



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

**Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio-difuznih signala**  
**(Analiza nakon testa tri kriterijuma)**

**Podgorica, decembar 2011.**

# SADRŽAJ

<b>1</b>	<b>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 .....	7
1.4	Hronološki redosled aktivnosti Agencije u postupku sprovođenja testa tri kriterijuma na relevantnom tržištu .....	8
<b>2</b>	<b>DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA .....</b>	<b>9</b>
2.1	Opis postupka definisanja tržišta.....	9
2.2	Karakteristike tržišta.....	9
2.3	Prenos radijskih programa.....	11
2.3.1	Prenos radijskih programa putem analognih radio difuznih sistema .....	11
2.3.2	Prenos radijskih programa putem kablovskih sistema.....	11
2.4	Prenos televizijskih programa .....	12
2.4.1	Prenos televizijskih programa putem analognih radio difuznih sistema .....	12
2.4.2	Prenos televizijskih programa putem kablovskih sistema .....	13
2.4.3	Prenos televizijskih programa putem satelita .....	13
2.4.4	Prenos televizijskih programa putem širokopojasnih bežičnih sistema.....	14
2.4.5	Prenos televizijskih programa putem javne fiksne telekomunikacione mreže .....	14
2.5	Relevantno tržište usluga - maloprodajni nivo.....	14
2.5.1	Da li usluge prenosa televizijskih programa putem radio difuznih sistema i usluge prenosa radijskih programa putem radio difuznih sistema pripadaju jedinstvenom maloprodajnom tržištu? .....	15
2.5.2	Da li usluge prenosa signala sa AVM sadržajem putem kablovskih sistema, satelita, javne fiksne telefonske mreže („Pay TV“) predstavljaju supstitutivne usluge usluzi prenosa radio difuznih signala putem radio difuznih sistema prenosa („Free to Air“)?.....	16
2.6	Relevantno tržište usluga- veleprodajni nivo .....	21
2.6.1	Analiza stepena supstitutivnosti na strani tražnje.....	22
2.6.2	Analiza stepena supstitutivnosti na strani ponude .....	22
2.7	Relevantno tržište u geografskoj dimenziji .....	22
2.8	Zaključak Agencije o definisanju relevantnog tržišta .....	23
<b>3</b>	<b>TEST TRI KRITERIJUMA .....</b>	<b>24</b>
3.1	Prvi kriterijum: Prisustvo visokih i trajnih prepreka ulasku na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne ili regulatorne prirode .....	24
3.1.1	Strukturne prepreke ulasku na tržište.....	24
3.1.2	Pravne ili regulatorne prepreke ulasku na tržište .....	26
3.1.3	Zaključak o prvom kriterijumu .....	28
3.2	Drugi kriterijum: Procjena povećanja konkurentnosti relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera.....	28
3.2.1	Tržišno učešće operatora.....	29
3.2.2	Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije.....	29
3.2.3	Potencijalna konkurencija .....	29

3.2.4	Zaključak o drugom kriterijumu.....	30
3.3	Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti konkurencije sama po sebi ne omogućava na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu .....	30
3.3.1	Stepen opšteg nekonkurentnog ponašanja .....	30
3.3.2	Stepen kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja.....	30
3.3.3	Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu ....	31
3.3.4	Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu .....	31
3.3.5	Zaključak o trećem kriterijumu .....	32
3.4	Zaključak Agencije je da je relevantno tržište podložno ex-ante regulaciji .....	32

## **4 ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA ..... 33**

4.1	Cilj i predmet analize relevantnog tržišta.....	33
4.2	Analiza relevantnog veleprodajnog tržišta usluge prenosa televizijskih programa i relevantnog veleprodajnog tržišta usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža.....	34
4.2.1	Tržišno učešće operatora na relevantnom tržištu.....	34
4.2.2	Prepreke za ulazak na relevantno tržište .....	35
4.2.3	Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć) .....	36
4.2.4	Potencijalna konkurencija .....	36
4.2.5	Ekonomija obima i širine.....	37
4.2.6	Kontrola infrastrukture, čiji se obim ne može lako udvostručiti.....	38
4.2.7	Zaključak Agencije o statusu operatora sa značajnom tržišnom snagom.....	38

## **5 PREPREKE RAZVOJU KONKURENCIJE ..... 39**

5.1	Tržišna dimenzija prepreka razvoju konkurencije.....	40
5.1.1	Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage.....	40
5.1.2	Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage.....	42
5.1.3	Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu .....	42
5.1.4	Završavanje (terminacija) poziva.....	43
5.2	Uzročno posledična dimenzija prepreka razvoju tržišne konkurencije .....	44
5.3	Prepreke razvoju konkurencije na veleprodajnim tržištima usluga prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža .....	45
5.3.1	Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa .....	45
5.3.2	Previsoke cijene .....	45
5.3.3	Diskriminacija na cjenovnoj osnovi .....	46

