



**CRNA GORA**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE**  
**I POŠTANSKU DJELATNOST**

**Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih  
poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji  
(Analiza nakon testa tri kriterijuma)**

**Podgorica, decembar 2011.**

# SADRŽAJ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. UVOD</b>  | <b>5</b>  |
| 1.1 Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije  | 5         |
| 1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta  | 7         |
| 1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije   | 8         |
| 1.4 Hronološki redoslijed aktivnosti  | 9         |
| <b>2. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA USLUGA</b>  | <b>11</b> |
| 2.1 Karakteristike tržišta  | 11        |
| 2.2 Trenutni status operatora sa značajnom tržišnom snagom na tržištu poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji                           | 13        |
| 2.3 Definicija relevantnog tržišta usluga   | 13        |
| 2.4 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje/ponude   | 14        |
| 2.5 Supstituti pozivima koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža   | 15        |
| 2.5.1 Pozivi iz mobilnih mreža  | 15        |
| 2.5.2 Pozivi putem internet protokola (VoIP)  | 17        |
| 2.5.3 Određivanje tržišta prema vrstama poziva  | 18        |
| 2.5.4 Pozivi putem usluge izbora i predizbora operatora   | 18        |
| 2.5.5 Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama i pozivi prema brojevima u mobilnim mrežama  | 19        |
| 2.5.6 Pozivi prema Internet brojevima   | 20        |
| 2.5.7 Pozivi prema geografskim i negeografskim brojevima  | 21        |
| 2.5.8 Fizička i pravna lica   | 22        |
| 2.6 Geografska dimenzija relevantnog tržišta  | 22        |
| 2.7 Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta  | 23        |
| <b>3. TEST TRI KRITERIJUMA</b>  | <b>24</b> |
| 3.1 Prvi kriterijum: prisutnost visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode   | 25        |
| 3.1.1 Strukturne prepreke ulaska na tržište   | 25        |
| 3.1.2 Pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište   | 31        |
| 3.1.3 Zaključak o prvom kriterijumu   | 32        |
| 3.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira                                   | 32        |
| 3.2.1 Zaključak o drugom kriterijumu  | 36        |
| 3.3 Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti tržišne konkurencije sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu | 36        |
| 3.3.1 Zaključak o trećem kriterijumu  | 38        |
| 3.4 Mišljenje nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju jeli relevantno tržište podložno prethodnoj regulaciji  | 38        |
| <b>4. ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA</b>   | <b>39</b> |
| 4.1 Tržišno učešće telekomunikacionog operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu   | 40        |
| 4.2 Kontrola nad infrastrukturom, čiji se obim ne može lako udvostručiti  | 41        |
| 4.3 Stепен diferencijacije usluga   | 43        |

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| 4.4       | Ekonomija obima.....   | 43        |
| 4.5       | Ekonomija širine .....   | 44        |
| 4.6       | Stepen vertikalne integracije.....   | 44        |
| 4.7       | Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom .....                                   | 44        |
| <b>5.</b> | <b>PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE .....</b>   | <b>46</b> |
| 5.1       | Mehanizmi vertikalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište.....                                 | 48        |
| 5.2       | Mehanizmi horizontalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište.....                               | 50        |
| 5.3       | Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu .....   | 51        |
| <b>6.</b> | <b>ODREĐIVANJE REGULATORNIH OBAVEZA ZA OPERATORE SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM .....</b>                        | <b>53</b> |
| 6.1       | Obaveze na veleprodajnom nivou .....   | 54        |
| 6.1.1     | Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora .....   | 54        |
| 6.1.2     | Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. <i>Wholesale line rental</i> ) ..... | 56        |
| 6.2       | Obaveze na maloprodajnom nivou .....   | 59        |
| 6.2.1     | Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija .....  | 59        |
| 6.2.2     | Obaveza regulisanja cijena maloprodajnih usluga .....  | 60        |
| <b>7.</b> | <b>PRILOZI .....</b>   | <b>65</b> |
| 7.1       | Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije za primjenu Testa tri kriterijuma.....                     | 65        |
| 7.2       | Prilog B – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije u vezi analiza tržišta .....                               | 68        |



Na osnovu gore nevedenog pravnog osnova, Uprava za zaštitu konkurencije je dana 20.07.2011.godine, Agenciji za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost dala pozitivno mišljenje br.01/148/1, kojim se saglasila, da su od strane Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost predhodno predloženi nacrti analiza o ispunjavanju testa tri kriterijuma na odabranim relevantnim tržištima urađeni u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09 i 70/09), uz pravilnu primjenu odredbi Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07) i u skladu sa evropskim standardima, obavezujućim na osnovu odredbi člana 73. Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju.

S tim u vezi, a na osnovu komparativne analize predloženih nacrti analiza, Uprava za zaštitu konkurencije daje sljedeće

### MIŠLJENJE

Predloženi nacrti analiza, i to:

- **Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji (Analiza nakon testa tri kriterijuma)**
- **Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio-difuznih signala (Analiza nakon testa tri kriterijuma)**
- **Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža (Analiza nakon testa tri kriterijuma)**
- **Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija**
- **Tržište međunarodnih poziva**

su urađeni u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09 i 70/09), uz pravilnu primjenu odredbi Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07) i predstavljaju relevantnu podlogu za primjenu u praksi.

### Obrazloženje

Politički konsenzus o uvođenju i zaštiti konkurencije se odražava *inter alia* u sklapanju Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, posebno u odredbama koje se odnose na harmonizaciju zakonodavstva sa pravnim poretkom Evropske Unije, kao i na djelovanje u skladu sa standardima Evropske Unije, na području konkurencije i njegovim značajnim sektorima, a posebno informacijskog društva i/ili elektronskih komunikacija.

Politika i pravo konkurencije se ne ograničava samo na zabranu onih radnji učesnika na tržištu, koja ograničavaju, sprečavaju i negativno utiču na efikasnu konkurenciju, već ista predstavlja mnogo širi pojam.

---

Svetozara Markovića, br.26, 81000 Podgorica  
TEL: (+382) 20 239 010 ; (+382) 20 239 024; FAX: (+382) 20 239 015  
<http://www.uzzk.gov.me>

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

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.<sup>6</sup> 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.

---

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

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

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

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

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

<sup>6</sup> 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)<sup>7</sup> 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)<sup>8</sup> 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)<sup>9</sup>;
- Direktive 2009/136/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta<sup>10</sup>, 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;

---

<sup>7</sup> 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.

<sup>8</sup> 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.

<sup>9</sup> 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

<sup>10</sup> 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 savjeta<sup>11</sup>, 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**

Prethodno navedene direktive implementirane su u crnogorsko zakonodavstvo kroz ZEK, koji je stupio na snagu 2008. godine. Osnovni cilj postupka analize tržišta je utvrđivanje efikasnosti tržišne konkurencije na tom tržištu, tj. postojanje jednog ili više operatora koji imaju značajnu ili zajedničku značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu. Na osnovu rezultata sprovedene analize ili Testa tri kriterijuma određuju se, zadržavaju, mijenjaju ili ukidaju mjere iz čl. 44, 45, 46, 47, 48, 49 i 50 ZEK, pri čemu Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera.

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 spriječavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

ZEK-om je propisano da se prilikom određivanja relevantnih tržišta iz stava 1 člana 41. uzima u obzir praksa Evropske unije, što znači da se bez dokazivanja kumulativne ispunjenosti tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), može vršiti *ex-ante* regulacija samo onih relevantnih tržišta iz Preporuke od 2007.

Ostala tržišta se mogu regulisati ukoliko se utvrdi da 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 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.

---

<sup>11</sup> 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

Relevantna tržišta usluga, u smislu ove Odluke, su slijedeća:

1. Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
2. Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
3. Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija,
4. Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.
5. Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala.

S obzirom da maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima, a bilo je kao treće i peto tržište obuhvaćeno starom Preporukom, 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. U slučaju da nisu zadovoljena sva tri kriterijuma, Agencija će novim rješenjem ukinuti rješenja koja su na tom tržištu određivala operatore sa značajnom tržišnom snagom, uključujući i mjere koje su naređene tim rješenjima.

### **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 redosljed aktivnosti**

Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 31.03.2011. donio *Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma*, kojom je naloženo sprovođenje testa tri kriterijuma na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. 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.

Shodno Preporuci iz 2003. godine, na maloprodajnom nivou u fiksnim elektronskim komunikacionim mrežama postoje četiri tržišta vezana za javno dostupnu telefonsku uslugu i to:

- tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
- tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
- tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, i
- tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

U skladu s navedenim, a sa ciljem prikupljanja svih potrebnih podataka, Agencija je na osnovu pretpostavki i iskustava iz zemalja Evropske unije, izradila jedinstveni upitnik za operatore koji pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu na fiksnoj lokaciji fizičkim i pravnim licima kao i pristup javnoj komunikacionoj mreži na fiksnoj lokaciji u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge. Navedeni upitnik se sastoji od dva dijela, a isti sadrži sve potrebne podatke za sprovođenje postupka utvrđivanja, određivanja i analize relevantnih tržišta podložnih *ex-ante* regulaciji.

Prvi dio upitnika se odnosi na uslugu pristupa javnoj komunikacionoj mreži na fiksnoj lokaciji, a drugi dio se odnosi na javno dostupnu telefonsku uslugu. Podaci koji su traženi u upitniku se odnose na period od početka 2008 do kraja 2010 i to na polugodišnjem nivou.

Imajući u vidu činjenicu da su u Crnoj Gori, saglasno prethodno sprovedenom rebalansu tarifa za javno dostupne telefonske usluge, izjednačeni uslovi pružanja ovih usluga pravnim i fizičkim licima, Agencija je razmatrala maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, kao jedinstveno maloprodajno tržište.

Agencija je 18.04.2011. godine je 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   |
|-------|---|
| 1.    | Crnogorski Telekom a.d. Podgorica   |
| 2.    | Telenor d.o.o. Podgorica  |
| 3.    | Društvo za telekomunikacije MTEL d.o.o. Podgorica   |
| 4.    | Društvo za projektovanje i izgradnju telekomunikacionih objekata "PTT inženjering" d.o.o. |
| 5.    | Crnogorski Elektroprenosni Sistem a.d. Podgorica  |
| 6.    | Montenegro Connect d.o.o. Podgorica   |
| 7.    | M-Kabl d.o.o. Podgorica   |
| 8.    | IP Mont d.o.o. Podgorica  |
| 9.    | FiberNet d.o.o. Podgorica   |
| 10.   | VOIP d.o.o. Ulcinj  |
| 11.   | Pronto-Tel Copmany d.o.o. Podgorica   |
| 12.   | Elta Mont d.o.o. Nikšić   |
| 13.   | Montekom d.o.o. Ulcinj  |
| 14.   | Dimal Telcom d.o.o. Podgorica   |
| 15.   | Informatika Montenegro d.o.o. Podgorica   |
| 16.   | Cabling d.o.o. Budva  |
| 17.   | Dasto Montel d.o.o. Cetinje   |
| 18.   | Zirex d.o.o. Kotor  |
| 19.   | MNNEWS d.o.o. Podgorica   |
| 20.   | VOIP Telekom d.o.o. Podgorica   |
| 21.   | Dynacom d.o.o. Podgorica  |
| 22.   | VOX d.o.o. Podgorica  |
| 23.   | Pošta Crne Gore d.o.o. Podgorica  |

Nakon prijema popunjenih upitnika, Agencija je otpočela sprovođenje Testa tri kriterijuma na svim relevantnim tržištima javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji

## 2. DEFINISANJE 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.

Osnovna načela definisanja relevantnih tržišta odnose se na analizu stepena supstitucije na strani tražnje, stepena supstitucije na strani ponude i analize potencijalnih konkurentskih pritisaka. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje predstavlja utvrđivanje asortimana usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Takođe, vrši se analiza može li potencijalni pružalac telekomunikacionih servisa brzo i uz relativno male troškove ponuditi konkretnu uslugu na relevantnom tržištu kao odgovor malom, ali značajnom, trajnom povećanju cijena usluge od strane hipotetičkog monopoliste. Kod supstitucije na strani ponude operator odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja za pružanje slične usluge na tržištu.

U svrhu definisanja tržišta koristi se tehnika Hipotetičkog Monopolističkog Testa koja, počevši od najuže moguće definicije tržišta koje se analizira, određuje da li hipotetički monopolista može da sprovede malo ali značajno trajno povećanje cijena, a da pritom ne izgubi dio prihoda, usled preorijentacije krajnjih korisnika ka supstitutivnim uslugama.

Relevantno geografsko tržište predstavlja područje na kome su određeni pružaoci telekomunikacionih usluga uključeni u ponudu i tražnju za uslugama, a gdje su uslovi konkurencije dovoljno homogeni da se to područje razlikuje od susjednih područja.

### 2.1 Karakteristike tržišta

U periodu relevantnom za izradu ove analize (2008-2010) javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica na fiksnoj lokaciji bilo je moguće ostvariti putem:

1. Analognih priključaka koji obezbjeđuju 1 kanal, namijenjenih usluzi prenosa govora, ali koji takođe podržavaju uslugu prenosa podataka brzine do 56 kbit/sec.
2. Digitalni ISDN (eng. *Integrated Services Digital Network*) priključci. Dostupna su dva nivoa usluga, i to:
  - ISDN BRA (eng. *Basic Rate Access*) priključak, koji se sastoji od 2 govorna kanala i 1 kanala za prenos podataka, ukupne brzine  $128 (2 \times 64) + 16$  kbps;
  - ISDN PRA (eng. *Primary Rate Access*) priključak, koji se sastoji se od 30 govornih kanala i 1 kanala za prenos podataka, ukupne brzine  $1.920 (30 \times 64) + 64$  kbps.
3. Fiksni bežični pristup putem WIMAX tehnologije

U periodu koji je obuhvaćen upitnicima, na tržištu fiksnih mreža u Crnoj Gori javno dostupnu telefonsku uslugu su obavljali sledeći operatori :

**1. CRNOGORSKI TELEKOM** - najveći fiksni operator koji ima sopstvenu PSTN mrežu. Osnovna djelatnost kompanije su održavanje i eksploatacija telekomunikacionog sistema na području Republike Crne Gore, razvoj telekomunikacionih tehnologija i obezbeđivanje telekomunikacionih usluga korisnicima. Kompanija obezbeđuje pružanje usluga fiksne telefonije koje se odnose na lokalne, nacionalne i međunarodne telefonske usluge, kao i širok spektar ostalih telekomunikacionih usluga, uključujući rentiranje mreža, mreže podataka, teleks i telegrafске usluge. Crnogorski Telekom je sproveo značajno proširenje i nadogradnju infrastrukture. Investicije u infrastrukturu su rezultirale 100% digitalizacijom mreže.

**2. MTEL** - Operator javne fiksne elektronske komunikacione mreže na bazi fiksnog bežičnog pristupa i operator javnih fiksnih elektronskih komunikacionih usluga, i operator javne mobilne elektronske komunikacione mreže i operator javnih mobilnih elektronskih komunikacionih usluga. Pored usluga GSM i UMTS mreže, M:tel nudi i usluge fiksne telefonije i Interneta zasnovanog na WiMAX tehnologiji. WiMAX je bežična pristupna tehnologija preko koje se pruža usluga fiksne telefonije i "bežičnog ADSL-a" kako za rezidencijalne tako i za poslovne korisnike.

Integracija ove tri tehnologije (WiMAX-MPLS-IMS) predstavlja prvo NGN (Next Generation Network - Mreža Sljedeće Generacije) rješenje u Crnoj Gori.

**3. IP MONT** - Operator javnih elektronskih komunikacionih mreža i usluga/obavlja elektronske komunikacione usluge prenosa govora putem mreža baziranih na Internet protokolu (izbor i predizbor operatora, prepaid calling cards, Call Shop i SIP korisnici).

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%.

## **2.2 Trenutni status operatora sa značajnom tržišnom snagom na tržištu poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji**

Shodno regulatornom okviru iz 1998. god., tadašnji Zakon o telekomunikacijama je propisivao da je tržišno učešće veće od 25% potreban i dovoljan uslov za određivanje operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu. Međutim, za vrijeme važenja tog Zakona nije se pribjegavalo sprovođenju ovih odredbi, odnosno ni jedan operator nije proglašen za operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Stupanjem na snagu važećeg Zakona o elektronskim komunikacijama, koji je zamjenio raniji Zakon o telekomunikacijama, određivanje značajne tržišne snage nekog operatora na nekom relevantnom tržištu je uslovljeno izradom analize tog tržišta, na osnovu koje mogu nametnuti, izmjeniti ili ukunuti regulatorne obaveze.

Tokom perioda koji je relevantan za ovu analizu, ni jedan operator u Crnoj Gori nije imao status operatora sa značajnom tržišnom snagom na tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

## **2.3 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.

Osnovna načela definisanja relevantnih tržišta odnose se na analizu stepena supstitucije na strani tražnje, stepena supstitucije na strani ponude i analize potencijalnih konkurentskih pritisaka. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje predstavlja utvrđivanje asortimana usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Takođe, vrši se analiza može li potencijalni pružalac telekomunikacionih servisa brzo i uz relativno male troškove ponuditi konkretnu uslugu na relevantnom tržištu kao odgovor malom, ali značajnom, trajnom povećanju cijena usluge od strane hipotetičkog monopoliste. Kod supstitucije na strani ponude operator koji već pruža usluge odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja za pružanje slične usluge na tržištu.

