnogorskog Telekoma	Odgovor Agencije
1.	13	Slika 2: Učešće priključaka širokopojasnog pristupa Internetu prema načinu pristupa za 2010	Na grafiku 2009?	U pitanju je tehnička greška. Agencija će istu ispraviti.
2.	13	Slika 3: Učešće priključaka širokopojasnog pristupa Internetu prema načinu pristupa za 2011.	Na grafiku 2010?	U pitanju je tehnička greška. Agencija će istu ispraviti.
3.	13	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	Pristup putem optičkih vlakana u 2011 je veći od 0%	Od ukupnog broja 95 184 širokopojanog pristupa tokom 2011.godine, pristup putem optičkih vlakana je 412, sto procentualno iznosi 0.4%. Na grafiku su vrijednosti odvajane na 1. Agencija će korigovati grafik.
4.	30	Strukturne prepreke	Ne može se govoriti o prisustvu visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište obzirom na postojanje ponude na veleprodajnom nivou. Opet napominjemo da istraživanja pokazuju da se na razvijenim tržištima ovaj minus u odnosu na maloprodajnu cijenu prosječno kreće između 40 i 50% tako da CT ne odstupa od navedenog. Takođe,	Postojeće veleprodajne ponude CT-a, odnosno usluga pristupa lokalnoj petlji i usluga Bitstream pristupa, putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži monopoliste u nekoj mjeri ublažavaju postojanje visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije, ali ih ne uklanjaju u potpunosti. Usluga direktnog pristupa mreži (u koju ulazi gradnja

			<p>regulacija na veleprodajnom tržištu urađena je na bazi poređenja sa sličnim tržištima – evropske zemlje sa sličnom ekonomskom situacijom I sa sličnim stepenom regulacije, zemlje gdje su postojali monopolisti sa značajnom tržišnom snagom, isključene su velike evropske zemlje I sl.</p> <p>Veleprodajna cijena je formirana na način da omogući drugim operatorima da krajnjem korisniku ponude cijene koje će pokriti njihove troškove čak i kada koriste CT infrastrukturu. Obzirom da je ista formirana kao % u odnosu na maloprodajnu cijenu, eventualno smanjenje maloprodajne cijene bi dovelo do smanjenja I veleprodajne cijene.</p> <p>Kao što smo već naveli, razlog zbog kojeg nemamo korisnika na veleprodajnom tržištu nijesu strukturne prepreke već veličina tržišta koja demotiviraju druge potencijalne pružaoce ove usluge u smislu da nijesu spremni na ulaganja obzirom na mali potencijal tržišta. Takođe, Agencija propisala I niske cijene provlačenja kablova kroz CT kanalizaciju pa je time tržište više</p>	<p>sopstvene pristupne infrastructure, obzirom da su regulatorne mjere Agencije stupile na snagu oktobra 2010.godine, a Analiza obuhvata period od 2009/1 do 2011/2) zahtijeva od operatora veća ulaganja, a samim time dolazi i do rasta nenadoknadivih troškova. Kada su operatori prisiljeni ulagati u sopstvenu infrastrukturu putem izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, nenadoknadivi troškovi su im znatno povećani u odnosu na situaciju da im je u tom trenutku bila na raspolaganju mogućnost indirektnog pristupa mreži CT-a putem usluge bitstream pristupa pa se iz tog razloga ne može govoriti o nepostojanju nenadoknadivih troškova za operatore korisnike, kao što je Agencija već jednom objasnila u komentarima CT na Test tri kriterijuma.</p>
--	--	--	--	---