## **6 ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORIMA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM, UKIDANJE ILI IZMJENA PROPISANIH OBAVEZA..... 47**

6.1	Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna ponuda.....	48
6.2	Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost .....	49
6.3	Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija .....	50
6.4	Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja .....	52
6.5	Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva .....	53

<b>7</b>	<b>PRILOZI.....</b>	<b>55</b>
7.1	Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije za primjenu Testa tri kriterijuma ....	55
7.2	Prilog B – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije u vezi analiza tržišta.....	58

# 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;
- 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.

---

<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

<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

## **1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta**

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

Agencija je, saglasno članu 41 Zakona, utvrdila predlog teksta Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma, koji je bio predmet javnih konsultacija u periodu 28.01 - 02.03.2011.godine.

Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, na sjednici od. 31.03.2011. godine, a nakon sprovedenog konsultativnog procesa, usvojio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma («Sl.list Crne Gore,» broj 19/2011).

Ovom Odlukom se određuju relevantna tržišta usluga i to:

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 relevantno veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala, nije sadržano važećom Preporukom Evropske komisije o relevantnim tržištima usluga iz 2007. godine potrebno je dokazati da su na ovom tržištu zadovoljena tri kriterijuma, tj. da je podložno ex ante regulaciji.

## **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 redosled aktivnosti Agencije u postupku sprovođenja testa tri kriterijuma na relevantnom tržištu**

Evropski regulatorni okvir (Okvirna Direktiva Evropske komisije<sup>12</sup>) upućuje da se prilikom određivanja relevantnih tržišta usluga i relevantnih geografskih tržišta uvažavaju nacionalne okolnosti i specifičnosti.

Agencija je dana 28.01. 2011.godine godine inicirala javne konsultacije, saglasno članu 41 Zakona, povodom predloga Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma. Rok za dostavljanje primjedbi i sugestija je bio 02.03.2011.godine. Pregled komentara, sugestija i primjedbi na tekst predloga Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma, kao i stav Agencije na iste je dostupan na web site-u Agencije.

Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, na sjednici od 31.03.2011. godine, a nakon sprovedenog konsultativnog procesa, usvojio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma («Sl.list Crne Gore,» broj. 19/2011).

Agencija je za potrebe sprovođenja testa tri kriterijuma na ovom relevantnom tržištu kreirala Upitnik koji dostavljen sledećim operatorima:

<b>Naziv operatora</b>	<b>Adresa sjedišta operatora</b>	<b>Datum dostavljanja upitnika</b>
Crnogorski Telekom Podgorica	Moskovska 29, 81000 Podgorica	11.04.2011.god
Radio difuzni centar d.o.o. Podgorica	Cetinjski put bb, 81000 Podgorica	11.04.2011.god
Broadband Montenegro – Podgorica	Bulevar Revolucije 66, 81000 Podgorica	11.04.2011.god
M kabl Podgorica	Kralja Nikole 309, 81000 Podgorica	11.04.2011.god
Cabling d.o.o Budva	Meditranska 8, 85310 Budva	11.04.2011.god
Total TV Montenegro Podgorica	Kralja Nikole 323, 81000 Podgorica	11.04.2011.god
Eltamont Nikšić	Nikole Tesle 115, 83000 Nikšić	11.04.2011.god

<sup>12</sup> Directive 2002/21/EC of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive)



## 2 DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA

### 2.1 Opis postupka definisanja tržišta

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 hipotetskog monopoliste. Kod supstitucije na strani ponude operator odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja za pružanje istovjetne 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.

### 2.2 Karakteristike tržišta

U cilju jasnijeg shvatanja osnovnih karakteristika ovog tržišta neophodno je voditi računa o tome da radio-difuzija nije isto isto što i audiovizuelna medijska usluga ili sadržaj. Era naprednih elektronskih komunikacionih mreža sa većim kapacitetima i propusnom moći omogućila je da se audiovizuelni sadržaji prenose putem drugih platformi do krajnjeg korisnika. Tradicionalno se televizijski i radijski signal prenosio samo posredstvom radio-difuznih sistema uz upotrebu radio-difuznih frekvencija. AVM usluga se danas proteže i na širi okvir elektronskih komunikacionih mreža i predstavlja jednu od sve prisutnijih usluga u paketu usluga koje se nude putem elektronskih mreža.