U svrhu definisanja tržišta koristi se tehnika hipotetičkog monopolističkog testa koja, počevši od najuže moguće definicije tržišta koje se analizira, određuje da li hipotetički monopolista može da sprovede malo ali značajno trajno povećanje cijena, a da pritom ne izgubi dio prihoda, usljed preorijentacije krajnjih korisnika ka supstitutivnim uslugama.

Relevantno geografsko tržište predstavlja ono područje na kome su određeni pružaoci usluga elektronskih komunikacija uključeni u ponudu i tražnju za tim uslugama, a gdje su uslovi konkurencije dovoljno homogeni da se to područje razlikuje od susjednih područja.

#### **2.4 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje/ponude**

Pri definisanju tržišta usluga određuju se usluge koje korisnik smatra supstitutima u pogledu, namjene, funkcionalnosti i cijena na datom tržištu. Stepen 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 se utvrđuje na osnovu zamjenjivosti usluge posmatrano sa stanovišta korisnika pri relativnom porastu cijena. Za procjenu stepena supstitucije može se koristiti tzv. SSNIP test (eng. *Small but Significant and Non-transitory Increase in Price*)<sup>12</sup>, kojim se dokazuje spremnosti korisnika usluge A da pri porastu cijena te usluge 5-10% počne da koristi uslugu B. Pri tome se uzimaju u obzir, kako cijene usluga A i B, tako i troškovi prelaska na korišćenje usluge B (dugoročni ugovori, cijena terminalne opreme i sl). Ukoliko SSNIP test pokaže da su usluge A i B zamjenjive, smatra se da one pripadaju istom tržištu.

Stepen supstitucije na strani ponude se utvrđuje na osnovu mogućnosti preduzeća, koja pružaju druge usluge, a koje ne pripadaju istom tržištu usluga, da, usled relativnog porasta cijena razmatrane usluge u relativno kratkom vremenu, uđu na tržište i počnu da pružaju te usluge. Prilikom procjene postojanja potencijalne tržišne konkurencije potrebno je utvrditi njen nivo i uslove na relevantnom tržištu pod kojima novi tržišni učesnici, odnosno privredni subjekti mogu ući na dato relevantno tržište. Postojanje potencijalne tržišne konkurencije utvrđuje se na osnovu razmatranja predviđenih promjena postojećih tržišnih uslova, koje se odnose na strukturu relevantnog tržišta, ponašanja postojećih učesnika na relevantnom tržištu i uticaja na ostale stvarne i potencijalne učesnike na tržištu, ekonomske i finansijske snage učesnika na tržištu, ekonomskih, pravnih i drugih prepreka pristupa relevantnom tržištu, tržišnih trendova, i dr.

Maloprodajna javno dostupna telefonska usluga koja se pruža na fiksnoj lokaciji odnosi se na sve vrste poziva krajnjeg korisnika iz javne fiksne mreže, a to su:

- pozivi prema geografskim brojevima (prema nacionalnim fiksnim mrežama);
- pozivi prema brojevima u nacionalnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama
- pozivi prema međunarodnim brojevima;
- pozivi prema Internet brojevima;
- pozivi putem izbora i predizbora operatora
- pozivi prema ostalim negeografskim brojevima (usluge s dodatnom vrijednošću, usluge besplatnog poziva, usluge jedinstvenog pozivnog broja).

Agencija je pri određivanju granica tržišta javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji, razmotrila i druge načine komunikacije kao moguće supstitute usluzi poziva iz

---

<sup>12</sup> SSNIP - *Small but Significant and Non-transitory Increase in Price*, odnosno malo ali značajno trajno povećanje u cijeni

fiksnih komunikacionih mreža, i procijenio da li ti načini komunikacije pripadaju istom relevantnom tržištu u odnosu na fizička i pravna lica.

## 2.5 Supstituti pozivima koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža

### 2.5.1 Pozivi iz mobilnih mreža

#### Na strani tražnje

Pri određivanju relevantnog tržišta usluga javno dostupne telefonske usluge prvenstveno se razmatra stepen supstitucije poziva iz fiksnih mreža pozivima iz mobilnih mreža. S obzirom da krajnji korisnik koji želi ostvariti poziv, može to učiniti koristeći fiksnu ili mobilnu mrežu, izbor korisnika će opredijeliti funkcionalnost i cijena usluga, kao i njegova odluka da pozive iz fiksne mreže zamijeni pozivima iz mobilne na bazi pojedinog (eng. *call-by-call basis*) ili svih poziva.

Funkcionalna razlika između poziva iz fiksnih i poziva iz mobilnih mreža ogleda se u mobilnosti, koja ukazuje na činjenicu da je pristup mobilnim mrežama moguć nezavisno od lokacije, dok je pristup fiksnim mrežama moguć samo na određenoj fiksnoj lokaciji. Na osnovu prethodno navedenog može se zaključiti da je korisnik koji ostvaruje pristup i mobilnoj i fiksnoj mreži, u mogućnosti da zamijeni samo pozive iz fiksne mreže pozivima iz mobilnih mreža, ali ne i obrnuto. Da bi se ove dvije vrste poziva mogle smatrati supstitutima, potrebno je da iste budu zamjenjive u oba smjera, a što ovdje nije slučaj.

Osim navedenih funkcionalnih razlika, između poziva koji potiču iz fiksnih mreža i onih koji potiču iz mobilnih mreža, postoje i određene cjenovne razlike koje, po mišljenju Agencije utiču na percepciju i navike krajnjih korisnika.

|         | Fiksna lokal<br>on net | Fiksna<br>off net | Mobilna<br>on net | Mobilna<br>off net |
|---------|------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Fiksna  | 0,022                  | 0,060             | 0,220             | 0,220              |
| Mobilna | 0,140                  | 0,140             | 0,105             | 0,140              |

*Maloprodajne cijene poziva iz fiksne i mobilne mreže Crnogorskog Telekoma, izražene u EUR po minuti poziva sa uključenim PDV-om, u periodu jakog saobraćaja*

Upoređivanjem postojećih cijena poziva iz fiksne mreže ka mobilnim mrežama i poziva iz mobilnih mreža ka fiksnoj, može se zaključiti da su cijene poziva iz fiksne mreže ka mobilnim mrežama skoro duplo veće od cijena poziva iz mobilne mreže. S druge strane, cijene poziva iz fiksne mreže ka drugim fiksnim mrežama u Crnoj Gori su više nego duplo jeftinije od poziva iz mobilne mreže u druge mobilne mreže.

Imajući u vidu da ove vrste poziva nisu međusobno potpuno zamjenjive, kao i usled prethodno utvrđenih cjenovnih razlika, pozivi koji potiču iz mobilnih mreža ne mogu se, na strani tražnje smatrati supstitutima pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

U vremenskom period u kojem je vršena Analiza, Agencija je uočila sledeće trendove:

Korisnici fiksne mreže Crnogorskog Telekom ostvarili su nekoliko puta više odlaznih poziva ka fiksnim mrežama nego poziva ka mobilnim mrežama, i to u sljedećem odnosu:

- Na kraju 2008 godine, od ukupnog broja odlaznih poziva iz Crnogorskog Telekom, učešće poziva ka fiksnim mrežama je 82.44% a poziva ka mobilnim mrežama u Crnoj Gori je 17.55%.
- Na kraju 2009 godine, od ukupnog broja odlaznih poziva iz Crnogorskog Telekom, učešće poziva ka fiksnim mrežama je 83.27% a poziva ka mobilnim mrežama u Crnoj Gori je 16.72%.
- Na kraju 2010 godine, od ukupnog broja odlaznih poziva iz Crnogorskog Telekom, učešće poziva ka fiksnim mrežama je 83.73% a poziva ka mobilnim mrežama u Crnoj Gori je 16.26%.

Korisnici svih mobilnih mreža na Crnogorskom tržištu, tokom vremenskog perioda za koji se vrši analiza, ostvarili su odlazne pozive u sljedećoj strukturi:

- Na kraju 2008 godine, od ukupnog broja odlaznih poziva iz sva tri mobilna operatora u Crnoj Gori, učešće poziva ka mobilnim mrežama je 98.3% a poziva ka fiksnim mrežama u Crnoj Gori je 1.7%.
- Na kraju 2009 godine, od ukupnog broja odlaznih poziva iz sva tri mobilna operatora u Crnoj Gori, učešće poziva ka mobilnim mrežama je 98.5% a poziva ka fiksnim mrežama u Crnoj Gori je 1.5%.
- Na kraju 2010 godine, od ukupnog broja odlaznih poziva iz sva tri mobilna operatora u Crnoj Gori, učešće poziva ka mobilnim mrežama je 98.98% a poziva ka fiksnim mrežama u Crnoj Gori je 1.02%.

Na osnovu gore navedenih podataka, koji se odnose na relevantni period kojim se bavi ova analiza (2008, 2009 i 2010 godina), Agencija zaključuje da pri malom ali značajnom trajnom povećanju cijena poziva u lokalnom i međumjesnom saobraćaju sa fiksne lokacije, Crnogorski Telekom kao hipotetički monopolista ne bi izgubio značajan dio prihoda, kao posljedicu preorijentacije krajnjih korisnika na pozive iz mobilnih mreža.

### **Na strani ponude**

Supstitucija poziva koji potiču iz fiksnih mreža pozivima koji potiču iz mobilnih mreža na strani ponude zahtijeva brzo reagovanje operatora usluga mobilne javne komunikacione mreže na povećanje cijene poziva iz fiksnih mreža i uz relativno male troškove uz uslov da usluga koju ponudi po cijeni i kvalitetu odgovara pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

S obzirom da stvaranje navedenih preduslova zahtijeva značajna prilagođavanja i nadogradnju postojeće sopstvene pristupne mreže, iz razloga izuzetno visokih i nenadoknadivih troškova potrebnih za razvoj potrebne infrastrukture, supstitucija na strani ponude nije bila moguća u relevantnom vremenskom periodu.



## Zaključak

Agencija smatra da se pozivi koji potiču iz mobilnih mreža na strani ponude ne mogu smatrati supstitutom pozivima koji potiču iz fiksnih mreža, odnosno da ne postoji operator usluga fiksne javne komunikacione mreže koji bi u slučaju malog, ali značajnog trajnog povećanja cijene poziva iz fiksnih mreža, u razumnom roku i uz relativno male troškove bio u mogućnosti ponuditi iste usluge krajnjim korisnicima.

### **2.5.2 Pozivi putem internet protokola (VoIP)**

#### Na strani tražnje

VoIP pozivi, kod kojih se prenos govora pruža putem internet protokola, i koji u potpunosti prolaze kroz mrežu operatora posebnim virtuelnim kanalom koji je namijenjen govoru, je maloprodajna javno dostupna telefonska usluga. Ova usluga obuhvata sve vrste prenosa govora putem internet protokola, koji mogu biti upravljani i neupravljani.

Upravljane (eng. *managed*) VoIP pozive karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, pri čemu nema posebnog virtuelnog kanala za prenos govora. Zbog nepostojanja posebnog virtuelnog kanala za prenos govora, kvalitet ove vrste VoIP poziva ne odgovara u potpunosti kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u fiksnoj mreži, pa se i ne može smatrati supstitutom pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

Neupravljane (eng. *non-managed*) pozive karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji istovremeno u jednom svom dijelu prolazi kroz javni internet (VoIP), što onemogućava uslugu koja po kvalitetu odgovara javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, i kao takva ne predstavlja supstitut pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

#### Na strani ponude

Iako postoje bitne razlike u opremi i načinu pružanja standardne (PSTN) javno dostupne telefonske usluge i prenosa govora putem internet protokola (VoIP), Agencija smatra da bi u slučaju malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena standardne javno dostupne telefonske usluge, ostali operatori (postojeći ili oni koji tek namjeravaju da uđu na tržište), kao odgovor na spomenuto povećanje, mogli ponuditi uslugu prenosa govora putem internet protokola (VoIP) omogućavajući poseban virtuelni kanal za govor, međutim takva usluga ne bi u potpunosti odgovarala standardnoj PSTN usluzi. Postojeće veleprodajne usluge koje omogućavaju ostalim operatorima uslove za pružanje navedene usluge, kao i dosadašnja ulaganja u sopstvene mreže, omogućavaju operatorima da u relativno kratkom roku i bez izlaganja vecim dodatnim troškovima ponude korisnicima traženu uslugu.

U skladu s navedenim, Agencija smatra da je na strani ponude prenos govora putem internet protokola (VoIP) koji odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge supstitut standardnoj (PSTN) javno dostupnoj telefonskoj usluzi.

## Zaključak

U skladu s navedenim, Agencija smatra da se prenos govora putem internet protokola (VoIP) ne može smatrati supstitutom standardnoj (PSTN) javno dostupnoj telefonskoj usluzi gledano na strani tražnje, dok jeste supstitut na strani ponude.

### **2.5.3 Određivanje tržišta prema vrstama poziva**

#### Na strani tražnje

Nakon određivanja definicije tržišta poziva koji potiču iz fiksnih mreža, potrebno je odrediti da li lokalni i međumjesni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža pripadaju istom tržištu. Agencija smatra da, u pogledu krajnjeg korisnika, lokalni i međumjesni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža pripadaju istom relevantnom tržištu.

#### Na strani ponude

U Crnoj Gori, u relevantnom periodu su svi operatori pružali korisnicima uslugu poziva prema brojevima u lokalnom i međumjesnom saobraćaju. Shodno činjenici operatori koji su u relevantnom periodu korisnicima nudili lokalne i međumjesne pozive iz fiksnih mreža, Agencija smatra da su navedeni pozivi komplementarne usluge koje korisnici ne razdvajaju prilikom ugovaranja javno dostupne telefonske usluge. Agencija smatra da, na strani ponude, lokalni i međumjesni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža pripadaju istom relevantnom tržištu.

### **2.5.4 Pozivi putem usluge izbora i predizbora operatora**

#### Na strani tražnje

Krajnji korisnik koji koristi usluge poziva i pristupa od bivšeg monopoliste, može u svakom trenutku odlučiti da koristi usluge poziva nekog drugog operatora, a koje rečeni operator pruža putem usluge izbora i predizbora operatora. Funkcionalno, usluga poziva putem izbora i predizbora operatora predstavlja uslugu identičnu pozivu iz mreže operatora koji pruža uslugu pristupa krajnjem korisniku, i kao takva ima potencijal da stvori konkurentski pritisak ka povećanju cijena hipotetičkog monopoliste u dovoljnoj mjeri, odnosno, u slučaju povećanja maloprodajnih cijena hipotetičkog monopoliste, krajnji korisnici mogu preći na ekvivalentne usluge drugog operatora, odnosno na usluge koje se pružaju putem usluge izbora i predizbora operatora.

Uzevši u obzir da korišćenje usluge izbora i predizbora operatora nijesu efikasno implementirane, odnosno u dovoljnoj mjeri zaživjele u Crnoj Gori, Agencija je na stanovištu da pozivi putem usluge izbora i predizbora operatora nijesu supstitutivna usluga pozivima iz fiksne mreže.

## Na strani ponude

Kao što je prethodno navedeno, veleprodajna usluga predizbora operatora olakšava ulazak na tržište novim operatorima koji namjeravaju ili žele da ponude korisnicima svoju javno dostupnu telefonsku uslugu. S obzirom da je oprema potrebna za pružanje poziva prema fiksnim mrežama ista kao i oprema potrebna za pružanje poziva prema mobilnim mrežama, operator koji planira ulazak na tržište i počne sa nuđenjem usluge predizbora operatora može jednostavno, uz minimalne nenadoknadleve troškove i u kratkom roku, uz pozive prema fiksnim mrežama ponuditi i pozive prema mobilnim mrežama. Identična je situacija i sa operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći svoju sopstvenu mrežnu infrastrukturu.

## Zaključak

Slično prethodnom slučaju, a uzevši u obzir da korišćenje usluge izbora i predoizbora operatora nijesu efikasno implementirane, odnosno u dovoljnoj mjeri zaživjele u Crnoj Gori, Agencija je na stanovištu da pozivi putem usluge izbora i predizbora operatora nijesu supstitutivna usluga pozivima iz fiksne mreže.

### **2.5.5 Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama i pozivi prema brojevima u mobilnim mrežama**

Nakon konstatacije da lokalni i međumjesni pozivi pripadaju istom tržištu, Agencija razmatra mogućnost supstitucije poziva prema brojevima u fiksnim mrežama (eng. *fixed-to-fixed*) i poziva prema brojevima u mobilnim mrežama (eng. *fixed-to-mobile*).