			usmjereno na takav način pružanja usluge nego na bitstream uslugu ili uslugu pristup putem lokalne petlje.	
5.	32	Iz svega prethodno navedenog, Agencija zaključuje kako postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije.	ne može govoriti o tome da postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije obzirom da postoje kablovski operatori koji koriste infrastrukturu CT-a, a nude pakete sa nizim cijenama od nasih.	Postojanje veleprodajnih ponuda putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži monopoliste, može samo ublažiti postojanje visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije. Repliciranje pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekomu za pružanje usluge maloprodaje širokopojasnog pristupa Internetu krajnjim korisnicima nije ekonomski opravdano.
6.	33	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	Pristup putem izdvojenog pristupa lokalnoj petlji ne zahtijeva znatna ulaganja operatora u pristupnu infrastrukturu, tako da u ovom slučaju ne postoje prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije	Činjenica da operatori koriste uslugu iznajmljivanja kablovske kanalizacije a ne koriste dijeljeni LLU i cijeli LLU I bitstream govori o tome da operatori imaju veće troškove izgradnje svojih mreža i pružanja usluga, samim tim se smanjuje potencijal za brzo širenje tih mreža.
7.	34	Naime, u slučaju odsustva regulacije na tržištu javno dostupne telefonske usluge Crnogorski Telekom bi, kao jedini 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	CT nije jedini infrastrukturni operator. Snažne promotivne akcije su sve više izražene i od strane konkurenata na ovom tržištu, što je rezultat povećanja konkurencije, a ne odsustva regulacije.	Konkurencija nije zaživjela u dovoljnoj mjeri odnosno u mjeri da, u odsustvu regulacije, Crnogorski Telekom ne bi bio u mogućnosti da ugrozi tržišni udio novih operatora. Činjenica da, veleprodajna usluga Crnogorskog Telekomu - Bitstream pristup, iako je prisutna na tržištu već neko vrijeme - nije zaživjela (o čemu svjedoči podatak da uslugu veleprodajnog širokopojasnog pristupa (<i>Bitstream pristupa</i>) ne koristi nijedan operator), ukazuje da na tržištu

		usluge.		nema efikasne konkurencije.
8.	34	prepreke prelaska za krajnje korisnike	CT takodje ima troskove privlacenja novih/zadrzavanja postojećih korisnika tako da se to ne može smatrati preprekom. Trosak stvaranja/zadrzavanja pozitivnog imidza postoji jednako za sve I raste sa porastom konkurencije na trzistu.	Crnogorski Telekom, kao SMP operator, predstavlja vrlo snažno i prepoznatljivo tržišno ime koje je poznato svim krajnjim korisnicima i koji, u slučaju sličnih maloprodajnih cijena koje nude ostali operatori na tržištu, nemaju potrebu da mijenjaju operatora. S druge strane, novi operatori nemaju toliko snažno I prepoznatljivo tržišno ime iz čega proizlazi da moraju da ulože dodatne napore kroz oglašavanje svog tržišnog imena i stvaranja slike kvalitetnog i pouzdanog operatora kako bi isti postao prepoznatljiv, a samim time i zanimljiv krajnjim korisnicima.
9.	35	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	CT je takodje prosao kroz fazu izgradnje sopstvenog imidza I konstantno radi na poboljsanju istog tako da se ovaj trosak ne može vezivati za CT ne može se reci da CT I sam nema ova ulaganja.	Očigledno da se jedinični troškovi pružanja usluga smanjuju sa povećanjem korisnika, te da Crnogorski Telekom koristi prednosti ekonomije obima.
10.	37	Drugi kriterijum: struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira	Smatramo da konkurencija I sada postoji I pocinje sve više da bude izrazena (pa su I sve znacajnije promotivne kampanje drugih ucesnika – besplatna oprema, instalacija, mjeseci bez pretplate I sl.).	Analiza nije rađena za 2013 godinu, te se taj period neće komentarisati. Crnogorski Telekom, kao SMP operator, predstavlja vrlo snažno i prepoznatljivo tržišno ime koje je poznato svim krajnjim korisnicima i koji, u slučaju sličnih maloprodajnih cijena koje