Na teritoriji Crne Gore AVM usluga je prisutna u:

- a. **Klasičnoj radio-difuziji (analogna a u budućnosti digitalna).** Koncept pristupa usluzi jeste –slobodan pristup- “Free to air”. Krajnji korisnik nema ugovor i ne plaća nikakvu nadoknadu. U tom smislu, koncept maloprodaje nije od presudnog značaja. Međutim, postoji tržište veleprodaje, s obzirom da za potrebe smještaja

opreme na emisionim objektima skoro svi emiteri za potrebe emitovanja svojih programa vrše zakup infrastrukture uglavnom od strane Radio-difuznog centra.

- b. **Sistemima za prenos signala (linkovi).** U cilju stvaranja mogućnosti da se program neke radio ili televizijske stanice dopremi do emisione lokacije kako bi se dalje isti taj signal mogao emitovati posredstvom radio-difuznih frekvencija emiteri koriste usluge operatora koji iznajmljuju svoje prenosne kapacitete ili sami za svoje potrebe grade sistem veza, shodno od Agencije izdatim odobrenjima za korišćenje frekvencija. U ovom slučaju možemo govoriti o veleprodaji obzirom da operator iznajmljuje infrastrukturu, odnosno svoje linkovske veze, za potrebe prenosa signala sa audiovizuelnim medijskim sadržajem. Najveći korisnici ovih usluga u Crnoj Gori za sada jesu emiteri za potrebe prenosa svog signala (radijskog ili televizijskog) od studija do emisionih lokacija. U tom smislu, Radio-difuzni centar je i u ovom slučaju monopolista, obzirom da je specijalizovan za ovu uslugu te da je za sada jedini koji je na ovaj način nudi.
- c. **Kablovski, MMDS, IPTV, DTH sistemi za pružanje RTV usluge krajnem korisniku (gledalac i/ili slušalac).** Radi se operatorima koji sakupljaju TV i radijske sadržaje RTV kuća u zemlji i inostranstvu, formiraju paket usluge, te posredstvom svoje ili iznajmljene komunikacione mreže nude uslugu na maloprodajnom nivou. U Crnoj Gori, na ovom maloprodajnom tržištu, moguće je govoriti da postoji skoro ujednačena ponuda od strane tri operatora: Crnogorski Telekom, BBM, Total TV. Po svojoj prirodi ove elektronske mreže su tehnološki različite, ali i pored toga usluga je slična. Razlike postoje u kvalitetu, broju ponuđenih programa, dodatnim uslugama i cijenama. Što se tiče ostalih pružalaca ove iste usluge, napominjemo da nijesu prisutni na relevantnom tržištu te samim tim njihove usluge ne doprinose supstituirivosti, a samim tim nijesu relevantni za analizu. Neophodno je napomenuti da su oni prisutni u određenom obimu na tržištu te da postoji trend njihovog rasta tako da je za očekivati da se kroz određeno vrijeme i oni pojave kao operatori koji se mogu tretirati kao pružaoци usluge na relevantnom tržištu.

Usluge elektronskih komunikacija ne uključuju usluge kojim se obezbjeđuje ili vrši kontrola nad programskim sadržajem, a koje se prenose korišćenjem mreža i usluga elektronskih komunikacija. Sadržaj AVM usluge, prema tome, nalazi se izvan domena regulatornog okvira Evropske komisije za elektronske komunikacione mreže i usluge. S druge strane, prenos i emitovanje AVM sadržaja predstavlja uslugu elektronskih komunikacija obzirom da su mreže koje se koriste za taj prenos elektronske komunikacione, te su, stoga, ove usluge i mreže u domenu pomenutog regulatornog okvira.

Radio i televizijski prenos koji uključuje i emitovanje sa slobodnim pristupom („Free-to-air“ ) posredstvom radio-difuznih frekvencija je primjer dvostranog tržišta. Platforme za prenos signala spajaju korisnike i pružaoce sadržaja pri čemu u velikom broju slučajeva važnu ulogu imaju reklamni sadržaji. Korisnici žele da vide i/ili čuju sadržaj. „Free-to-air“ emiteri kreiraju sadržaj, ali koriste prihod od reklama i/ili subvencije države za pokriće svojih troškova. Reklamne firme, za uzvrat, žele da imaju pristup do najvećeg mogućeg broja korisnika. Na taj način „free-to-air“ emiteri su motivisani komercijalnim razlozima da zadovolje zahtjeve reklamnih firmi za

potpisivanjem ugovora o prenosu sadržaja putem neke platforme koju je izabrao mali (ali ipak značajan) broj domaćinstava. U slučaju da se ne udovolji ovim zahtjevima automatski se može očekivati pad prihoda po osnovu reklama.