## Na strani tražnje

Na zamjenljivost poziva iz fiksnih mreža prema fiksnim mrežama pozivima prema mobilnim mrežama utiče niz faktora. Strana koja poziva, uvijek ima mogućnost, umjesto upućivanja poziva na broj u fiksnoj mreži, dobiti traženog korisnika na njegov broj u mobilnoj mreži, ukoliko ga krajnji korisnik posjeduje, što ukazuje da se, zbog dostupnosti pojedinog korisnika i putem broja u mobilnoj mreži, poziv upućen na broj u mobilnoj mreži može smatrati supstitutom usluzi poziva upućenom na broj u fiksnoj mreži. Treba uzeti u obzir i cijene poziva koji potiču iz fiksne mreže u mobilnu mrežu, koje su više od cijena poziva iz fiksne mreže u fiksnu mrežu, pa nije realno da će korisnik koji vodi računa o svojoj potrošnji, sve svoje pozive prema fiksnoj mreži zamijeniti pozivima prema mobilnim mrežama.

|               | <b>Fiksna lokal<br/>on net</b> | <b>Fiksna<br/>off net</b> | <b>Mobilna<br/>on net</b> | <b>Mobilna<br/>off net</b> |
|---------------|--------------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|
| <b>Fiksna</b> | 0,022                          | 0,060                     | 0,220                     | 0,220                      |

*Maloprodajne cijene poziva iz fiksne mreže Crnogorskog Telekom, izražene u EUR po minuti poziva sa uključenim PDV-om, u periodu jakog saobraćaja*

Shodno navedenom, stepen supstitucije poziva iz fiksne u fiksnu mrežu pozivima iz fiksne u mobilnu, od strane cjenovno osjetljivog korisnika, realan je u situaciji kada je važno u tačno

određenom trenutku uspostaviti poziv, stoga se pozivi iz fiksne u mobilnu mrežu u opisanoj situaciji mogu smatrati supstitutom.

Agencija smatra da je ovaj oblik supstitucije potrebno posmatrati i imajući u vidu odlazne pozive upućene iz fiksnih prema mobilnim mrežama. Analizirajući broj poziva iz fiksnih mreža ka fiksnim i mobilnim mrežama, Agencija zaključuje da korisnici sve više ove dvije usluge smatraju sličnim iako se ne mogu smatrati supstitutima.

Agencija smatra da korisnici pozive ka fiksnim i pozive prema mobilnim mrežama smatraju komplementarnim uslugama, posebno zato što ugovaranjem javno dostupne telefonske usluge na fiksnoj lokaciji, korisnici ne razdvajaju ove vrste poziva, odnosno istovremeno ostvaruju mogućnost poziva prema fiksnim i mobilnim mrežama.

### **Na strani ponude**

Operatori usluga fiksnih mreža su u relevantnom periodu nudili pozive prema fiksnim i prema mobilnim mrežama bez razdvajanja. S obzirom da je oprema potrebna za pružanje poziva prema fiksnim mrežama ista kao i oprema potrebna za pružanje poziva prema mobilnim mrežama, operator koji namjerava da uđe na tržište i nudi uslugu predizbora operatora može jednostavno, uz minimalne nenadoknadive troškove i u kratkom periodu, uz pozive prema fiksnim mrežama nuditi i pozive prema mobilnim mrežama. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći sopstvenu mrežnu infrastrukturu.

### **Zaključak**

Imajući u vidu gore navedeno, kao i da su cijene poziva iz fiksne u mobilnu mrežu 10 puta skuplje od poziva iz fiksne u fiksnu mrežu, Agencija zaključuje da pozivi iz fiksnih mreža prema brojevima u mobilnim mrežama ne mogu biti supstitut pozivima iz fiksnih mreža prema brojevima u fiksnim mrežama, iako pripadaju istom tržištu.

## **2.5.6 Pozivi prema Internet brojevima**

### **Na strani tražnje**

Pozive prema Internet brojevima ostvaruju korisnici koji pristupaju Internetu putem uskopojasne veze (eng. *dial-up*). Uskopojasni pristup Internetu se ostvaruje kada korisnik bira broj koji je dodijeljen određenom operatoru usluge pristupa Internetu (eng. *ISP-Internet Service Provider*). Funkcionalno, govorni pozivi i uskopojasni pristup Internetu služe u različite svrhe, zbog čega poziv kojim se ostvaruje pristup Internetu ne može biti supstitut govornom pozivu i obrnuto. Iako svi operatori koji nude govorne pozive korisnicima usluga fiksnih mreža, takođe nude i cijeli spektar usluga, uključujući i pozive prema Internet brojevima, i nezavisno od toga što korisnik, kada ugovara javno dostupnu telefonsku uslugu, odnosno pozive, ne ugovara odvojeno govorne pozive prema fiksnim mrežama i pozive prema Internet brojevima, Agencija zbog navedene razlike u funkcionalnosti ovih vrsta poziva, iste smatra komplementarnim uslugama koje, kao takve, ne pripadaju istom tržištu.

### Na strani ponude

Pri procjenjivanju spremnosti operatora usluge pristupa Internetu da, u slučaju malog ali značajnog trajnog povećanja cijena govornih poziva iz fiksnih mreža, ponude takve pozive u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima, Agencija je zaključila da su svi operatori usluge pristupa Internetu u mogućnosti da putem usluge predizbora operatora nude korisnicima i uslugu govornih poziva iz fiksnih mreža.

Shodno navedenom, moglo bi se zaključiti da na strani ponude nema potrebe za određivanjem zasebnih tržišta za pozive prema Internet brojevima i govornih poziva iz fiksnih mreža. Ipak, zbog značajnih razlika na strani tražnje, Agencija smatra da javno dostupna telefonska usluga koja se pruža na fiksnoj lokaciji i pozivi prema Internet brojevima, ne mogu pripadati istom relevantnom tržištu, i da čine dva zasebna tržišta.

### **2.5.7 Pozivi prema geografskim i negeografskim brojevima**

#### Na strani tražnje

Geografski broj je broj iz plana numeracije koji je vezan za geografsku lokaciju. Negeografski brojevi su, shodno ZEK, brojevi iz plana numeracije koji nijesu geografski brojevi (nijesu vezani za geografsku lokaciju). Među negeografske brojeve ubrajaju se brojevi mobilnih usluga, besplatnih usluga, usluga sa dodatnom vrijednošću i slično. Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama razmatrani su zasebno iz razloga što, iako prema Planu numeracije pripadaju negeografskim brojevima, funkcionalno su sličniji pozivima prema geografskim brojevima, a s obzirom da je pozivanjem jednih i drugih moguće dobiti određenog korisnika, Agencija smatra da poziv upućen određenom korisniku na njegov geografski broj, nije moguće ostvariti i pozivanjem nekog od negeografskih brojeva, s obzirom da isti služe za pružanje usluga s dodatnom vrijednosti, usluge besplatnih poziva i sl. To znači da sa korisnikom usluga nekog od nacionalnih operatora nije u mogućnosti uspostaviti vezu pozivanjem na određeni negeografski broj umjesto na korisnikov geografski broj. Shodno navedenom, korisnik ne ugovara odvojeno pozive prema geografskim brojevima i pozive prema negeografskim brojevima (jer su su isti komplementarne usluge), Agencija smatra da na strani tražnje ove vrste poziva čine zasebna tržišta.

#### Na strani ponude

S obzirom da ulaganja operatora u uslugu predizbora operatora pokrivaju pozive prema geografskim i pozive prema negeografskim brojevima, Agencija smatra da bi operator, koji pruža pozive prema negeografskim brojevima putem usluge predizbora operatora ili to tek namjerava, u slučaju malog, ali značajnog trajnog povećanja cijena, mogao u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima nuditi korisnicima i pozive prema geografskim brojevima. Isto važi i za operatore koji korisnicima pružaju pozive putem sopstvene mrežne infrastrukture.

Shodno navedenom, Agencija smatra da na strani ponude nema potrebe za određivanjem zasebnih tržišta za pozive prema geografskim i pozive prema negeografskim brojevima. Ipak, zbog značajnih razlika na strani tražnje, Agencija smatra da pozivi prema geografskim brojevima i

pozivi prema negeografskim brojevima, ne pripadaju istom relevantnom tržištu i da čine dva zasebna tržišta.

### **2.5.8 Fizička i pravna lica**

Iako je javno dostupna telefonska usluga za fizička i pravna lica funkcionalno identična, ove dvije vrste korisnika imaju bitno različite potrebe u pogledu komuniciranja. Operatori kreiraju različite, zasebne ponude/tarifne pakete javno dostupne telefonske usluge za ove dvije vrste korisnika. Uz razlike u ponudi i samim karakteristikama tarifnih paketa, nema razlike u cijenama javno dostupne telefonske usluge između ove dvije vrste korisnika. Na osnovu prethodno sprovedenog rebalansa tarifa za javno dostupne telefonske usluge, u Crnoj Gori su izjednačeni uslovi pružanja ovih usluga pravnim i fizičkim licima.

Shodno navedenom, Agencija smatra javno dostupne telefonske usluge koje se pružaju na fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica na strani tražnje pripadaju istom tržištu.

Potrebe fizičkih lica, za razliku od pravnih lica, zahtijevaju posebna poslovna rješenja, koja uz javno dostupnu telefonsku uslugu uključuju i dodatne elektronske komunikacione usluge, a takvu kombinaciju usluga, izuzev bivšeg monopoliste, ostali operatori trenutno nisu u mogućnosti da nude poslovnim korisnicima, s obzirom da bi to zahtijevalo od operatora istovremeni ulazak na više različitih tržišta koji zahtijeva visoke nenadoknadive troškove. Međutim, javno dostupna telefonska usluga za fizička i pravna lica funkcionalno je identična, zbog čega, prema mišljenju Agencije, ne postoje prepreke zbog kojih operator koji pruža javno dostupnu telefonsku uslugu fizičkim licima ne bi bio u mogućnosti tu uslugu ponuditi i pravnim licima, i obrnuto. Naime, u Crnoj Gori, u relevantnom periodu svi operatori pružali su javno dostupnu telefonsku uslugu i fizičkim i pravnim licima. Takođe, operatori koji tek namjeravaju da uđu na tržište i pružaju javno dostupne telefonske usluge fizičkim i pravnim licima, isto mogu realizovati uz minimalne nenadoknadive troškove i u kratkom periodu, putem veleprodajne usluge izbora i predizbora operatora. S obzirom da je ista oprema potrebna za pružanje poziva putem izbora ili predizbora operatora fizičkim i pravnim licima, operator koji pruža javno dostupnu telefonsku uslugu fizičkim licima, može istu ponuditi i pravnim licima. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći sopstvenu mrežnu infrastrukturu.

Shodno navedenom, Agencija smatra da na strani ponude javno dostupne telefonske usluge koje se pružaju na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica pripadaju istom relevantnom tržištu.

## **2.6 Geografska dimenzija relevantnog tržišta**

Agencija geografsku dimenziju posmatra pojedinačno za svakog operatora.

Svaki od operatora koji djeluju na tržištu fiksne telefonije imaju odobrenja za pružanje usluga i nude telekomunikacione 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 fiksne telefonije na tržištu.

## **2.7 Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta**

Na osnovu prethodno izloženog, Agencija je utvrdila da tržište javno dostupne telefonske usluge u Crnoj Gori čine dva relevantna tržišta i to:

Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, koji čine:

- pozivi prema geografskim brojevima (prema nacionalnim fiksnim mrežama);
- pozivi prema brojevima u nacionalnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama, nezavisno da li se radi o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge izbora i predizbora operatora ili upravljanim VOIP pozivima (kod kojih se prenos govora pruža putem internet protokola i koji u cjelini prolazi kroz mrežu operatora, a pritom omogućava poseban virtualni kanal za govor).

### 3. TEST TRI KRITERIJUMA

Relevantna Preporuka iz februara 2003. godine sadržavala 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 „javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička lica“, kao ni tržište „javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za pravna lica“, koja su na osnovu stare Preporuke o relevantnim tržištima bila označena kao tržišta 3. i 5., nijesu sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima.

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

1. prisutnost visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom okviru;
3. primjena relevantnih propisa o zaštiti tržišne konkurencije sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.

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.

Agencija je odlučila da ova dva tržišta, navedena u staroj Preporuci o relevantnim tržištima, razmatra objedinjeno, kao tržište lokalnih i međumjesnih poziva koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, za fizička i pravna lica. Analiza tog objedinjenog tržišta će biti urađena nakon prethodno sprovedenog testa tri kriterijuma, u skladu da trenutno važećom preporukom EU o relevantnim tržištima.



### **3.1 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.

#### **3.1.1 Strukturne prepreke ulaska na tržište**

Na osnovu Preporuke Evropske komisije iz 2003. godine<sup>13</sup>, 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 u svrhu utvrđivanja stvarnog stanja na tržištu elektronskih komunikacija u Crnoj Gori odnosno utvrđivanja postoje li ili ne postoje strukturne prepreke ulaska na tržište javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica.

---

<sup>13</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

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

Crnogorski Telekom je bivši monopolista i vlasnik elektronske komunikacione mreže sa 170553 aktivnih telefonskih priključaka<sup>14</sup>. Geografska dostupnost, tj. raširenost telefonskih priključaka 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-a<sup>15</sup>, te nakon toga, u periodu u kojem je uživao ekskluzivna prava.

Za ostale operatore, koji postoje na tržištu ili planiraju ući na tržište, izgradnja sopstvene pristupne infrastrukture je otežana zbog visokih i većinom nenadoknadivih troškova ulaganja zbog potrebe kopanja i provlačenja distributivne telekomunikacione 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 javno dostupne telefonske usluge isključivo privatnim 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 javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica, trenutno usluge krajnjim korisnicima nude tri operatora. Od ova tri operatora samo je Crnogorski Telekom vertikalno integrisani operator, odnosno

---

<sup>14</sup> Broj aktivnih telefonskih priključaka iz upitnika, na kraju 2010. godine

<sup>15</sup> Javno preduzeće poštanskog, telefonskog i telegrafskog saobraćaja

operator koji djeluje na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna, te povezanim veleprodajnim tržištima pristupa. Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir da Crnogorski Telekom raspolaže 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 nadzora nad infrastrukturom 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 nenadoknadle 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 izbora i predizbora operatora, usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, usluga Bitstream pristupa) putem kojih su operatori u mogućnosti da ponude privatnim korisnicima javno dostupnu telefonsku uslugu.

Prethodno spomenute veleprodajne usluge smatraju se uslugama kojima se ostvaruje direktan ili indirektni pristup mreži bivšeg monopoliste odnosno Crnogorskog Telekoma. Usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji smatra se *direktnim pristupom* mreži bivšeg monopolista dok se usluga predizbora operatora, kao i 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 kako su nenadoknadivi troškovi veći u slučaju da operatori krajnjim korisnicima pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu putem sopstvene pristupne infrastrukture ili putem usluge izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, nego ako istu pružaju putem usluge predizbora operatora. Što su nenadoknadivi troškovi veći to je postojanje visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije jače izraženo.

Agencija ističe kako nenadoknadivi troškovi koji postoje kod uspostavljanja direktnog pristupa mreži kroz uslugu izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, koja operatorima omogućava pružanje kompletne lepeze usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojsnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a), sugerišu kako je malo vjerovatno da će novi operatori izabrati ovu veleprodajnu uslugu kako bi krajnjim korisnicima pružali isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu. Naime, veća je vjerovatnoća da će operatori, koji krajnjim korisnicima žele ponuditi isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu, odabrati indirektni pristup mreži putem veleprodajne usluge predizbora operatora iz razloga što taj, indirektni pristup mreži drastično smanjuje nenadoknadle troškove odnosno drastično smanjuje troškove ulaska novih operatora na tržišta i nuđenje javno dostupne usluge krajnjim korisnicima.

Agencija, kao regulatorno tijelo, mora da omogućiti razvoj efikasne tržišne konkurencije, iz čega proizlazi kako je izrazito važno da na tržištu javno dostupne telefonske usluge odnosno glavne usluge koju novi operatori nude krajnjim korisnicima ne bude ugrožena efikasna tržišna konkurencija. Uzevši u obzir kako je na spomenutom tržištu tržišni udio Crnogorskog Telekomu i dalje izrazito visok (oko 98,00% tokom perioda u kojem je radjena analiza), 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 privatnih korisnika novim operatorima i istisnuti postojeće operatore s tržišta, čime bi zapravo odbranio i/ili dodatno povećao svoj ionako snažan tržišni udio.

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 usluge. Drugim riječima, Crnogorski Telekom bi spuštanjem maloprodajnih cijena, a imajući dodatno u vidu nepostojanje dovoljno razvijene veleprodajne ponude usluge predizbora operatora, 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.

Nadalje, Agencija smatra potrebnim praćenje u kontinuitetu daljeg razvoja tržišta javno dostupne telefonske usluge nakon uvođenja usluga indirektnog pristupa na veleprodajnom nivou, koje bi trebala pomoći u daljnjem razvoju efikasne tržišne konkurencije, odnosno pomoći u stvaranju uslova u kojima će na istim osnovama kao i Crnogorski Telekom novi operatori moći da povećaju svoj tržišni udio na tržištu javno dostupne telefonske usluge.

Agencija na osnovu ovog kriterijuma naglašava da u slučaju regulacije navedenog relevantnog tržišta Crnogorski Telekom ne bi bio u mogućnosti da ugrozi tržišni udio novih operatora, odnosno efikasnu tržišnu konkurenciju na tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica. Nadalje, Crnogorski Telekom bi u slučaju deregulacije bio u mogućnosti da spusti cijene na nivo na kojem operatorima koji tek trebaju da uđu na tržište i/ili novim operatorima koji djeluju na tržištu više ne bi bilo isplativo poslovanje, s obzirom da bi cijene trebali postaviti ispod nivoa kojim se pokrivaju ostvarena ulaganja.