			<p>Promotivne akcije ne mogu bit prepreka obzirom da ih sprovode I drugi ucesnici, ne samo CT.</p> <p>Postojanje ili nepostojanje konkurencije mijenja previse cinjenicu da svaki ucesnik na trzistu, prilikom ulaska na isto, mora imati troskove priblizavanja krajnjim korisnicima (I ne samo pri ulasku na trziste, ovaj trosak je neophodan I za zadrzavanje imidza I korisnika).</p> <p>Trebalo bi uzeti u ozbir I to da analizom obuhvacena 2012. i 2013. godina posto moze reci da je konkurencija na ovom trzistu u tom periodu ipak postala jaca.</p>	<p>nude ostali operatori na tržištu, nemaju potrebu da mijenjaju operatora. S druge strane, novi operatori nemaju toliko snažno I prepoznatljivo tržišno ime iz čega proizlazi da moraju da ulože dodatne napore kroz oglašavanje svog tržišnog imena i stvaranja slike kvalitetnog i pouzdanog operatora. Bez obzira na mogućnost izbora operatora koju krajnji korisnici imaju, Agencija smatra da odnos snaga nije takav da omogućava efikasnu konkurenciju.</p>
11.	43	Zaključak o trećem kriterijumu	<p>I dalje smatramo da postojanje visokih prekrasnih kazni predstavlja efikasnu preventivnu mjeru zastite konkurencije.</p> <p>Obzirom da postoji regulacija na veleprodajnom trzistu, ne moze se govoriti o tome da postoje ili da moze doci do problema koji bi prouzrokovali znacajnu stetu.</p>	<p>Agencija I dalje ostaje pri svom stavu i se ne slaže sa komentarem Crnogorskog Telekoma. Agencija smatra da Zakon o zaštiti potrošača I Zakon o elektronskim komunikacijama ne tretiraju problematiku na način kako je to predstavio Crnogorski Telekom.</p>
12.	44	Prisup putem optičkih vlakana	<p>Predlazemo brisanje iz definicije zbog veoma malog učešća korisnika koji na ovaj način ostavruju pristup internetu(0,5%)tj smatramo da Agencija treba da ima iste kriterijume na osnovu kojih je neke druge</p>	<p>Agencija smatra da će usluge širokopojsnog pristupa Internetu putem optičkih vlakana imati značajan uticaj na konkurenciju u narednom periodu na maloprodajnom nivou, odnosno da će navedene usluge biti zamjenljive sa već postojećim uslugama baziranim na ADSL</p>

			tehnologije isključila iz tržišta	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 biti još izraženije.
13.	50	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	Po Zakonu o elektronskim komunikacijama svi kriterijumi moraju biti uzeti u obzir a pored onih pobrojanih u Zakonu Agencije može uzeti i druge kriterijume	Član 68 Zakona o elektronskim komunikacijama (Sl.List broj: 40/2013 od 30.07.2013godine) a u vezi sa članom 67, u prvom pasusu navodi: "Prilikom procjenjivanja značajne tržišne snage operatora iz člana 67 stav 1, Agencija primjenjuje neke od slijedećih kriterijuma".
14.	56	Visoko tržišno učesće 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	Ne slažemo se stavom Agencije iz sledećih razloga: 1. U skladu sa članom 17 Universal Service Directive, "NRAs should apply regulatory controls on retail services only if obligations imposed at the wholesale level failed to ensure effective competition.". U ovom slučaju smatramo da to nije ispunjeno. 2. Smatramo da period nije dovoljan	Članom 50 Zakona o elektronskim komunikacijama (Sl.List CG broj 50/2008) kojim je transponovana odredba člana 17 Direktive o univerzalnom servisu, propisana je mogućnost nametanja regulatornih mjera operatoru sa značajnom tržišnom pozicijom ako se na osnovu analiza relevantnih tržišta ocijeni: -da relevantno maloprodajno tržište nije dovoljno konkurentno; -da se nametanjem svih raspoloživih mjera na

	<p>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 relevantnom tržištu, a koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cijenovnim i necijenovnim osnovama.</p>	<p>Agencija zaključila da regulacija na veleprodajnom tržištu nije efikasna, naročito što je analizama tržišta iz novembra 2013 na svim veleprodajnim tržištima na kojima je CT određen kao SMP operator, propisana obaveza troškovne orijentacije cijena koje su izračunate troškovnim modelom na bazi metodologije propisane od strane Agencije. Konkretno, na ovom tržištu prethodna regulacija propisivala retail minus metodologiju, minus 42% na maloprodajne cijene širokopojasnog pristupa, koji je Agencija odredila na bazi ekspertize gdje se pozvala na sledeće: "Na ovaj način će se omogućiti uspostavljanje efikasne konkurencije maloprodajnom tržištu, a ostvarivanjem razumne stope prinosa operatori će imati podsticaj da ulažu sopstvene mreže, kroz postepeno napredovanje na skali ulaganja". Dakle, Agencija je ovdje kontradiktorna pa sada ne smatra da će se uvođenjem troškovno orijentisanih cijena na veleprodajnom tržištu, ostvariti efikasna konkurencija na maloprodajnom tržištu. Ovo je naročito čudno iz razloga što su troškovno orijentisane cijene na nivou</p>	<p>nivou veleprodaje ne bi ostvarili željeni ciljevi ili -da već naređene mjere nijes postigle željene ciljeve.</p> <p>U slučaju predmetnog tržišta, Agencija je sprovedla postupak analize relevantnog maloprodajnog tržišta i konstatovala da relevantno maloprodajno tržište nije dovoljno konkurentno. Obaveze nametnutne na veleprodajnom nivou su neophodne u pravcu promovisanja konkurentnosti na maloprodajnom nivou, ali nedovoljne u pravcu ograničavanja antikonkurentskih aktivnosti i drugih zloupotreba statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom.</p> <p>U pogledu konstatacije Crnogorskog Telekoma da Agencija nije napravila procjenu o tome da li su već naređene mjere postigle željene ciljeve, Agencija ističe da je predmetno tržište po prvi put bilo predmet analize tržišta i nametanja regulatornih obaveza, te se efekti (ili željeni ciljevi) koji se odnose na ovo relevantno tržište faktički nijesu ni mogli sagledati ni dokazati.</p>
--	--	---	---