„Pay“ emiteri imaju direktan komercijalni odnos sa gledaocem (slušaocem) kao pretplatnikom. Slično kao „free-to-pay“ emiteri, „pay“ emiteri su takođe zainteresovani da imaju pristup što većem broju prenosnih platformi, jer time maksimalno povećavaju broj potencijalnih pretplatnika.

Djelatnost javnih radio difuznih servisa u Crnoj Gori obavljaju, u skladu sa zakonom i međunarodnim standardima, javni radio-difuzni servis RTCG kao i lokalni javni radio-difuzni servisi. Osnovni zadatak javnih servisa jeste da zadovolje potrebu građana za informacijama iz javnog života i od značaja za društvo. Uloga javnih servisa je, samim tim, usmjerena u pravcu zadovoljavanja potrebe za informisanjem.

## **2.3 Prenos radijskih programa**

### **2.3.1 Prenos radijskih programa putem analognih radio difuznih sistema**

RT CG emituje dva programa radija Crne Gore posredstvom zemaljske mreže radio difuznih FM i ST predajnika na nacionalnom nivou. Program RCG1 koji se pruža putem analognih radio difuznih sistema pokriva signalom 97%, a program RCG2 94% domaćinstava u Crnoj Gori.

Lokalni javni radio difuzni servisi se pružaju u Crnoj Gori na lokalnom nivou, putem 14 FM radio stanica u opštinama: Andrijevica, Bar, Berane, Bijelo Polje, Budva, Cetinje, Danilovgrad, Herceg Novi, Kotor, Nikšić, Pljevlja, Rožaje, Tivat i Ulcinj.

Nezavisno od javnih radio-difuznih servisa, u Crnoj Gori 34 komercijalna radio emitera emituju program na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou. U pitanju su sledeći emiteri: Radio 083, Radio Adriatic, Radio Antena M, Radio Atlas, Radio Boom, Radio Borkes, Radio City, Radio Cool, Radio Corona, Radio D, Radio D+, Radio Delfin, Radio DRS, Radio Elite, Radio Elmag, Radio F, Radio Fokus, Radio Gorica, Radio Gusinje, Radio IN, Radio Jupok, Radio Mir, Radio Mojkovac, Radio Montena, Radio More, Radio Ozon, Radio Panorama, Radio Plus, Radio Ponta, Radio Pro FM, Radio Skala, Radio Svetigora, Radio Z i Radio Zeta.

Svi pomenuti emiteri posjeduju sopstvenu infrastrukturu (predajnike, antene i antenske stubove) koja je dizajnirana da pokrije signalom odgovarajuće geografsko područje. Takođe, ovim emiterima kroz odobrenje za korištenje frekvencija dodijeljen je na raspolaganje određeni broj radio difuznih frekvencija kao i frekvencija neophodnih za prenos modulacionog signala do predajnika ukoliko za ove potrebe nijesu iznajmili infrastrukturu nekog od operatora

### **2.3.2 Prenos radijskih programa putem kablovskih sistema**

Radio programi se nude krajnjim korisnicima i putem kablovskih sistema prenosa. Većina kablovskih operatora u svojoj programskoj ponudi sadrži i radio programe. Sa aspekta tehnologija

koje se koriste prenos radijskih programa je manje zahtjevan što rezultira i mogućnošću za obogaćenom ponudom ove usluge.

Nadalje, programi radio stanica se nalaze u sklopu paketa koje nude kablovski operatori svojim korisnicima, te stoga ne predstavljaju usluge koje mogu biti dostupne svim korisnicima besplatno izuzev ukoliko se ovaj program emituje posredstvom radio-difuznih frekvencija.

## **2.4 Prenos televizijskih programa**

### **2.4.1 Prenos televizijskih programa putem analognih radio difuznih sistema**

RT CG emituje dva televizijska programa posredstvom zemaljske mreže radio difuznih predajnika na nacionalnom nivou. U pitanju su programi TVCG1 i TVCG2. Program TVCG1 koji se pruža putem analognih radio difuznih sistema pokriva signalom 99% domaćinstava u Crnoj Gori, a program TVCG2 97% domaćinstava.

Javni radio difuzni servisi za lokalne potrebe, na nivou opštine, se pružaju u Crnoj Gori putem 3 TV stanice u opštinama Budva, Nikšić i Pljevlja.