U skladu sa svime prethodno navedenim, Agencija zaključuje kako trenutna situacija na tržištu odnosno, postojanje nenadoknadivih troškova predstavlja značajnu prepreku ulasku ili zadržavanju operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica. 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 javno dostupne telefonske usluge. Kao što je već spomenuto, Agencija navedeno razmišljanje prvenstveno bazira na činjenici i dalje vrlo snažnog tržišnog udjela Crnogorskog Telekoma.

#### **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) stepen diverzifikacije usluga**

Agencija je u kriterijumu „*postojanje nenadoknadivih troškova*“ navela kako novi operatori imaju mogućnost indirektnog pristupa mreži samo kroz jednu veleprodajnu uslugu, odnosno uslugu izbora operatora. Navedena usluga novim operatorima omogućava pružanje isključivo javno dostupne telefonske usluge dok, s druge strane, Crnogorski Telekom, kao operator koji posjeduje sopstvenu mrežu nudi povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Novi operatori će navedeno biti u mogućnosti da ponude tek u slučaju uvođenja dodatnog indirektnog pristupa mreži putem usluge zakupa korisničke linije. U slučaju da se prethodno spomenuta usluga i uvede na tržište, biće potrebno pričekati da prođe određeno vrijeme kako bi se vidjeli stvarni efekti navedene usluge na tržište, odnosno krajnjim korisnicima će biti potreban određeni period da prepoznaju da i ostali operatori na tržištu, pored Crnogorskog Telekoma, imaju mogućnost da ponude povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Stepen diverzifikacije usluga može se postići i uslugom izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, međutim, obzirom da spomenuta usluga, kao usluga direktnog pristupa, stvara velike nenadoknadle troškove navedeno nije uzeto u obzir kao realna mogućnost.

#### **f) 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 javno dostupne telefonske usluge, za prvu akviziciju korisnika većinom izabrati indirektan pristup mreži kroz uslugu predizbora operatora, a ne direktan pristup mreži kroz uslugu izdvojene lokalne petlje ili gradnju sopstvene pristupne mreže, zbog nižih nenadoknadivih troškova. Uzevši u obzir da je usluga predizbora operatora usluga koja omogućava lakši ulazak na tržište javno dostupne telefonske usluge, odnosno omogućava pružanje samo javno dostupne telefonske usluge, operatori neće biti u mogućnosti da koriste prednosti ekonomija obima.

Drugim riječima, operatori koji koriste indirektan pristup mreži ne mogu koristiti prednosti ekonomije obima kao bivši monopolista, uzevši u obzir da krajnjim korisnicima nude javno dostupnu telefonsku uslugu, a bivši monopolista je u mogućnosti nuditi čitavu lepezu maloprodajnih usluga.

#### **g) ekonomija širine**

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

Crnogorski Telekom je dugo godina bio jedini operator koji je pružao pristup javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, a samim time i javno dostupnu telefonsku uslugu fizičkim i pravnim licima na području Crne Gore i kao takav uživa prednosti ekonomije širine, pružajući javno dostupnu telefonsku uslugu. 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 samo javno dostupne telefonske usluge koristi indirektan pristup mreži. Naime, navedeno je logično zbog, kao što je gore u dokumentu i navedeno, nižih nenadoknadivih troškova.

Naime, trošak usluge započinjanja (originacije) poziva operatora koji koriste indirektan pristup mreži odnosno veleprodajnu uslugu predizbora operatora je po minuti poziva uvijek isti, bez obzira koliko minuta poziva su korisnici tog operatora generisali. Za razliku od ostalih operatora, u slučaju Crnogorskog Telekoma, ukupni trošak usluge po jedinici pružanja usluge je manji u odnosu na ostvareni broj minuta s obzirom da je Crnogorski Telekom infrastrukturni operator odnosno posjeduje sopstvenu pristupnu mrežu.

### 3.1.2 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 javno dostupne telefonske u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koje se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, 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 javno dostupne telefonske usluge i počne da pruža komercijalne usluge. Nadalje, svaki operator koji ulazi na tržište ne mora sagraditi sopstvenu pristupnu mrežu da bi pružao usluge fizičkim i pravnim licima, 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 o tržišnom udjelu i vremenu u kojem je prisutan na tržištu, koristiti jednake, nediskriminirajuće veleprodajne uslove koji su transparentno objavljeni.

Tržište fiksni mreža smatra se neograničenim resursom iz čega proizlazi da broj operatora nepokretnih mreža koji krajnjim korisnicima nude javno dostupnu telefonsku uslugu 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.

### **3.1.3 Zaključak o prvom kriterijumu**

Na osnovu svih činjenica iznesenih u prvom kriterijumu, Agencija zaključuje kako na tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koje se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica 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.*

### **3.2 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.



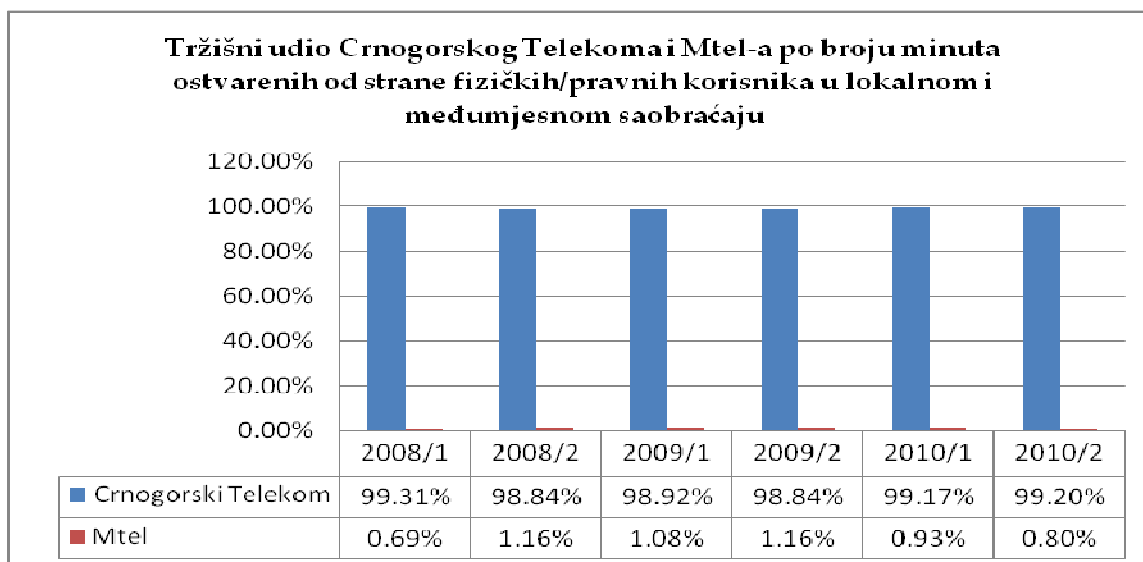
Na osnovu dokumenta ERG-a regulatornim tijelima, prilikom određivanja teži li tržište u određenom periodu efikasnoj konkurenciji, mogu pomoći sljedeći kriterijuma koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- 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 javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira.

#### a) tržišni udjeli operatora

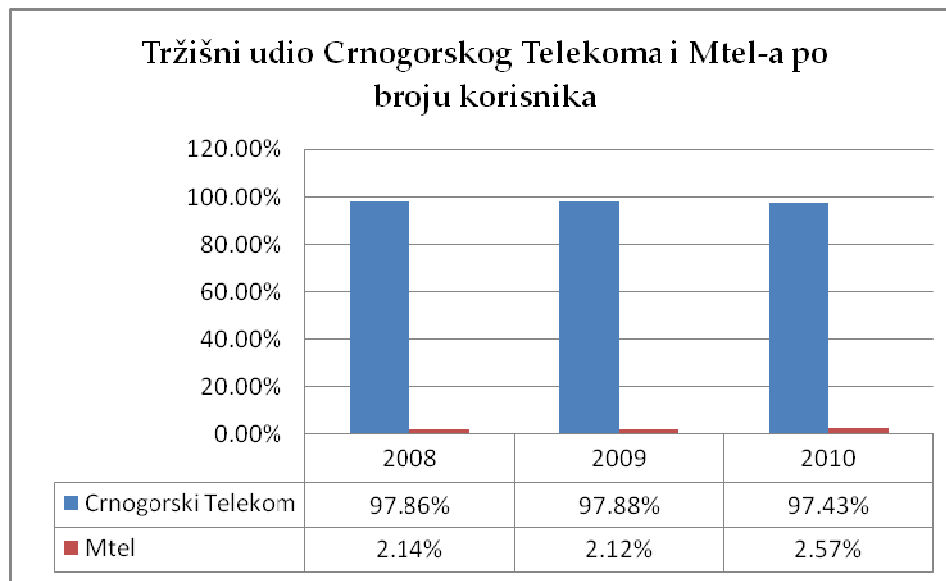
Tržišni udio operatora smatra se glavnim pokazateljem teži li tržište efikasnoj konkurenciji. Agencija je u upitnicima, koji su prethodili ovoj analizi, prikupljala podatke za period od prvog polugodišta 2008. godine do kraja 2010. godine. Na slikama 2 i 3 prikazana su zasebno kretanja tržišnog udjela Crnogorski Telekom-a, kao operatora koji proizlazi iz perioda monopola, te Mtel-a, koji djeluju na tržištu po broju ostvarenih minuta i broju korisnika, za period od početka 2008. do kraja 2010. godine.



*Slika 1: Tržišni udio Crnogorskog Telekom-a i Mtel-a po broju minuta ostvarenih od strane fizičkih/pravnih korisnika u lokalnom i međumjesnom saobraćaju*

Iz navedene slike je vidljivo kako, iako dolazi do pada tržišnog udjela Crnogorski Telekom-a, Crnogorski Telekom i dalje ima snažan tržišni udio s kojim bi, u slučaju odsustva regulacije,

mogao ugroziti status ostalih operatora koji djeluju na tržištu, a samim time i daljnji razvoj efikasnog tržišnog konkurencije.



*Slika 2: Tržišni udio Crnogorskog Telekoma i Mtel-a po broju korisnika*

Iz navedene slike je vidljivo kako je tržišni udio drugog najvećeg operatora zanemariv.

Na osnovu navedenog odnosno uzevši u obzir tržišni udio Crnogorskog Telekoma, Agencija zaključuje kako spomenuti operator imaju izrazito snažan tržišni udio koji iskazuje dominantnost na tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, odnosno pokazatelj je da tržište javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica u odsustvu regulacije neće težiti efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

Osim navedenog, Agencija napominje i sljedeće. Naime, kao što je ranije u dokumentu već navedeno, javno dostupna telefonska usluga se, analizirajući podatke s tržišta, i dalje smatra glavnom uslugom koju novi operatori nude krajnjim korisnicima. Novi operatori krajnjim korisnicima nude i uslugu širokopoljnog pristupa Internetu i uslugu IPTV-a, međutim, glavni izvor prihoda istima čini javno dostupna telefonska usluga odnosno na tom maloprodajnom tržištu novi operatori imaju najveći tržišni udio. Ugrožavanjem tržišnog udjela novih operatora na spomenutom tržištu automatski bi u budućem periodu bio ugrožen tržišni udio istih i na horizontalno povezanim maloprodajnim tržištima (maloprodajno tržište širokopoljne usluge Interneta i usluge IPTV-a) odnosno efikasna tržišna konkurencija na horizontalno povezanim maloprodajnim tržištima.

Drugim riječima, uzevši u obzir kako je na spomenutom tržištu tržišni udio Crnogorskog Telekoma i dalje izrazito visok, po mišljenju Agencije postoji velika opasnost da bi u odsustvu regulacije Crnogorski Telekom upravo zbog i dalje visokog tržišnog udjela mogao u budućem periodu ugroziti poziciju novih operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge, a tako i na ostalim maloprodajnim tržištima na kojima je tržišni udio istih i manji nego na tržištu javno dostupne telefonske usluge.

## **b) cjenovna kretanja**

Crnogorski Telekom je, saglasno članu 143. ZEK-a, operator sa znatnijom tržišnom snagom na tržištu javne govorne usluge u fiksnim mrežama iz čega proizlazi da na tržište nije u mogućnosti uvesti novi tarifni paket ili opciju, koja uključuje javno dostupnu telefonsku uslugu, bez prethodne saglasnosti Agencije. Saglasno navedenom, na tržištu javno dostupne telefonske usluge se nisu pojavili paketi kod kojih postoji istiskivanje cijena.

Međutim, uprkos navedenom Crnogorski Telekom, koristeći mogućnosti iz ZOT-a, na tržište uvodi određene promotivne akcije u kojima su uslovi postavljeni na način da otežavaju djelovanje ostalih operatora koji posluju na tržištu.

Ovaj kriterijum potrebno je posmatrati u odnosu s tržišnim udjelom operatora. Naime, uprkos činjenici da na tržištu ne postoje tarifni paketi ili opcije kod kojih postoji istiskivanje cijena, Crnogorskom Telekomu ostaje mogućnost da ponudi promotivne akcije s posebnim pogodnostima (npr. niže cijene od cijena utvrđenih cjenovnikom) bez prethodne saglasnosti Agencije. Navedeno je uticalo da Crnogorski Telekom, usprkos regulaciji, i dalje ima snažan tržišni udio na tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica.

Uzevši u obzir navedeno, Agencija zaključuje da tržište javno dostupne telefonske usluge u slučaju odsustva regulacije ne bi težilo efikasnoj tržišnoj konkurenciji, već da je i dalje potrebna regulacija. Naime, Crnogorski Telekom bi, u odsustvu regulacije, mogao s nižim cijenama u tarifnim paketima i opcijama te još agresivnijim promotivnim akcijama ugroziti postojeće stanje na tržištu, a time i daljnji razvoj efikasnog tržišnog konkurencije.

## **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 indirektnog pristupa nije dovoljna 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 navedene tvrdnje vidljiv je u činjenici da je, usprkos postojanju veleprodajne usluge izbora i predizbora operatora, odnosno ponude indirektnog pristupa u relevantnom periodu za koji su se prikupljali podaci iz upitnika, tržišni udio Crnogorskog Telekoma i dalje vrlo visok.

Na osnovu navedenog kriterijuma, Agencija je mišljenja kako, u odsustvu regulacije, tržište neće i u slučaju uvođenja dodatne veleprodajne usluge indirektnog pristupa odnosno usluge zakupa korisničke linije odmah početi težiti efikasnoj tržišnoj konkurenciji iz razloga što je, za svaku novu uslugu koja se uvode na tržište, potrebno pričekati da prođe određeni period kako bi se vidjeli efekti nove usluge na tržište.

### 3.2.1 Zaključak o drugom kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznesenih u drugom kriterijumu, Agencija zaključuje kako tržište javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koje se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica ne bi, u odsustvu regulacije, težilo efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

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

### 3.3 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 promovirati 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, promoviranje razvoja infrastrukturne konkurencije zahtjeva unaprijed definisanje svih ključnih uslova, što propisima o zaštiti konkurencije nije moguće. Nadalje, 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 sankcioniranje 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.

Nadalje, 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 javno

dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica *od brzine reakcije zavisi dalji razvoj efikasne tržišne konkurencije*.

### **3.3.1 Zaključak o trećem kriterijumu**

Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za tržište javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koje se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica 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.*

### **3.4 Mišljenje nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju jeli relevantno tržište podložno prethodnoj regulaciji**

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 3.1, 3.2 i 3.3 ovog dokumenta, relevantno tržište javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koje se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica 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.

## 4. ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

Dominantna pozicija na tržištu podrazumijeva da operator, bilo pojedinačno bilo udruživanjem sa drugim subjektima na tržištu, ima značajnu tržišnu snagu ako samostalno ili zajedno sa ostalim operatorima na određenom relevantnom tržištu ima takav ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike. Na taj način se smanjuje efektivna konkurentnost na relevantnom tržištu, pa je Agencija primorana da reaguje nametanjem određenih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju značajnu tržišnu snagu.

Član 40 stav 2 Zakona o elektronskim komunikacijama definiše da jedan operator ima značajnu tržišnu snagu u skladu sa ovim zakonom, ako samostalno ili zajedno sa drugim operatorima ima dominantan položaj, odnosno položaj koji mu omogućava ponašanje nezavisno od konkurenata, svojih pretplatnika i potrošača. Istim članom su definisani i kriterijumi koji se uzimaju u obzir prilikom procjene pojedinačne tržišne snage.

Saglasno Zakonu, Agencija prilikom procjene pojedinačne značajne tržišne snage uzima u obzir kriterijume koji najbolje odražavaju specifičnosti posmatranog relevantnog tržišta i to:

- Tržišno učešće telekomunikacionog operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu;
- Prepreke za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć);
- Elastičnost tražnje;
- Trenutno stanje konkurencije na relevantnom tržištu;
- Tehnološka prednost i superiornost;
- Nivo razvijenosti prodajne i distributivne mreže;
- Stepent vertikalne integracije;
- Stepent diferencijacije usluga;
- Privilegovan pristup tržištima kapitala ili finansijskim resursima;
- Da li kontroliše infrastrukturu, čiji se obim ne može lako udvostručiti;
- Povezanost usluga.