			<p>ili ispod ranije utvrđenih veleprodajnih cijena bazi -42% a po ranijoj ekspertizi, ovaj minus je dovoljan da nadoknadi maloprodajne troškove.</p> <p>3. Razlog zbog kojeg nemamo korisnika na veleprodajnom tržištu je veličina tržišta koja demotivira druge potencijalne pružaoce ove usluge u smislu da nijesu spremni na ulaganja obzirom da je mali potencijal tržišta. Također, Agencija je propisala i niske cijene provlačenja kablova kroz CT kanalizaciju pa je time tržište više usmjereno na takav način pružanja usluge nego na bitstream uslugu ili uslugu pristupa putem lokalne petlje.</p> <p>4. U vezi s gore navedenim, Agencija isto vrijeme propisuje obaveze na veleprodajnom i maloprodajnom tržištu širokopojsnog pristupa putem optičkih vlakana. Kako je ova usluga relativno nova na maloprodajnom tržištu a troškovi FTTH pristupnih mreža su izuzetno visoki</p>	
15.	59	Obaveza kojom se zabranjuje obračunavanje prekomjernih cijena	Nije jasno zbog čega se pominje ova obaveza ovdje a zaključak je da CT treba da primjeni troškovno računovodstvo. Radi se o dvije različite metode regulacije cijena	Agencija je navela pomenutu obavezu, jer Pravilnik o regulaciji maloprodajnih cijena I Zakono o elektronskim komunikacijama daju mogućnost da Agencija uvrsti neku od metoda kojom će se zabraniti obračunavanje prekomjernih cijena.

16.	59	<p>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 (<i>eng. Price cap</i>) 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</p>	<p>Agencija dobro zaključuje o prioritetima u regulaciji maloprodajnih i veleprodajnih cijena ali se toga ne pridržava u analizi i na kraju zaključuje suprotno.</p>	<p>Agencija u tekstu Analize navodi koje metode postoje za onemogućavanje obračuna prekomjernih cijena. Za koju metodu će se Agencija odlučiti u datoj fazi regulacije, Agencija će sama procijeniti na osnovu relevantnih podataka o stanju na tržištu.</p>
-----	----	---	--	--

		je rezultat razlika u tržišnim uslovima i razlika u prioritetima regulacije maloprodajnih i veleprodajnih tržišta.		
17.	60	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.	Komentarisanog već prije. Koja je svrha uvođenja troškovnog računovodstva na maloprodajnom tržištu ako su već uvedene troškovno orijentisane cijene na veleprodajnom tržištu (biće uključene u Referentnu ponudu veleprodajnog širokopojsnog pristupa u zakonskom roku od 90 dana od dana Riješenja)? To znači da će potencijalni konkurenti po troškovno utvrđenim cijenama (jednake troškove ima CT u pružanju ovih usluga svom maloprodajnom segmentu) moći da koriste ovu uslugu i ponude je na maloprodajnom tržištu.	Ovdje se radi o dva različita tržišta. U slučaju predmetnog tržišta, Agencija je sprovela postupak analize relevantnog maloprodajnog tržišta i konstatovala da relevantno maloprodajno tržište nije dovoljno konkurentno. Obaveze nametnutne na veleprodajnom nivou su neophodne u pravcu promovisanja konkurentnosti na maloprodajnom nivou, ali nedovoljne u pravcu ograničavanja antikonkurentskih aktivnosti i drugih zloupotreba statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom.
18.	61	kao i ostale relevantne informacije koje se tiču uslova korišćenja usluga.	Brisati Uključivanje promotivnih aktivnosti Cjenovnik nema smisla a nije propisano ni Zakonom ni Pravilnikom o regulaciji maloprodajnih cijena usluga na fiksnoj lokaciji	Tekst Agencije se ne odnosi na promotivne aktivnosti.