Osim toga, 15 komercijalnih TV emitera emituje svoj program na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou i to: NTV Montena, Pro TV, TV IN, TV APR, TV ATV, TV BOIN, TV Elmag, TV MBC, TV Panorama, TV Pink M, TV Sun, TV Teuta i TV Vijesti. Pomenute televizijske kuće uglavnom imaju sopstvene predajnike pri čemu u većini slučajeva svoju opremu smještaju na objektima Radio-difuznog centra. Ugovorom se reguliše zakup smještajnog prostora, kao i uslovi iznajmljivanja antenskih sistema, multipleksa itd. Obzirom da se za ove potrebe koriste radio-difuzne frekvencije prava televizijskih kuća u pogledu korišćenja istih regulisana su zakonom i izdatim odobrenjenjima za korišćenje radio-frekvencija.

U analognoj tehnici emitovanja televizijskih programa posredstvom radio-difuznih zemaljskih sistema jedna frekvencija odnosno jedan kanal potreban je za emitovanje jednog programa sa određene emisije lokacije. Uvođenjem digitalnih radio-difuznih zemaljskih sistema, jedna frekvencija, odnosno kanal se može koristiti za emitovanje većeg broja programa, zavisno od odabira konkretnih parametara sistema i primijenjenog standarda kodiranja (npr. jedan frekvencijski kanal u dijelu UHF opsega 470-862 MHz može biti korišćen za emitovanje do 7 televizijskih programa kodiranih prema standardu MPEG-4, u standardnoj rezoluciji posredstvom jednofrekvencijske mreže predajnika sa regionalnim i/ili nacionalnim pokrivanjem). Na taj način, uvođenjem digitalnih sistema znatno se povećava efikasnost korišćenja frekvencijskog spektra, a dodatno efikasnost se povećava mogućnošću implementacije jednofrekvencijskih mreža. Pri tome, u istom frekvencijskom kanalu, zajedno sa radijskim i/ili televizijskim programima, mogu se emitovati i drugi sadržaji, što nije bio slučaj u analognoj tehnici emitovanja signala.

Takođe, uvođenjem digitalnih zemaljskih radio-difuznih sistema, osim veće efikasnosti korišćenja frekvencijskog spektra, stvaraju se mogućnosti i za uvođenje televizije visoke definicije (**High definition Television – HDTV**) čime se postiže znatno poboljšanje kvaliteta slike, zatim uvođenje interaktivnih usluga, mogućnost mobilnog prijema signala posredstvom ručnog prijemnika, što se

postiže implementacijom DVB-H sistema, kao i brojne druge prednosti za sve učesnike u ovom procesu.

Trenutno stanje u Crnoj Gori je takvo da digitalni radio-difuzni sistemi još uvijek nijesu pušteni u rad i pored toga što postoje međunarodno iskoordinirani i verifikovani planovi koji Crnoj Gori garantuju pravo upotrebe jednog dijela spektra za ove sisteme. Nesporno je da će implementacija digitalnih radio-difuznih sistema stvoriti nove biznis modele a samim tim doprinjeti daljem razvoju tržišta elektronskih komunikacionih usluga.

#### **2.4.2 Prenos televizijskih programa putem kablovskih sistema**

Kablovske mreže omogućavaju prenos televizijskih programa (i radio programa kao i drugih usluga sa dodatom vrijednošću). Naprednije i ispravno izabrane topologije kablovskih mreža omogućavaju operatorima da obogate svoju ponudu što korisnicima daje mogućnost da izaberu neki od ponuđenih programskih paketa sa bogatijom ponudom.

Usluge prenosa televizijskih programa putem svojih kablovskih mreža nude: M kabl-Podgorica, Cabling-Budva i Eltamont-Nikšić. Kablovske mreže pomenutih operatora su inicijalno dizajnirane da omoguće distribuciju televizijskih programa, međutim, neki djelovi mreže su unaprijedni i za pružanje usluge širokopojasnog pristupa internetu tako da je:

- Cabling Budva operator javne elektronske komunikacione usluge distribucije RTV programa do krajnjih korisnika i operator javnih elektronskih komunikacionih usluga pristupa Internetu i iznajmljenih linija;
- Eltamont Nikšić operator javne kablovske elektronske komunikacione mreže i operator javne elektronske komunikacione usluge distribucije radio i televizijskih programa do krajnjih korisnika;
- M kabl operator javne kablovske elektronske komunikacione mreže i operator javne elektronske komunikacione usluge distribucije radio i televizijskih programa do krajnjih korisnika i operator javne elektronske komunikacione usluge pristupa Internetu

Generalno posmatrano, mreža jednog kablovskog operatora je izgrađena na određenom geografskom području i trenutno postoji vrlo malo preklapanja mreža različitih kablovskih operatora. U tom smislu, krajnji korisnik nije u mogućnosti da se opredjeljuje između različitih ponuda što je i preduslov za konkurentnost tržišta.