Ukoliko je predmet analize procjena da li dva ili više operatora zajednički imaju značajnu tržišnu snagu, saglasno Zakonu analiziraju se sljedeći kriterijumi:

- Nivo koncentracije relevantnog tržišta, raspoređivanje tržišnih udjela na relevantnom tržištu i njihovo mijenjanje u dužem periodu;
- Prepreke za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć);
- Preglednost relevantnog tržišta;
- Homogenost usluga;
- Elastičnost tražnje;
- Nivo tehnoloških inovacija i tehnološkog razvoja;
- Postojanje prekomjernih slobodnih, odnosno neiskorišćenih kapaciteta;
- Postojanje neformalne ili druge veze između tih operatora;

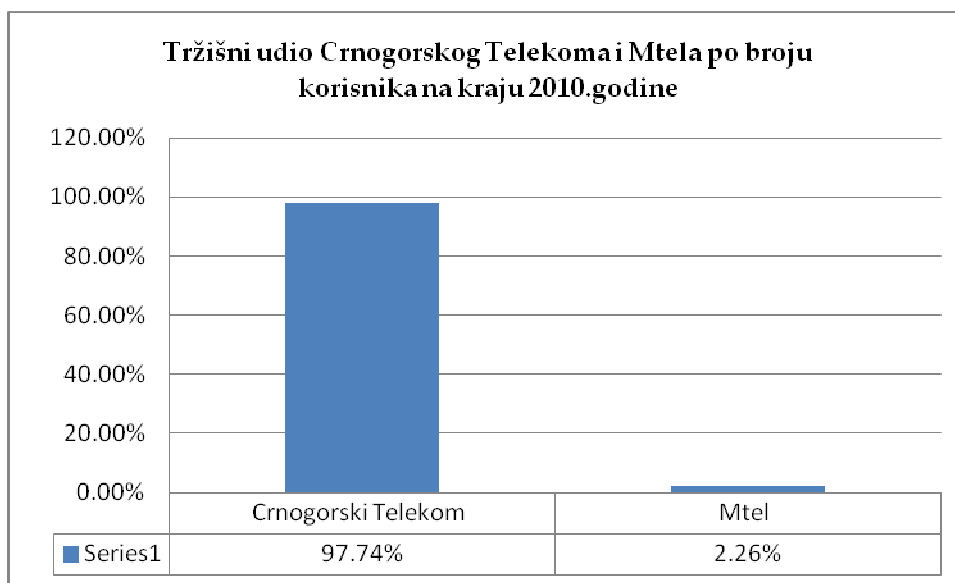
- Maloprodajni mehanizmi koje primjenjuju operatori kod mjera naknade;
- Postojanje cjenovne konkurencije.

#### 4.1 Tržišno učešće telekomunikacionog operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu

Tržišno učešće je kriterijum relativne veličine nekog operatora, odnosno pružaoca usluge na relevantnom tržištu, izračunato na način da se utvrdi procenat u kojem taj operator učestvuje u ukupnoj proizvodnji i/ili prodaji nekog proizvoda i/ili usluge na relevantnom tržištu u određenom vremenskom periodu.

Operator ima značajnu tržišnu snagu ukoliko je njegovo tržišno učešće visoko i stabilno kroz određeni vremenski period. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su smanjivanja tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim udjelima ogledaju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga, koje operator nudi na tržištu.

Tržišno učešće se najčešće koristi kao indikator postojanja značajne tržišne snage. Iako u skladu sa Smjernicama Evropske komisije visoko tržišno učešće nije samo po sebi dovoljna mjera kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage na nekom relevantnom tržištu, malo je vjerovatno da će operator koji nema značajno tržišno učešće imati značajnu tržišnu snagu. Prema tome, operator čije tržišno učešće ne premašuje 25% vjerovatno neće imati značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu i u skladu s tim, operator čije tržišno učešće premašuje 50% je sam po sebi, osim u izuzetnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja slučaja značajne tržišne snage na posmatranom telekomunikacionom tržištu.



Crnogorski Telekom je na kraju 2010.godine imao 166.703 pretplatnika a M:Tel 3.850 pretplatnika. Kao što se vidi iz grafika, učešće M:Tela je 2.26%, a Crnogorskog Telekom 97.74%. Ovakav odnos ova dva operatora ukazuje na postojanje značajne tržišne snage koju Crnogorski Telekom ima na ovom relevantnom tržištu.



Takođe, na osnovu ovih tržišnih učešća dolazi se do vrijednosti  $HHI = (0,9774)^2 + (0,0226)^2 = 0.9558$ . Kako se svaka vrijednost HHI veća od 0,25 smatra slučajem visoke koncentracije usluga, odnosno niske konkurentnosti na tržištu, očigledno je da se u slučaju ovako visoke vrijednosti HHI ni izbliza ne može govoriti o postojanju konkurencije.

Na osnovu pomenute HHI vrijednosti može se zaključiti da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu, a ukoliko se uporede učešća na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, vidi se da je učešće M:Tela toliko nisko da se ne može govoriti o udruženoj tržišnoj snazi ova dva operatora na ovom relevantnom tržištu.

#### **4.2 Kontrola nad infrastrukturom, čiji se obim ne može lako udvostručiti**

Crnogorski Telekom je telekomunikaciona kompanija koja na čitavoj teritoriji Crne Gore pruža sve telekomunikacione usluge iz svog portfolija - usluge fiksne telefonije, mobilne telefonije, prenosa podataka, pristupa Internetu, iznajmljenih linija, distribucije RTV programa.

U oblasti fiksne telefonije Crnogorski Telekom je lider na telekomunikacionom tržištu Crne Gore, a korisnicima nudi usluge POTS-a i N-ISDN-a. Takođe, svojim korisnicima, kako privatnim tako i poslovnim, nude razne vrste paketa i tarifnih opcija. Kod biznis korisnika posebno treba izdvojiti iznajmljene linije, a u zadnje vrijeme i usluge MAX telefonije.

Broj centrala i RSS-ova (udaljenih pretplatničkih stepena) na kraju posmatranog perioda koji je relevantan za analizu ovog tržišta iznosio je 220. Ukupan broj aktivnih priključaka je 159.332, dok je broj instaliranih priključaka 229.885. Tokom 2010. izvršena je centralizacija i rekonstrukcija komutacione mreže Crnogorskog Telekoma, tako da su sada u radu međunarodne centrale IE Podgorica i IE Bijelo Polje, kao i lokalne centrale LC Podgorica 1, LC Podgorica 3, LC Bijelo Polje i LC Herceg Novi.

Na LC Podgorica 1 (Enabler 1.0) vezani RSS/CSS-ovi LC Nikšić i SI 2000 Danilovgrad. Ova centrala se koristi za pružanje usluga na teritoriji opština: Podgorica, Nikšić, Danilovgrad, Kolašin, Šavnik i Plužine. Na LC Podgorica 3 (Enabler 1.0) vezani su RSS/CSS-ovi LC Budva i LC Bar. Ova centrala se koristi za pružanje usluga na teritoriji opština: Podgorica, Budva, Cetinje, Bar i Ulcinj. Na novu LC Herceg Novi (Enabler 1.0) vezani su RSS/CSS-ovi LC Kotor i SI 2000 V5 Tivat. Na novu LC Bijelo Polje (Enabler 1.0) vezani su RSS/CSS-ovi LC Berane i LC Pljevlja, kao i SI 2000 v5 Plav. Ova centrala se koristi za pružanje usluga na teritoriji opština: Bijelo Polje, Mojkovac, Pljevlja, Žabljek, Berane, Rožaje, Andrijevića i Plav.

U objektu Telekomunikacionog centra Bijelo Polje izgrađen je Disaster Recovery Site. Kod novih AXE centrala, zajednička HW platforma je AXE 810 koja se odlikuje većim kapacitetima, smanjenim dimenzijama i lakšim održavanjem. Softverska platforma koja se koristi je Enabler 1.0 i ona je nasljednik platformi AXE Local 7.2, TransLocal 4.2 i Transgate 5.2. Svrha ovog proizvoda je da pruži dodatna poboljšanja rješenja fiksne telefonije u smislu kapaciteta, nižih cijena održavanja i pouzdanosti. Ovaj proizvod, takođe, podržava migraciju na platformu ENGINE Integral Network. Pomenuta platforma predstavlja osnovu za implementaciju funkcija pod zajedničkim nazivom Podrška za regulatorne servise (eng. *Support for regulatory Services*), a ujedno i osnova za kasniju

implementaciju traženih funkcija legalnog presretanja (eng. *Lawful interception*) i prenosivosti brojeva (eng. *Number portability*). Softverska platforma Enabler podržava sve funkcije lokalne, tranzitne i internacionalne telefonske centrale, kao i signalizacione protokole SS7, međunarodni ISUP, PRA (DSS1), V5 i CAS R2.

Sa stanovišta pristupne mreže, investiranje u njenu izgradnju i stavljanje iste u funkciju predstavljaju veoma ozbiljne poslovne odluke, odnosno kapitalna ulaganja, koja su uslovljena detaljno razrađenim poslovnim planovima i definisanjem razumnog vremenskog roka povraćaja uložених sredstava. Ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova (eng. *sunk cost*), koje operatori u slučaju neuspjeha i izlaska sa tržišta neće moći nadoknaditi.

Kako bi izgradio pristupnu mrežu na bazi bakarne parice ili optičkog kabla do krajnjih korisnika, novi operator mora ili sam graditi pristupnu infrastrukturu do krajnjih korisnika ili koristiti pristupnu infrastrukturu drugog operatora. Izgradnja sopstvene pristupne infrastrukture je otežana ne samo zbog visokih i nenadoknadivih troškova koje se odnose na građevinske radove (kopanje kanala, postavljanje cijevi, provlačenje kablova, zatrpavanje iskopanih kanala) već i usled visoke cijene dobijanja potrebnih dozvola (a u nekim slučajevima i nemogućnosti dobijanja istih).

Imajući u vidu geografsku zastupljenost pristupne mrežne infrastrukture Crnogorskog Telekoma na teritoriji Crne Gore, te činjenice da je rađena tokom dugog vremenskog perioda, odnosno tokom perioda kada je Crnogorski Telekom poslovao kao javno preduzeće u državnom vlasništvu, zaključuje se da njeno udvostručavanje (replikacija) ne bi bilo ekonomski isplativo.

Takođe, shodno tehnološkom razvoju i orijentaciji ka mrežama nove generacije, odnosno mogućnosti da uz relativno male investicije poboljša kvalitet svoje pristupne mreže, Crnogorski Telekom će vrlo vjerovatno investirati u tom pravcu, provlačeći optičke kablove kroz postojeću (sopstvenu) kanalizaciju. Imajući u vidu da troškovi kopanja učestvuju sa oko 50-80% u ukupnim troškovima izgradnje pristupne mreže, Agencija smatra da će takvom orijentacijom Crnogorski Telekom dodatno učvrstiti svoj tržišni položaj u dijelu pristupa telekomunikacionoj mreži.

Shodno navedenom, Agencija smatra da do sljedeće analize *nijedan operator ne može da udvostruči (replira) mrežnu infrastrukturu Crnogorskog Telekoma i na taj način ugrozi njegov tržišni položaj*. Naime, navedenu infrastrukturu teško je replicirati, posebno mrežu za pristup i kanalizaciju, jer njihova izgradnja zahtijeva velika kapitalna ulaganja, kao i dug vremenski period za realizaciju projekta, odnosno za povraćaj investicija. Bilo da grade svoju mrežu ili da iznajmljuju infrastrukturu, novi operatori su primorani da formiraju više cijene svojih usluga, što dovodi do smanjenja njihove konkurentnosti u odnosu na postojeće tržišne igrače. Ove strukturne barijere za ulazak na tržište poziva mogu se otkloniti uvođenjem izbora i predizbora operatora, ako i razvezanim pristupom lokalnoj petlji, čime bi se manjim operatorima omogućio pristup na tržištu usluga, bez izgradnje sopstvene mreže.

Zbog svega navedenog, Agencija zaključuje da Crnogorski Telekom *posjeduje i kontroliše infrastrukturu koju je teško replicirati*, i da po tom osnovu ostvaruje prednost u odnosu na svoje konkurente, *što je još jedan pokazatelj statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom*.

### 4.3 **Stepen diferencijacije usluga**

Agencija je u poglavlju 4.2 Kontrola nad infrastrukturom, čiji se obim ne može lako udvostručiti, navela kako novi operatori imaju mogućnost indirektnog pristupa mreži putem korišćenja usluga izbora i predizbora operatora (eng. *Carrier selection, Carrier preselection*). Međutim, treba primjetiti da obje navedene usluge novim operatorima omogućavaju pružanje isključivo javno dostupne telefonske usluge, dok sa druge strane Crnogorski Telekom, kao operator koji posjeduje sopstvenu mrežu, nudi povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge. Novi operatori će navedeno biti u mogućnosti da ponude tek u slučaju uvođenja dodatnog indirektnog pristupa mreži putem usluge iznajmljivanja korisničke linije. U slučaju da se prethodno spomenuta usluga i uvede na tržište, biće potrebno pričekati da prođe određen period kako bi se vidjeli stvarni efekti navedene usluge na tržište, odnosno krajnjim korisnicima će biti potrebno određen period da prepoznaju da i ostali operatori na tržištu osim Crnogorskog Telekoma imaju mogućnost da ponude povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge. Stepem diverzifikacije usluga može se postići i uslugom izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, međutim, obzirom da spomenuta usluga, kao usluga direktnog pristupa, stvara velike nenadoknadleve troškove navedeno nije uzeto u obzir kao realna mogućnost.

Stoga, Agencija zaključuje da je Crnogorski Telekom prisutan na svim relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija, i da *vrši diferencijaciju svojih usluga*. Takođe, zbog položaja svoje tržišne moći, ovaj operator je u poziciji *da na posmatranom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, ostvari prednost u odnosu na konkurente po osnovu vezivanja usluga, odnosno prodaje paketa, što govori u prilog njegovoj značajnoj tržišnoj snazi*.

### 4.4 **Ekonomija obima**

Ekonomija obima (eng. *economy of scale*) nastaje smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obima proizvodnje, odnosno, smanjivanjem prosječnih troškova pružanja usluge na relevantnom tržištu, povećanjem broja korisnika te usluge. Operatori na relevantnom tržištu mogu da ostvaruju ekonomiju obima tako što će se specijalizovati za pružanje samo jedne usluge, što može da predstavlja barijeru prilikom ulaska novih operatora.

Na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, prosječni troškovi priključenja na mrežu se smanjuju sa porastom broja pretplatnika na područjima koja su već pokrivena mrežom za pristup i ostalom elektronskom komunikacionom opremom.

Uzimajući u obzir vlasništvo nad mrežom za pristup za pružanje javno dostupne telefonske usluge koja pokriva skoro čitavu teritoriju Crne Gore, *Agencija zaključuje da Crnogorski Telekom ostvaruje prednost ekonomije obima na tržištu poziva*, tj. jedinični troškovi za pružanje ove usluge u slučaju Crnogorskog Telekoma su niži od jediničnih troškova operatora koji su tek počeli ili planiraju da počnu poslovanje, *što je još jedan pokazatelj statusa operatora za značajnom tržišnom snagom*.

#### **4.5 Ekonomija širine**

Ekonomija širine (eng. *economy of scope*) se odnosi na potencijalne prednosti operatora uslovljene zajedničkom ponudom različitih proizvoda i usluga (kada prosječni troškovi po jedinici proizvoda ili usluge opadaju kao rezultat zajedničke proizvodnje različitih proizvoda ili 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). Upotreba različite infrastrukture za različite servise u fiksnoj mreži pojavila se sa početkom pružanja usluge mobilne telefonije, a kasnije i širokopojasnog pristupa internetu putem ADSL-a i IPTV-a. Crnogorski Telekom prilikom pružanja mobilne telefonije koristi sisteme prenosa i kablovsku infrastrukturu fiksne mreže za povezivanje svojih sistema i vezu ka drugim operatorima, a infrastrukturu za pristup koristi i za pružanje usluga ADSL i IPTV. Upravo ta horizontalna integracija omogućava operatorima korišćenje prednosti ekonomija širine.

Uzimajući u obzir vlasništvo nad mrežom za pristup za pružanje javno dostupne telefonske usluge koja pokriva čitavu teritoriju Crne Gore, *Agencija zaključuje da Crnogorski Telekom ostvaruje prednost ekonomije širine na posmatranom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, što govori u prilog njegovoj tržišnoj snazi.*

#### **4.6 Stepen vertikalne integracije**

Prilikom analize stepena vertikalne integracije na relevantnom tržištu ispituje se da li postoji operator koji je prisutan na više različitih i vertikalno povezanih, veleprodajnih i maloprodajnih tržišta. Postojanje vertikalne integracije se tretira kao zauzimanje značajne tržišne snage i pokušaj istiskivanja konkurencije sa potencijalno konkurentskog tržišta ili samo ometanje konkurencije pri ulasku na tržište. Vertikalna integracija se usklada sa Smjernicama Evropske komisije tretira kao zauzimanje tržišne moći.

Agencija zaključuje da je *Crnogorski Telekom vertikalno integrisan operator koji pruža usluge na svim tržištima fiksne telekomunikacione mreže*. Crnogorski Telekom raspolaže infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom mu pružaju ključnu prednost u odnosu na ostale konkurente, što se odražava i na maloprodajnom tržištu poziva koje je i predmet ove analize.

#### **4.7 Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom**

Na osnovu sprovedene analize, Agencija je utvrdila da na relevantnom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji ne postoji efikasna konkurencija. Takođe, Agencija je utvrdila da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu i dominantan položaj na ovom tržištu, čime mu je omogućeno da se ponaša nezavisno od konkurencije i korisnika usluga.

Agencija je primjenom Testa tri kriterijuma utvrdila da su sva tri kriterijuma kumulativno ispunjena, te da je maloprodajno tržište lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, relevantno tržište koje je podložno prethodnoj regulaciji.

U procjenjivanju postojanja pojedinačne značajne tržišne snage operatora na relevantnom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, Agencija je primijenila sledeće kriterijume:

- Tržišno učešće operatora na relevantnom tržištu,
- Kontrole infrastrukture, čiji se obim ne može lako udvostručiti,
- Stepen diferencijacije usluga,
- Ekonomije obima,
- Ekonomije širine,
- Stepen vertikalne integracije.

Crnogorski Telekom ima visoko učešće na posmatranom tržištu u dužem vremenskom periodu, za koje se ne očekuje da će se značajnije promijeniti u period do sledeće analize. Takođe, Crnogorski Telekom ostvaruje značajnu prednost u odnosu na konkurenciju po osnovu kontrole infrastrukture koju je teško replicirati, budući da posjeduje mrežu kojom pokriva skoro čitavu teritoriju Crne Gore, kao i po osnovu diverzifikacije usluga, ekonomije obima i širine, jer je prisutan na svim relevantnim tržištima u sektoru elektrosnkih komunikacija i to sa visokim tržišnim učešćem.

Agencija smatra da analiza drugih kriterijuma za procjenu pojedinačne značajne tržišne snage nije potrebna, i da isti ne utiču na rezultat analize, odnosno da bi analiza drugih kriterijuma, pored onih koji su obrađeni, takođe dovela do zaključka da *Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu* na relevantnom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. Takođe, Agencija zaključuje da na posmatranom tržištu *ne postoji više operatora koji posjeduju zajedničku tržišnu snagu*.

## 5. 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, saglasno članu 43 stav 2 ZEK, 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.<sup>16</sup>

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. Prenošnje 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.

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, a to su:

---

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

1. Vertikalno prenošenje tržišne snage sa jednog na drugo tržište, i to:
  - Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa,
  - Prenosenje tržišne snage putem necjenovnih mehanizama
  - Prenosenje tržišne snage putem cjenovnih mehanizama
2. Horizontalno prenošenje tržišne snage sa jednog na drugo tržište, i to:
  - Vezivanje usluga
  - Unakrsno subvencioniranje
3. Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu:
  - Postavljanje barijera za ulazak na tržište
  - Nekonkurentsko ponašanje vezano za cijene
  - Neefikasnost/neproductivnost
4. Završavanje (terminacija) poziva:
  - Pevisoke cijene
  - Prećutni sporazumi
  - Cjenovna diskriminacija
  - Odbijanje dogovora/uskraćivanje interkonekcije.

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 konkurencije na relevantnom tržištu.

Naime, prema mišljenju Agencije, uzrok značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje prepreka tržišne konkurencije u odsustvu regulacije, pa bi blagovremeno nametanje regulatornih obaveza spriječilo prenošenje značajne tržišne snage na susjedna tržišta i povećanje prepreka ulasku na tržište. Time bi se pospješio ulazak na tržište i razvoj konkurencije. Ukoliko je na tržištu mala vjerovatnoća ulaska novih operatora uslijed prednosti prvog operatora, regulatorno tijelo je u obavezi da zaštiti interese krajnjih korisnika i pospješi efikasnost operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Pravovremenom reakcijom i dobro odmjerenim regulatornim obavezama, Agencija može uticati na spriječavanje prenošenja značajne tržišne snage na susjedna tržišta i podizanje prepreka ulasku na tržište, čime će direktno pomoći kako ulasku na tržište tako i razvoju konkurencije na tržištu. Takođe, na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerovatan i gdje tržišna snaga ostaje nepromjenjiva zbog prednosti prvog ulaska (*first mover advantage*), Agencija mora zaštititi korisnike od postupanja suprotno njihovim interesima i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Uzimajući u obzir međunarodnu regulatornu praksu i specifičnosti sektora elektronskih komunikacija u Crnoj Gori, Agencija identifikuje da na tržištu poziva postoje određeni oblici vertikalnog i horizontalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište, kao i značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu, a njihova analiza data je u nastavku dokumenta.

## 5.1 **Mehanizmi vertikalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište**

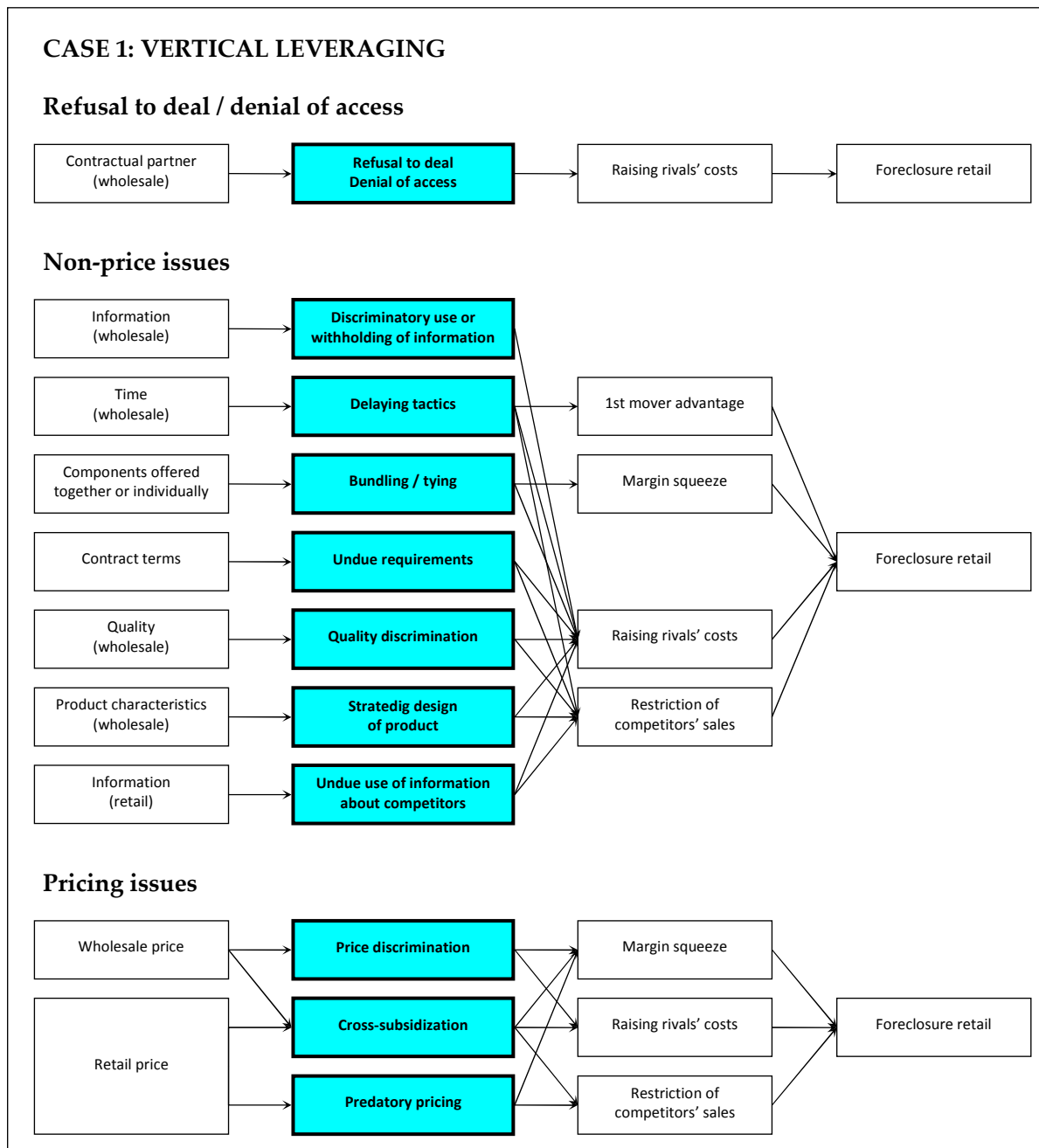
U odsustvu regulacije, na maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji mogu se javiti prepreke u razvoju konkurencije, koje proističu iz mogućnosti operatora da iskoristi svoju značajnu tržišnu snagu i ostvari prednost u odnosu na postojeće ili potencijalne konkurente. Konkretno, na posmatranom tržištu, u prednosti je operator koji ima visoko tržišno učešće i posjeduje sopstvenu mrežu za pristup, koja se koristi za pružanje javno dostupne telefonske usluge, dok operatori koji nemaju svoju mrežu za pristup mogu da pružaju uslugu poziva samo preko usluge razvezanog pristupa lokalnoj petlji, ili uslugom izbora i predizbora operatora.

Vertikalno prenošenje tržišne snage (*vertical leveraging*) označava takvu situaciju u kojoj operator prenosi tržišnu moć sa veleprodajnog tržišta, gde 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





Agencija smatra da je Crnogorski Telekom vertikalno orijentisan operator, koji je u poziciji da kontroliše inpute na veleprodajnom nivou, a koji su neophodni za pružanje javno dostupne telefonske usluge na maloprodajnom nivou, što predstavlja prepreku razvoju konkurencije na posmatranom tržištu poziva.

Shodno navedenom, Agencija smatra da je neophodna predhodna regulacija, u smislu omogućavanja izbora/predizbora operatora i pristupa razvezanoj lokalnoj petlji, kako bi se obezbijedila konkurencija na posmatranom relevantnom tržištu, odnosno kako bi operatori, koji ne posjeduju svoju sopstvenu mrežu za pristup, bili u mogućnosti da pružaju svoje usluge. Osim navedenom, cijena poziva VOIP operatora na tržištu poziva uslovljena je prije svega cijenom i uslovima interkonekcije sa fiksnim i mobilnim operatorima, odnosno kontrolom cijena od strane Crnogorskog Telekomu za istu uslugu i na maloprodajnom i na veleprodajnom nivou.

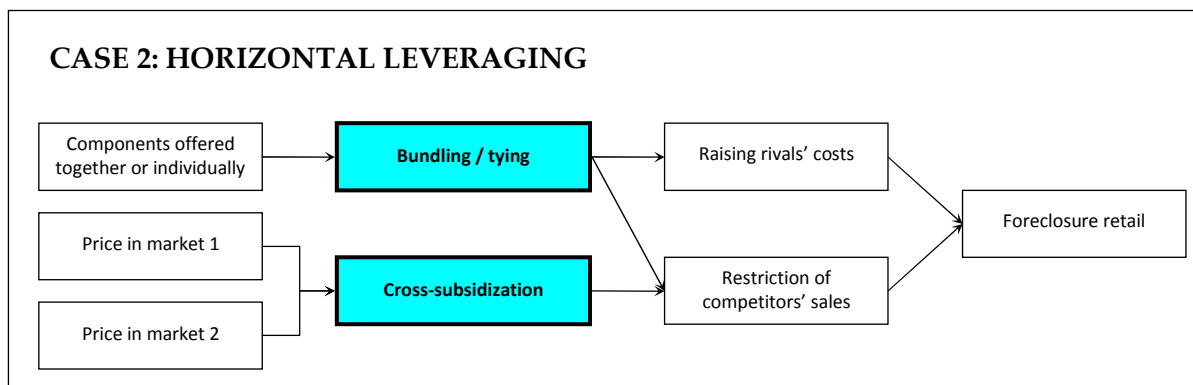
Takođe, Crnogorski Telekom ima veliko učešće na vertikalno povezanom velikoprodajnom tržištu i u poziciji je da i ovdje kontroliše inpute koji su potrebni potencijalnim konkurentima i tako utiče na uslove konkurencije na maloprodajnom tržištu (npr. djelove iznajmljenih linija).

## 5.2 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



Na posmatranom tržištu, javno dostupne telefonska fiksna usluga je integrisana u paket sa uslugom pristupa i pretplatnici nemaju mogućnost da ove usluge kupe odvojeno, tj. uslovljeni su da ukoliko žele da koriste jednu uslugu, moraju da korse i drugu uslugu kod istog operatora. Iz tog razloga, Agencija smatra da Crnogorski Telekom vrši horizontalno prenošenje svoje značajne tržišne snage sa relevantnog tržišta pristupa na relevantno maloprodajno tržište javno dostupne telefonske fiksne usluge, odnosno usluge pružanja lokalnih i međumjesnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. Razdvajanje usluge pristupa od javno dostupne telefonske fiksne usluge biće moguće tek nakon efiksne implementacije i mogućnosti korišćenja usluga izbora i predizbora operatora.

### **5.3 Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu**

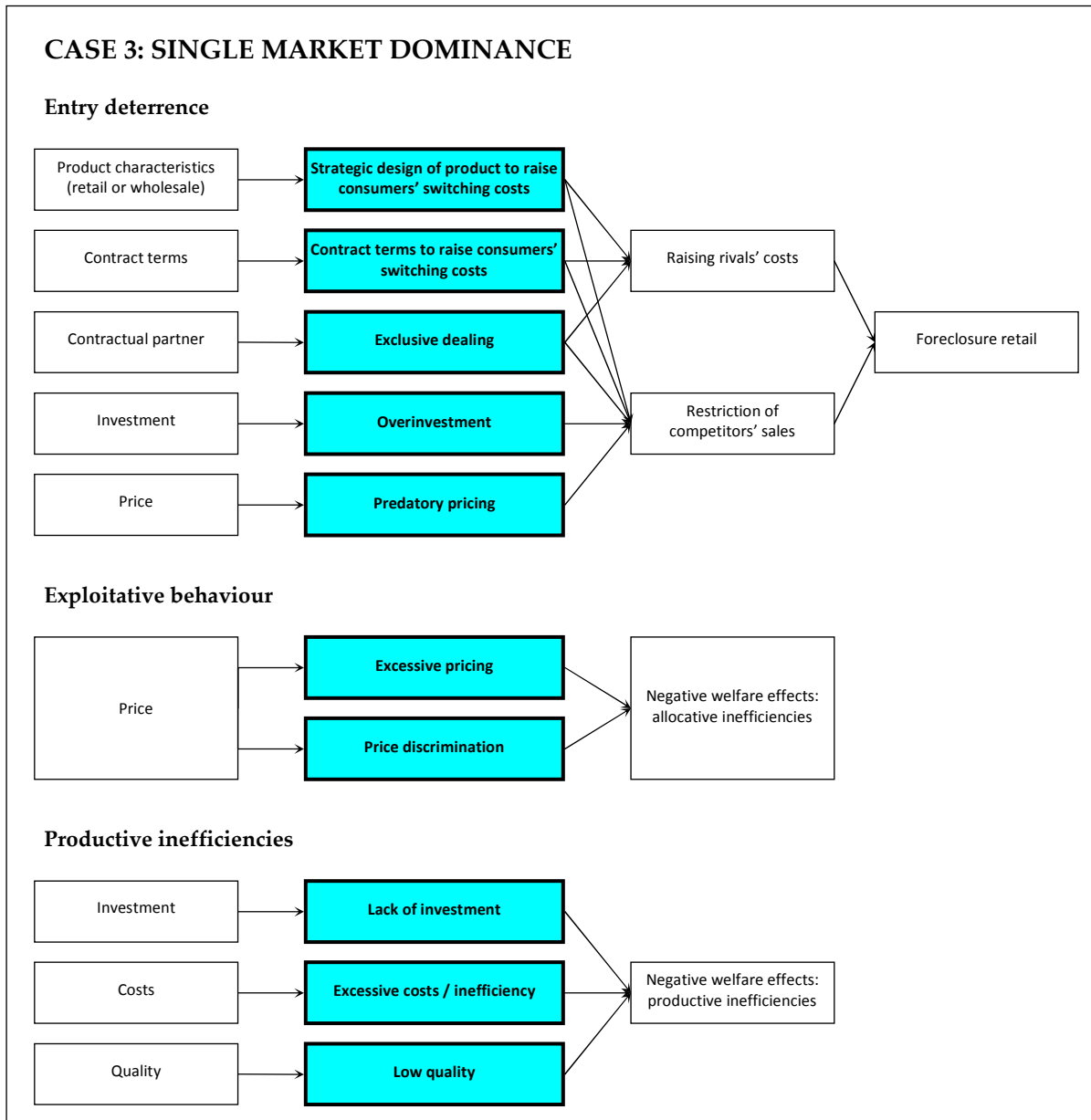
Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu se odnosi kako na veleprodajno, tako i na maloprodajno tržište, pri čemu operator sa značajnom tržišnom snagom može tipičnim monopolskim ponašanjem i raznim postupcima pojačati prepreke ulasku na navedeno tržište u cilju obezbjeđivanja pozicije i značajne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

Regulativa Evropske Unije<sup>17</sup> 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

---

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



Agencija smatra da Crnogorski Telekom kao operator sa značajnom tržišnom snagom, u odsustvu regulacije može postaviti barijere za ulazak na tržište kojim će onemogućiti pojavljivanje novih operatora, da može cjenovnim diskriminacijama istisnuti postojeću konkurenciju, ako i to da bi, u takvim uslovima, bio u poziciji da manje investira, povećava troškove i snižava nivo kvaliteta usluge, na štetu krajnjeg korisnika.