#### **2.4.3 Prenos televizijskih programa putem satelita**

U Crnoj Gori je registrovan jedan satelitski operator – Total TV kao operator javne elektronske komunikacione usluge satelitske distribucije radio i televizijskih programa. Za prijem Total TV programa potrebno je imati jedan ili više digitalnih prijemnika, satelitsku karticu za svaki od njih i

satelitsku antenu sa pretećom opremom usmjerenu na satelit Eutelsat W2. Korisnici zaključuju ugovor sa operatorom, kojem se plaća mjesečna pretplata, za koju je dužan da obezbijedi neophodnu opremu za dekodiranje i odgovaraći paket televizijskih programa.

Penetracija ove usluge je olakšana samim tim što nije neophodno postavljanje dodatne infrastrukture kako bi se obezbijedio prijem. Ukoliko se neki od korisnika opredijeli za ovakvu uslugu dovoljno je samo da zaključi korisnički ugovor sa operatorom. Ograničenja postoje sa aspekta kvaliteta usluge obzirom da je prenos signala sa satelita do krajnjeg korisnika podložan vremenskim uslovima, a sa druge strane postoje i ograničenja u smislu raspoloživosti frekvencijskih resursa te samim tim i izbora programa u okviru ponuđenih paketa.

#### **2.4.4 Prenos televizijskih programa putem širokopojsnih bežišnih sistema**

Kompanija BBM Montenegro koristi širokopojsni bežišni sistem digitalne distribucije TV signala (**MMDS - Multichannel Multipoint Distribution Service**) do krajnjeg korisnika. Frekvencijski opseg od 11,7-12,5 GHz pruža mogućnost prenosa stotinjak programa istovremeno. Prenos programa odvija se bežično što daje mogućnost brže penetracije ove usluge u zoni za koju je predajnik već postavljen. Kao i za satelitske sisteme važi isto kada je u pitanju kvalitet prijemnog signala obzirom da kvalitet zavisi od vremenskih prilika, kao i kada je u pitanju raspoloživost frekvencijskih resursa od čega zavisi i obim ponude odnosno izbor programa.

#### **2.4.5 Prenos televizijskih programa putem javne fiksne telekomunikacione mreže**

Crnogorski Telekom uslugu prenosa televizijskih programa putem Internet protokola pruža u javnoj fiksnoj telekomunikacionoj mreži.

Extra TV usluga podrazumijeva isporuku video, audio i mulimedijalnih sadržaja, organizovanih kao linearni kanal ili organizovanih u pakete, kao i isporuku Extra TV prijemnog uređaja, kućnog modema i daljinskog upravljača.

Veoma intenzivan rast broja Extra TV korisnika objašnjava se time da je mreža fiksne telefonije koja je i osnov za razvoj ove usluge bila razvijana odnosno stepen penetracije visok tako da iako je, korišćenje ove usluge u relevantnom periodu bilo uslovljeno posjedovanjem aktivnog telefonskog priključka, penetracija nove usluge bila na zavidnom nivou.

### **2.5 Relevantno tržište usluga - maloprodajni nivo**

Polazna tačka za određivanje granica tržišta podložnih ex ante regulaciji je analiza maloprodajnog nivoa, odnosno utvrđivanje stepena supstitutivnosti usluga na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizilazi tražnja za uslugama na veleprodajnom nivou.

Prilikom određivanja usluga koje se mogu smatrati supstitutivnim uslugama, a za koje se korisnik može opredijeliti, uzimaju se u obzir njegove navike i osjetljivost na promjene cijena usluga.

Osnovno je pitanje, može li korisnik u slučaju (hipotetičkog) povećanja cijene usluge jednog operatora, istu zamijeniti drugom uslugom istog ili nekog drugog operatora, kao odgovor na malo, ali značajno, trajno povećanje cijena (*eng. SSNIP test*).

U daljem postupku definisanja tržišta, Agencija razmatra slijedeća pitanja:

- Da li usluge prenosa televizijskih programa putem radio difuznih sistema i usluge prenos radijskih programa putem radio difuznih sistema pripadaju jedinstvenom maloprodajnom tržištu?
- Da li usluge prenosa signala sa AVM sadržajem putem kablovskih sistema, satelita, javne fiksne telefonske mreže (Pay TV) predstavljaju supstitutivne usluge usluzi prenosa radio difuznih signala putem javnih radio difuznih sistema prenosa („Free to Air“)?

### **2.5.1 Da li usluge prenosa televizijskih programa putem radio difuznih sistema i usluge prenosa radijskih programa putem radio difuznih sistema pripadaju jedinstvenom maloprodajnom tržištu?**

Agencija je razmatrala da li radio programi namijenjeni slušaocima i televizijski programi namijenjeni gledaocima pripadaju jedinstvenom maloprodajnom tržištu.

#### **2.5.1.1 Analiza stepena supstitutivnosti na strani tražnje**

Analizom stepena supstitucije na strani tražnje Agencija je zaključila da radio i televizijski programi zadovoljavaju različite zahtjeve korisnika, odnosno ne predstavljaju međusobno supstitutivne usluge, te samim tim ne pripadaju jedinstvenom relevantnom tržištu. Naime, dok relevantna usluga prenosa televizijskih programa nudi audio-vizuelni doživljaj gledaocima, usluga prenosa radio programa nudi samo audio sadržaj.

Takođe, mreža za prenos radijskih programa nema tehničkih mogućnosti za prenos televizijskih programa, niti se može jednostavno redizajnirati mreža da odgovori tim zahtjevima. Na drugoj strani, visoki tornjevi, prenosna mreža velikog kapaciteta i druga infrastruktura imaju tehničkih mogućnosti i za prenos radijskih programa, ali to ne bi predstavljalo ekonomski racionalno rješenje.

#### **2.5.1.2 Analiza stepena supstitutivnosti na strani ponude**

Agencija je razmatrala mogućnost prelaska sa infrastrukture koja je namijenjena prenosu televizijskih programa na infrastrukturu za potrebe prenosa radijskih programa i zaključila da je neizvodljiva iz tehničkih razloga. Radio difuzni frekventni opseg se dodjeljuje ili za potrebe prenosa televizijskih ili radio programa. Pozicioniranje tehničke infrastrukture predajnika, antena itd se bazira na dodijeljenim frekvencijama, koje se moraju biti iskordinirane na međunarodnom nivou, te, stoga, nijesu podložne izmjenama na nacionalnom nivou.

Na osnovu navedenog, Agencija je zaključila da ne postoji supstitutivnost na strani ponude između usluga prenosa televizijskih i radijskih programa, odnosno da one ne pripadaju jedinstvenom relevantnom tržištu.

## **2.5.2 Da li usluge prenosa signala sa AVM sadržajem putem kablovskih sistema, satelita, javne fiksne telefonske mreže („Pay TV“) predstavljaju supstitutivne usluge usluzi prenosa radio difuznih signala putem radio difuznih sistema prenosa („Free to Air“)?**

Polazeći od konstatovane distinkcije između usluga prenosa televizijskih i radijskih programa, Agencija je razmatrala da li različite trenutno dostupne platforme za prenos signala sa AVM sadržajem predstavljaju međusobno supstitutivne usluge.

### **2.5.2.1 Maloprodajno tržište prenosa televizijskih programa**

Agencija je analizirala mogućnosti izbora različitih televizijskih programa od strane korisnika, da li korisnici plaćaju ili ne za uslugu prenosa sadržaja, kao i razlike u načinu obračuna mjesečne pretplate i drugih naknada kod operatora.

### **Televizijski programi dostupni posredstvom različitih platformi**

Broj televizijskih kanala koji se nude putem radio-difuznih sistema je veoma ograničen. Riječ je o dva televizijska programa Javnog servisa RTV Crne Gore koji se nude na nacionalnom nivou. Javni radio difuzni servisi se pružaju i na lokalnom nivou, 3 TV stanice u pojedinim opštinama. Posredstvom radio-difuznih sistema nude se i programi komercijalnih radio i televizijskih kuća registrovanih u Crnoj Gori. Pristup krajnjeg korisnika ovim programima posredstvom radio-difuznih sistema je na principu slobodnog pristupa („Free-to-air“) tako da je korisnicima obezbijeđen prijem programa besplatno. Ovi programi su dostupni i u okviru ponude operatora koji vrše prenos posredstvom drugih platformi. Važno je napomenuti da je ponuda operatora mnogo bogatija obzirom da se posredstvom elektronskih mreža nude i oni programi čija se uređivačka kontrola i proizvodnja sprovodi van Crne Gore.

Broj programa koji može biti dostupan posredstvom drugih platformi prenosa je determinisan primijenjenom tehnologijom, preciznije:

- Cabling Budva nudi 113 TV + 3 radio programa, 6 paketa TV programa;
- Eltamont Nikšić nudi 51 TV programa, 1 paket TV programa;
- M kabl nudi 60 TV programa, 1 paket TV programa.
- Total TV nudi 79 TV programa, 9 paketa TV programa.
- BBM Montenegro koji koristi MMDS platformu za distribuciju televizijskih kanala nudi 86 TV programa, 8 paketa TV programa.
- Crnogorski Telekom koji nudi usluge pod nazivom Extra TV omogućava prijem 60 televizijskih programa kao i 5 dodatnih paketa, Extra videoteku sa najnovijim filmskim



hitovima, i besplatne opcije snimanja, pauziranja i premotavanja programa, TV vodič i brojne interaktivne usluge.