## 6. ODREĐIVANJE REGULATORNIH OBAVEZA ZA OPERATORE 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 javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. 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.

Prilikom određivanja regulatornih obaveza vodi se računa o principu proporcionalnosti, što znači da se svakom operatoru sa značajnom tržišnom pozicijom određuju regulatorne obaveze kojima će se najbolje otkloniti postojeće i potencijalne prepreke razvoju konkurencije.

Takođe, Agencija 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.

Agencija je ranije odradila Analizu tržišta pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, saglasno Eksplanatornom memorandumu<sup>18</sup>, i, uzimajući u obzir ciljeve promovisanja investicija i inovacija, zaštite interesa krajnjih korisnika i daljeg podsticanja konkurentnosti na maloprodajnom tržištu, tom prilikom je nametnula Crnogorskom Telekomu sljedeće obaveze na veleprodajnom nivou:

- Obaveza uvođenja mogućnosti izbora i predizbora operatora (eng. *Carrier selection/Carrier preselection*);
- Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. *Wholesale line rental*).

---

<sup>18</sup> EXPLANATORY NOTE - Accompanying document to the 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 communications networks and services

## **6.1 Obaveze na veleprodajnom nivou**

### **6.1.1 Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora**

Operatoru koji ima značajnu tržišnu snagu na tržištu pristupa fiksnoj mreži, Agencija, shodno članu 49 Zakona, određuje obavezu da njegovim pretplatnicima omogući pristup uslugama svih ostalih operatora javno dostupnih telefonskih usluga, i to:

- izborom bilo kojeg operatora prilikom svakog poziva upotrebom prefiksa za tog operatora;
- predizborom određenog operatora, na osnovu koda usluge, pri čemu se ne ograničava mogućnost iz stava 1 ovog člana.

U sprovođenju ove obaveze, Crnogorski Telekom je dužan izvršiti prilagođavanja na centralama na kojima su priključeni krajnji korisnici, na način da se pozivi krajnjih korisnika za koje je usluga izbora operatora omogućena, automatski prenose prema mreži operatora kojeg su krajnji korisnici odabrali, a bez potrebe biranja kratkog koda za odabir operatora od strane krajnjih korisnika. U svakom slučaju, krajnji korisnik, kojem je Crnogorski Telekom pristupni operator, može u bilo kojem trenutku zaobići unaprijed programiran predizbor operatora biranjem kratkog koda za odabir operatora posebno za svaki poziv.

U skladu s gore navedenim regulatornim obavezama, Crnogorski Telekom je obavezan operatoru, koji se obratio zahtjevom, omogućiti uslugu predizbora operatora za javno dostupne telefonske usluge u fiksnoj mreži, za krajnjeg korisnika kojem je Crnogorski Telekom pristupni operator, s potpunom funkcionalnošću, segmentaciju usluge po različitim vrstama poziva, i to: lokalni pozivi, međumjesni pozivi, pozivi prema mobilnim mrežama, međunarodni pozivi i dr.

Crnogorski Telekom je dužan da kod obezbjeđenja usluge izbora i predizbora operatora uvažava sledeće prateće obaveze:

- obavezu transparentnosti,
- obavezu nediskriminatornosti,
- obavezu nadzora cijena i
- obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija.

#### **a) Obaveza transparentnosti**

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji na davanje saglasnosti Segment Referentne interkonekzione ponude za uslugu izbora i predizbora operatora najkasnije u roku od 90 dana od dana stupanja na snagu Rješenja. Detalji vezani za pružanje usluga izbora i predizbora operatora (tehničke specifikacije, uslovi, rokovi, cijene, itd.) trebaju biti definisani u Segmentu Referentne interkonekzione ponude Crnogorskog Telekoma .

Segment Referentne interkonekzione ponude mora biti pripremljen u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i raščlanjen na način da drugi operatori, koji žele uslugu, neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu povezani sa pružanjem zahtjevane usluge.

Agencija smatra da je potrebno obavezati Crnogorski Telekom da obezbijedi ugovor o nivou usluge - *SLA (Service Level Agreements)* za uslugu izbora i predizbora operatora. Sastavni dio svakog SLA treba da budu i odgovarajuće naknade (penali) u slučaju neispunjavanja određenih rokova u SLA. U skladu sa navedenim, Agencija smatra da Crnogorskom Telekomu treba biti određena obaveza pružanja ugovora o nivou usluge (*SLA*), koje će činiti sastavni dio Segmenta Referentne interkonekcionih ponuda za uslugu izbora i predizbora operatora.

Pored obaveze objavljivanja Segmenta Referentne interkonekcionih ponuda za uslugu izbora i predizbora operatora, Crnogorski Telekom je u obavezi dostavljati Agenciji (i/ili objavljivati) kvartalno detaljne izvještaje sa odgovarajućim glavnim pokazateljima efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators- KPI*) koji se odnose na pružanje relevantne usluge. Konkretno, riječ je o vrijednostima pokazatelja koji se odnose na sledeće:

- prosječno vrijeme instalacije usluge za krajnjeg korisnika i
- prosječno vrijeme otklanjanja kvara.

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od Crnogorskog Telekoma praćenje i izvještavanje i za neke druge pokazatelje efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators- KPI*) u zavisnosti od potreba Agencije i zahtjeva tržišta

Crnogorski Telekom je, shodno obavezi transparentnosti propisanoj u sklopu regulatornih obaveza, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu pristupa fiksnoj mreži na fiksnoj lokaciji, objavio referentnu interkonekcionu ponudu u februaru 2011. godine. Ovom referentnom ponudom definisao je uslove pružanja i cijene usluga izbora i predizbora operatora. Agencija je u julu 2011. godine donijela Rješenje o izmjenama referentne interkonekcionih ponuda za fiksnu mrežu, kojim je Crnogorskom Telekomu naloženo da u roku od 15 (petnaest) dana uskladi tekst referentne interkonekcionih ponuda.

#### **b) Obaveza nediskriminatornosti**

Crnogorski Telekom je dužan da obezbijedi uslugu izbora i predizbora operatora pod jednakim uslovima i jednakog kvaliteta kao i svom maloprodajnom segmentu ili povezanom društvu.

Poštovanjem odredbi Ugovora o nivou usluge (eng. *Service Level Agreements, SLA*) i periodičnim objavljivanjem glavnih pokazatelja efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators, KPI*) demonstrira se primjena načela nediskriminatornosti kod pružanja relevantnih usluga od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu.

#### **c) Obaveza nadzora cijena**

Sve troškove uspostavljanja usluge izbora/predizbora operatora snosi operator.

Operator je dužan troškovno formirati cijene za operatorski pristup i interkonekciju u vezi sa izborom i predizborom operatora.

Operator može pretplatniku obračunati samo jednokratni iznos, koji pokriva stvarne troškove stvaranja uslova za pružanje usluge predizbora operatora.

Operator je dužan dostaviti Agenciji na evidenciju i sagledavanje usklađenosti troškovno formiranih cijena za operatorski pristup i interkonekciju u vezi sa izborom i predizborom operatora.

Agencija može propisati, u skladu sa prihvaćenim modelom formiranja cijena elektronskih komunikacionih usluga, limit cijena za uslugu izbora/predizbora operatora, do mjere kojom se obezbjeđuje da cijena usluge ne bude destimulativna za korišćenje ove usluge.

#### **d) Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija**

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 interkonekcije i operatorskog pristupa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno propisanoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija treba da bude u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima, kao i sa Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC<sup>19</sup> o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužan je da sprovede odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od usluga ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta. Ovo će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa troškovne orijentisanosti i nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga Crnogorskog Telekoma.

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.

#### **6.1.2 Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. Wholesale line rental)**

Imajući u vidu aktuelne i potencijalne prepreke razvoju konkurencije na ovom relevantnom tržištu, Agencija ne vjeruje da je moguće u periodu do naredne analize očekivati razvoj efikasne

---

<sup>19</sup> Commission Recommendation 2005/698/EC of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting systems under the regulatory framework for electronic communications



konkurencije na ovom tržištu. Takođe, Agencija smatra da je obaveza predizbora operatora nedovoljna da bi konkurencija efikasno stupila na tržište. Očekuje se da bi samo jedan mali broj korisnika bio spreman platiti odvojene račune za mjesečnu pretplatu i pozive.

Iz navedenih razloga, Agencija, u sklopu člana 47. Zakona predlaže i nametanje obaveze iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou, čime se promoviše konkurencija usluga na relevantnom tržištu.

Crnogorski Telekom je u obavezi da omogući korišćenje pretplatničkih linija od strane drugih operatora elektronskih komunikacionih usluga u cilju pružanja javnih govornih usluga krajnjim korisnicima.

Sa iznajmljivanjem pretplatničkih linija operator-korisnik ima mogućnost da krajnjim korisnicima izda sopstveni jedinstven račun (eng. *Single Billing*), čime preuzima i kompletan odnos sa krajnjim korisnicima.

Crnogorski Telekom je dužan da kod obezbjeđenja usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou uvažava sledeće prateće obaveze:

- obavezu transparentnosti,
- obavezu nediskriminatornosti,
- obavezu nadzora cijena i
- obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija.

#### **a) Obaveza transparentnosti**

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji na davanje saglasnosti Segment Referentne ponude koji se odnosi za iznajmljivanje pretplatničkih linija na veleprodajnoj osnovi najkasnije u roku od 90 dana od dana stupanja na snagu Rješenja.

Segment Referentne interkonekcione ponude mora biti pripremljen u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i raščlanjen na način da drugi operatori, koji žele uslugu, neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu povezani sa pružanjem zahtjevane usluge

Segment Referentne interkonekcione ponude mora biti jasno definisan i sadržati sljedeće elemente:

1. Opis usluga koje su predmet Referentne ponude;
2. Potrebne tehničke karakteristike, specifikacije i informacije o performansama i kvalitetu pretplatničkih linija;
3. Cijene koje se odnose na jednokratnu priključnu taksu, mjesečnu pretplatu i pregled popusta i kriterijuma na osnovu kojih se odobravaju popusti;
4. Procedura i rok obezbjeđenja usluge iznajmljivanje pretplatničkih linija na veleprodajnoj osnovi;
5. Upravljanje, rad i održavanje usluge;
6. Odgovornost i naknada štete.

Agencija smatra da je potrebno obavezati Crnogorski Telekom da obezbijedi ugovor o nivou usluge (eng. *Service Level Agreement, SLA*) za uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija. Sastavni dio svakog SLA treba da budu i odgovarajuće naknade (penali) u slučaju neispunjavanja određenih rokova u SLA. U skladu sa navedenim, Agencija smatra da Crnogorskom Telekomu treba biti određena obaveza pružanja ugovora o nivou usluge, koji će činiti sastavni dio Segmenta Referentne interkonekcionih ponuda za uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnoj osnovi.

Pored obaveze objavljivanja Segmenta Referentne interkonekcionih ponuda za uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija, Crnogorski Telekom je u obavezi dostavljati Agenciji (i/ili objavljivati) kvartalno detaljne izvještaje sa odgovarajućim glavnim pokazateljima efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators - KPI*) koji se odnose na pružanje relevantne usluge. Konkretno, riječ je o vrijednostima pokazatelja koji se odnose na sledeće:

- prosječno vrijeme uspostavljanja ove usluge i
- prosječno vrijeme otklanjanja kvara.

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od Crnogorskog Telekoma praćenje i izvještavanje i za neke druge pokazatelje efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators, KPI*) u zavisnosti od potreba Agencije i zahtjeva tržišta.

Crnogorski Telekom je, shodno obavezi transparentnosti propisanoj u sklopu regulatornih obaveza, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu pristupa fiksnoj mreži na fiksnoj lokaciji, objavio Ponudu za pružanje usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou 2011.godine.

#### **b) Obaveza nediskriminatornosti**

Crnogorski Telekom je dužan da obezbijedi uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou pod jednakim uslovima i jednakog kvaliteta kao i svom maloprodajnom segmentu ili povezanom društvu.

#### **c) Obaveza nadzora cijena**

Cijena usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou utvrđuje se primjenom metodologije izračunavanja nivoa veleprodajnih cijena umanjnjem maloprodajnih cijena (eng. *Retail minus methodology*).

Agencija smatra da ovom obavezom može stimulisati ulazak konkurencije na relevantno tržište. Primjenom ovog metoda obezbjeđuje se pokriće troškova za efikasno pružanje usluge i onemogućava praksa cjenovnog stezanja profitne marže (eng. *price squeeze*) drugih operatora. Sa druge strane, Agencija je svjesna da rebalans cijena maloprodajnih usluga još nije završen. Iz tog razloga, Agencija se odlučila za nametanje maloprodajnog "minusa" od 5%, koji je je značajno niži od prakse regulatora evropskih država. Ovom regulatornom obavezom se ne bi uticalo na značajno smanjenje prihoda Crnogorskog Telekoma po osnovu mjesečne pretplate.

#### **d) Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija**

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 interkonekcije i operatorskog pristupa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno propisanoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija treba biti u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima, odnosno sa Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC<sup>20</sup> o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužan je da sprovede odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od usluga ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta. Ovo će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa troškovne orijentisanosti i nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga Crnogorskog Telekoma.

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.

### **6.2 Obaveze na maloprodajnom nivou**

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 konstatovanim u postupku analize ovog relevantnog tržišta, koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cjenovnim i necjenovnim osnovama.

#### **6.2.1 Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija**

Agencija može, shodno Članu 46. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, narediti preduzimanje mjera u cilju odvojenog

---

<sup>20</sup> Commission Recommendation 2005/698/EC of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting systems under the regulatory framework for electronic communications

računovodstvenog praćenja poslovnih aktivnosti koje se odnose na pružanje usluga interkonekcije i operatorskog pristupa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno usvojenoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija treba biti u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima, odnosno sa Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC<sup>21</sup> o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužan je da sprovede odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od usluga ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta. Ovo će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa troškovne orijentisanosti i nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga Crnogorskog Telekoma.

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.

## **6.2.2 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.

---

<sup>21</sup> Commission Recommendation 2005/698/EC of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting systems under the regulatory framework for electronic communications

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

Agencija je Pravilnikom o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, koji je usvojio Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost na sjednici od 27.10.2011. godine, propisao uslove i način kontrole cijena, sprečavanje primjene cijena kojima se ograničava konkurencija i uređuje regulacija maloprodajnih cijena usluga.

#### **a) Zabrana obračunavanja prekomjernih cijena**

Agencija shodno Pravilniku o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža može propisati jednu od sledećih metoda određivanja cijena usluga (kontrolu maloprodajnih cijena) i to: metodu ograničavanja maloprodajnih cijena i metodu troškovne orijentacije cijena.

#### **Metod ograničenja nivoa maloprodajnih cijena (eng. Price cap)**

Metod ograničenja nivoa maloprodajnih cijena se primjenjuje na relevantne maloprodajne usluge, gdje Agencija nakon sprovedenih analiza relevantnih tržišta utvrdi prisustvo neefikasne konkurencije.

Primjenom metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena, Agencija može da dozvoli operatoru sa značajnom tržišnom snagom da unese izmjene u strukturi svojih cijena, tako da tokom vremena maloprodajne cijene operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu postanu više izbalansirane i troškovno orijentisane.

Operator koji ima značajnu tržišnu snagu na određenom relevantnom tržištu je motivisan da promijeni prosječni ponderisani nivo cijena određenih regulisanih usluga iz sadržaja korpe usluga, prema stopi inflacije na osnovu određene vrijednosti faktora produktivnosti "X".

#### **Metod troškovne orijentacije cijena**

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 iz stava 2. dužan je pružiti uvid u regulatorne finansijske informacije, kako bi Agencija ispunila svoje regulatorne zadatke u ovoj oblasti, uključujući i nadzor cijena.

#### **b) Zabrana ograničavanja konkurencije postavljanjem previsokih ili preniskih cijena**

Shodno Pravilniku o o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, Agencija može, u cilju *ex-ante* identifikacije aktivnosti koje predstavljaju zloupotrebu od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom, primijeniti test za utvrđivanje prisustva cijena kojima se ograničava konkurencija (eng. Margin squeeze) na maloprodajne ponude operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Agencija može da sprovede jedan od dva tipa testa na maloprodajne ponude operatora sa značajnom tržišnom snagom, i to test jednako efikasnog operatora (eng. *Equally efficient operator test*) i test razumno efikasnog operatora (eng. *Reasonably efficient operator test*). Ovi testovi služe za provjeru usklađenosti nivoa troškova pružanja maloprodajnih usluga sa troškovima pružanja veleprodajnih usluga, a sve u cilju dokazivanja opravdanosti, objektivnosti i transparentnosti maloprodajnih cijena.

#### **c) Zabrana davanja neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku**

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom maloprodajnom tržištu dužan je da se prilikom utvrđivanja maloprodajnih cijena rukovodi principima nediskriminatornosti i transparentnosti, na osnovu kojih Agencija sprovodi mjere kojima se sprečava davanje neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika.

#### **Obaveza nediskriminatornosti**

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.

U postupku analize ovog tržišta konstatovane su prepreke razvoju konkurencije koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cjenovnoj osnovi i praksu diskriminacije cijenama. Nametanjem ove obaveze nije intencija Agencije da generalno zabrani mogućnost odobravanja popusta, odnosno različitih cijena različitim kategorijama korisnika. Naprotiv, Agencija je mišljenja da Crnogorski Telekom kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu može ponuditi i 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. Međutim, cjenovna 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 Telekomu obavezu zabrane cjenovne diskriminacije, koja podrazumijeva zabranu davanja neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika.

### 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.

Takođe, Agencija ocjenjuje da se operatoru sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu treba nametnuti obaveza dostavljanja Agenciji izmjena Cjenovnika i obavještenja o izmjenama cijena prije njihovog stupanja na snagu. Operator sa značajnom tržišnom snagom će biti u obavezi, shodno Pravilniku o regulaciji maloprodajnih cijena, obavijestiti Agenciju u roku, ne kraćem od 30 dana o izmjenama cijena sa detaljnim obrazloženjem. 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 Telekoma, ali će intervenisati u slučaju kršenja pomenutih principa prije stupanja na snagu istih.

Prethodno navedeno uključuje i dostavu obavještenja o promotivnim ponudama, kao i detaljnim uslovima promotivnih ponuda, u roku od najmanje 7 (sedam) dana, koje se odnose na javno dostupnu telefonsku uslugu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

Ovu obavezu Agencija nalaže jer opravdano smatra da bi Crnogorski Telekom mogao u svrhu ostvarivanja reklamnih ili privrednih ciljeva javno dostupnu telefonsku uslugu u međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji mogao da ponudi po cijenama koje su ispod troška pružanja istih, odnosno po cijenama koje nisu u skladu s regulatornom mjerom troškovne orijentacije cijena. Crnogorski Telekom bi na taj način mogao da zaobiđe nametnutu regulatornu mjeru, a takvo postupanje bi istovremeno prisililo ostale operatore na snižavanje cijena javno dostupne telefonske usluge, što bi u krajnjem rezultiralo izlaskom sa tržišta istih.

S obzirom da bi bez regulacije promotivnih ponuda Crnogorski Telekom bio u mogućnosti kroz (ponovljene) promotivne ponude u kojima je naglasak na javno dostupnu telefonsku uslugu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, jednostavno iskorišćavati svoj status operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija smatra za opravdano određivanje Crnogorskom Telekomu sprovođenje ove regulatorne mjere i na sljedeći način:

- uslovi iz promotivne akcije ne mogu se primjenjivati duže od 3 (tri) mjeseca, računajući od dana potpisivanja ugovora sa krajnjim korisnikom, kada je isti sklopljen za vrijeme trajanja promotivne akcije;

- promotivne akcije za iste usluge ili usluge istih karakteristika ne smiju se ponavljati prije isteka perioda koji je dvostruko duži od trajanje promotivne akcije.

Agencija smatra da je ovim obavezama na dovoljno efikasan i transparentan način omogućila Crnogorskom Telekomu sprovođenje promotivnih akcija, koje će istovremeno imati pozitivan uticaj na privlačenje i zadovoljstvo svojih korisnika i omogućiti efikasnu tržišnu konkurenciju između operatora koji pružaju usluge na maloprodajnom tržištu međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

#### **d) Zabrana neosnovanog vezivanja određenih usluga**

U slučaju da ponude kombinovanih i vezanih usluga imaju antikonkurentne efekte i predstavljaju neosnovano vezivanje usluga Agencija će zabraniti njihovu primjenu.

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.

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 ocjene 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. 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.

Crnogorski Telekom je u obavezi da usluge koje su sastavni dio paketa nudi i na pojedinačnoj osnovi. Drugim riječima, krajnjem korisniku treba omogućiti slobodu izbora, u skladu sa potrebama, korišćenja određene usluge pojedinačno ili u okviru paketa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da transparentno prezentira razlike u cijenama, uključujući i razlike u popustima između pojedinačnih i kombinovanih usluga, koje treba da budu bazirane na principima objektivnosti i troškovne orijentisanosti.



## 7. PRILOZI

### 7.1 Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije za primjenu Testa tri kriterijuma



Broj: 01 – 148/2  
Podgorica, 20.07.2011.godine

**Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost**  
**n/r direktora Zorana Sekulića**  
**PODGORICA**

**Predmet:** Mišljenje o nacrtima analiza relevantnih tržišta i o ispunjavanju testa tri kriterijuma

Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost dostavila je, dana 05.07.2011.godine, Upravi za zaštitu konkurencije na mišljenje sljedeće nacрте analiza ispunjenosti testa Tri kriterija, kod određivanja sljedećih relevantnih tržišta:

- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija;
- Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih pozivnih telefonskih mreža i
- Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala.

Pravni osnov za davanje mišljenja Uprave za zaštitu konkurencije, na navedene analize, predstavljaju odredbe člana 6b Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07), kao i odredbe Poglavlja 5 Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10), posebno člana 41, stav 1 istog zakona. Pored toga, Uprava za zaštitu konkurencije je sa Agencijom za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost potpisala Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata, nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.



Uprava za zaštitu konkurencije, na osnovu komparativne analize predloženih nacrti analiza ispunjavanja testa tri kriterijuma kod određenih relevantnih tržišta, sa odredbama Zakona o zaštiti konkurencije i odredbama člana 73. Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (u daljem tekstu:SPP), kao relevantnim odredbama pravnog poretka Evropske Unije na području konkurencije (*Competition Acquis*), na predložene nacрте analiza daje sljedeće

## MIŠLJENJE

Predloženi nacrti analiza o ispunjavanju testa tri kriterijuma na odabranim relevantnim tržištima, i to:

- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija;
- Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih pozivnih telefonskih mreža i
- Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala,

su urađeni u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10), uz pravilnu primjenu odredbi Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07).

### Dodatno obrazloženje:

Kao što je u dispozitivu mišljenja navedeno, Uprava za zaštitu konkurencije se slaže da su analize o ispunjavanju testa tri kriterijuma po navedenim relevantnim tržištima urađene u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Sl.list CG”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10). Takva procjena saglasnosti ima pravni osnov u odredbama Sporazuma o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata, nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija, koji je potpisan dana 28.04.2009.godine.

Međutim, potrebno je naglasiti da postoje različite nadležnosti, u smislu uvođenja i zaštite konkurencije između Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, kojoj je zakonom povjerena isključiva nadležnost „*ex ante*“ regulacije i Uprave za zaštitu konkurencije, kojoj je zakonom povjerena isključiva nadležnost „*ex post*“ nadzora u slučajevima zloupotrebe dominantnog položaja i/ili ograničavajućih sporazuma. Uprava za zaštitu konkurencije će u okviru svojih nadležnosti, u svakom potencijalnom slučaju, koji će biti sproveden po odredbama Zakona o zaštiti konkurencije, prije utvrđivanja pravne kvalifikacije pojedine sporne radnje, donositi sopstvenu definiciju relevantnog tržišta, koja može, a ne mora, biti u skladu sa predloženim nacrtima analiza. Ovakav stav Uprave za zaštitu konkurencije ima svoje razloge, prije svega zbog razlika između već pomenute „*ex ante*“ regulacije i „*ex post*“ nadzora, a time i samim ciljevima zakona, koji uređuju poslovanje i nadležnosti Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i



Uprave za zaštitu konkurencije. Tako, ako je Agenciji za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost povjerena nadležnost za uvođenje i regulisanje konkurencije sa ciljem postizanja efikasne konkurencije, shodno Zakonom o elektronskim komunikacijama („Sl. list CG”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10), određenom užem relevantnom tržištu, onda je Upravi za zaštitu konkurencije povjerena nadležnost za zaštitu (već postojeće efikasne) konkurencije na cjelokupnom tržištu Crne Gore.

Pravo konkurencije najstrožije zabranjuje (bez mogućnosti izuzeća) zloupotrebu dominantnog položaja (koji nije nužno jednak definiciji operatera sa značajnom tržišnom snagom) i nema pravo regulacije, ako prethodno nije utvrđena zloupotreba dominantnog položaja, ili ako se ustanovi da bi prihvatanjem predloženih obaveza (ali u već pokrenutom postupku) došlo do uspostavljanja relevantne konkurentne strukture tržišta.

Zbog gore navedenog, Zakon o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07), kao i predlog novog zakona, ne obuhvataju odredbe sa kojima bi inače bila potrebna „*ex ante*” regulacija, a time i „*ex ante*” određivanje relevantnih tržišta. Kao i u drugim modernim pravnim sistemima, tako i u Crnoj Gori, zbog gore navedenog, veoma su jasno razgraničene nadležnosti između sektorskih regulatora (u predmetnom slučaju Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost) i institucija za zaštitu konkurencije (u predmetnom slučaju Uprave za zaštitu konkurencije).

Uprava za zaštitu konkurencije će, na osnovu odredbi relevantnog pravnog okvira, u skladu sa svojim nadležnostima, u svakom pokrenutom postupku određivati relevantno tržište za svaki slučaj posebno.

U svakom slučaju, dostavljeni nacrti analiza, predstavljaju kvalitetan osnov, kako za „*ex ante*” regulaciju, tako i za potencijalne slučajeve, koje će Uprava za zaštitu konkurencije pokrenuti, ako za to budu postojali uslovi.

S poštovanjem,

**DIREKTOR**  
**Miodrag Vujović**



## 7.2 Prilog B – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije u vezi analiza tržišta



### Crna Gora Uprava za zaštitu konkurencije

| Crna Gora<br>AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE<br>KOMUNIKACIJE I POŠTANSKU DJELATNOST<br>PODGORICA |            |        |            |
|--|------------|--------|------------|
| Primljeno:   | 25.11.2011 |        |            |
| Org. jed.  | Broj       | Prilog | Vrijednost |
| 0102   | 3028/4     |        |            |

Broj: 01-148/4  
Podgorica, 23.11.2011.godine

#### AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I POŠTANSKU DJELATNOST n/r dir. Z.Sekulića

PODGORICA

**PREDMET:** Mišljenje

Poštovani,

Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost dostavila je, dana 02.11.2011.godine, aktom br.0302-3028/2, Upravi za zaštitu konkurencije na mišljenje, nacрте analiza sljedećih relevantnih tržišta:

- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji (Analiza nakon testa tri kriterijuma);
- Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio-difuznih signala (Analiza nakon testa tri kriterijuma);
- Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža (Analiza nakon testa tri kriterijuma)
- Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija
- Tržište međunarodnih poziva

Pravni osnov za davanje mišljenja Uprave za zaštitu konkurencije, na navedene analize, predstavljaju odredbe člana 6b Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore“, br. 69/05 i 37/07), kao i odredbe Poglavlja 5 Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore“, broj 50/08, 53/09 i 70/09), posebno člana 41, stav 1 istog zakona. Pored toga, Uprava za zaštitu konkurencije je sa Agencijom za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost potpisala Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata, nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija, koji je potpisan dana 28.04.2009.godine.

---

Svetozara Markovića, br.26, 81000 Podgorica  
TEL: (+382) 20 239 010 ; (+382) 20 239 024; FAX: (+382) 20 239 015  
<http://www.uzzk.gov.me>



Na osnovu gore nevedenog pravnog osnova, Uprava za zaštitu konkurencije je dana 20.07.2011.godine, Agenciji za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost dala pozitivno mišljenje br.01/148/1, kojim se saglasila, da su od strane Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost predhodno predloženi nacrti analiza o ispunjavanju testa tri kriterijuma na odabranim relevantnim tržištima urađeni u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09 i 70/09), uz pravilnu primjenu odredbi Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07) i u skladu sa evropskim standardima, obavezujućim na osnovu odredbi člana 73. Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju.

S tim u vezi, a na osnovu komparativne analize predloženih nacrti analiza, Uprava za zaštitu konkurencije daje sljedeće

### MIŠLJENJE

Predloženi nacrti analiza, i to:

- **Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji (Analiza nakon testa tri kriterijuma)**
- **Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio-difuznih signala (Analiza nakon testa tri kriterijuma)**
- **Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža (Analiza nakon testa tri kriterijuma)**
- **Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija**
- **Tržište međunarodnih poziva**

su urađeni u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09 i 70/09), uz pravilnu primjenu odredbi Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07) i predstavljaju relevantnu podlogu za primjenu u praksi.

### Objasnenje

Politički konsenzus o uvođenju i zaštiti konkurencije se odražava *inter alia* u sklapanju Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, posebno u odredbama koje se odnose na harmonizaciju zakonodavstva sa pravnim poretkom Evropske Unije, kao i na djelovanje u skladu sa standardima Evropske Unije, na području konkurencije i njegovim značajnim sektorima, a posebno informacijskog društva i/ili elektronskih komunikacija.

Politika i pravo konkurencije se ne ograničava samo na zabranu onih radnji učesnika na tržištu, koja ograničavaju, sprečavaju i negativno utiču na efikasnu konkurenciju, već ista predstavlja mnogo širi pojam.



Shodno gore navedenom, a imajući u vidu, da na nekim relevantnim tržištima nije moguće očekivati takav nivo konkurencije, da bi „ex post“ intervencija bila sasvim dovoljna, logično je, da je na nekim relevantnim tržištima, pogotovu onim, vezanim za stratešku infrastrukturu, potrebna „ex ante“ regulacija.

Pomenuta „ex ante“ regulacija, iako sektorski specifična, predstavlja izuzetno značajan doprinos ne samo uvođenju, nego i regulaciji konkurencije na relevantnom tržištu.

Pravila konkurencije sama po sebi ne predstavljaju dovoljan okvir za obezbjeđenje efikasne konkurencije na tržištu.

Kao prvo, jedan od 5 (pet) konstitutivnih članova Ugovora o funkcionisanju Evropske Unije (član 37- zabrana nacionalnih monopola od komercijalnog značaja) predstavlja osnov za širu paletu sektorske regulacije, imajući u vidu gore pomenute drugačije uslove (uvođenja i zaštite) konkurencije na pojedinim relevantnim tržištima.

Kao drugo, sektorska regulacija je potrebna zbog lakšeg uvođenja i razvoja konkurencije na relevantnom tržištu, u smislu boljeg funkcionisanja cjelokupnog tržišta, a ne samo pojedinog relevantnog tržišta.

Kao treće, čitav sektor elektronskih komunikacija je toliko tehnološki napredan sa stalnim, izuzetno brzim razvojem, da bi isključiva „ex post“ intervencija bila sasvim neefikasna.

Na osnovu gore navedenog se može sasvim jednostavno zaključiti, da je „ex ante“ regulacija na tom specifičnom području elektronskih komunikacija neophodna.

Imajući u vidu jasnu razliku između „ex ante“ regulacije i „ex post“ kontrole, testiranje ponašanja učesnika na tržištu može biti različito sa stanovišta „ex ante“ i/ili „ex post“ pristupa. Ovo naročito imajući u vidu, da će Uprava za zaštitu konkurencije, na temelju odredbi relevantnog pravnog okvira, morati u svakom pokrenutom postupku određivati relevantno tržište za svaki slučaj posebno, i u načelu nezavisno od prethodno opredijeljenih definicija relevantnog (relevantnih) tržišta sa strane Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost.

Predložene analize predstavljaju izuzetno kvalitetan doprinos razvoju tržišta kao i efikasne konkurencije iz više razloga, a pogotovu iz razloga transparentnosti, koji predstavlja izuzetno značajan element pravne predvidljivosti i pravne sigurnosti učesnika na tržištu.

Uprava za zaštitu konkurencije smatra, da navedene analize predstavljaju izuzetno kvalitetan osnov ne samo za efikasnu regulaciju, nego i izuzetno značajan doprinos samoregulaciji između operatera, u korist drugih učesnika na tržištu, potrošača, razvoja sektora i ekonomije u cjelini.

U vezi sa gore pomenutim „uspostavljanjem“ transparentnog sistema u korist samoregulacije, Uprava za zaštitu konkurencije posebno smatra, da je Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost imala izuzetno dobar sistem selekcije relevantnih tržišta (na osnovu evropskih iskustava i definisanih uslova po odredbama Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju), a pogotovu odabira maloprodajnih i veleprodajnih tržišta, što je izuzetno značajno ne samo za potrebnu „ex ante“ regulaciju, nego i za identifikaciju potencijalnih povreda konkurencije prilikom vođenja postupka.



Predložene analize za Upravu za zaštitu konkurencije, u prvom redu, predstavljaju definiciju relevantnog tržišta u slučaju eventualnog pokretanja postupka kod zloupotrebe dominantnog položaja, restriktivnih sporazuma i kontrole koncentracija, kao i vremenski efikasniju definiciju tržišne moći i postojanja dominantnog položaja. Međutim, bez obzira na to, da li se potencijalne povrede konkurencije mogu odražavati na relevantnim tržištima, ista mogu biti *po pravilu* šira od relevantnih tržišta, koja su opredijeljena u predloženim analizama.

Predložene analize bi mogle imati značaj u slučaju pokretanja postupka zbog sumnje o postojanju zloupotrebe dominantnog položaja, naročito u vidu nametanja predatorskih cijena (*predatory pricing*) ili istiskivanja trećih konkurenata sa tržišta zbog poslovne politike ograničavanja konkurencije putem troškovno netransparentnih cijena (margin squeeze).

S poštovanjem,



**DIREKTOR**

Miodrag Vujović

---

Svetozara Markovića, br.26, 81000 Podgorica  
TEL: (+382) 20 239 010 ; (+382) 20 239 024; FAX: (+382) 20 239 015  
<http://www.uzzk.gov.me>