### Naknade za usluge distribucije programa posredstvom različitih platformi

Javni i komercijalni radio difuzni servisi koji se pružaju putem analognih radio difuznih sistema su besplatni („Free-to-air“).

Za mogućnost prijema televizijskih programa putem satelita, pretplatnici plaćaju priključnu taksu ili za korišćenje opreme ili za kupovinu i montažu opreme. Npr. za nabavku osnovnog satelitskog SD prijemnika i njegovu montažu korisnik treba da izdvoji 110,00 eura. U slučaju instalacije osnovnog satelitskog HD DVB-T prijemnika korisnik plaća 30,00 eura, uz priključnu taksu u iznosu od 20,00 eura i iznos rente od 3,3 eura mjesečno. Nadalje, u slučaju instalacije osnovnog satelitskog HD DVR prijemnika korisnik izdvaja 40,00 eura, uz priključnu taksu u iznosu od 40,00 eura i iznos rente od 6,5 eura mjesečno. „Total TV“ omogućava praćenje različitih kanala istovremeno na više televizijskih prijemnika, što podrazumijeva instalaciju digitalnih prijemnika, osnovnog i dodatnih, uz obavezu plaćanja rente u iznosu 3,5 eura mjesečno po svakom dodatnom prijemniku.<sup>13</sup>

Korisnici usluga kablovskih operatora su u obavezi da plaćaju određeni iznos mjesečne pretplate, uz mogućnost da operator naplaćuje i jednokratnu instalacionu ili priključnu taksu. Iznos jednokratne naknade zavisi od broja pristupnih tačaka u domaćinstvu. Korisnik može da se odluči za varijantu većeg broja priključnih tačaka, pri čemu iznos mjesečne pretplate ostaje nepromijenjen.

Kablovski operatori sa mrežom zvjezdaste topologije koriste uslovni pristupni sistem za distribuciju velikog broja različitih programskih paketa, sa ciljem pružanja usluge pristupa određenim dodatnim kanalima (*eng. Premium channels*), pri čemu zaključuju posebne ugovore sa korisnicima koji podrazumijeva i poseban iznos mjesečne pretplate. Operator obezbjeđuje pristup dodatnim kanalima pomoću filtera zvjezdaste topologije ili sa dekoderom.

Broj ponuđenih kanala i iznosi odgovarajućih mjesečnih pretplata variraju u zavisnosti od operatora:

Operator	BBM	Cabling	Crnogorski Telekom	Eltamont	M-KABL	Total TV
Broj kanala u Osnovnom paketu	57 kanala	100 kanala	57 kanala	53 kanala	60 kanala	62 kanala
Cijena mjesečne pretplate u Osnovnom paketu	9,85€	10,00€	9,95€	8,45€	9,25€	10,00€

<sup>13</sup> Podaci su preuzeti sa sajtova operatora u okviru ponude krajnjim korisnicima

Kablovski operatori tipično nude osnovne pakete u kojima su sadržani ekskluzivni programi, dok dodatni paketi sadrže komercijalne kanale i inostrane programe javnog servisa, kao i manje atraktivne "tematske" kanale. Korisnici se mogu opredijeliti i za dodatne pakete koji sadrže isključivo filmske programe ili sportske sadržaje.

Korisnici usluga kompanije BBM Podgorica, koja distribuciju TV signala bazira na širokopoljnom bežičnom sistemu, plaćaju inicijalne troškove koji se odnose na kompletnu instalaciju receivera. Operator nudi SD receiver po cijeni od 45,00 eura, HD receiver po cijeni od 65,00 eura i HDD receiver po cijeni od 95,00 eura.

Uslugu Extra TV-a koju pruža Crnogorski Telekom a.d. čine: programi, videoteka (*eng. Video on demand-VOD*) i interaktivni sadržaji. Priključak za drugi Extra TV iznosi 100,00 eura, a mjesečna pretplata 3,00 eura.

### **Razlike u arhitekturi mreža operatora**

Distribucija AVM usluga u Crnoj Gori vrši posredstvom različitih platformi koje su konceptijski i tehnološki različite, pa samim tim i ograničenja koja postoje u cilju formiranja ponude krajnjem korisniku nijesu ista.

Mreža operatora Total TV bazirana je na DTH platformi, satelitski prijem signala Na uplink stanici vrši se sabiranje svih programa koji ulaze u pakete ponude ovog operatora kako bi se sa satelita omogućio prijem od strane korisnika. Prijem se ostvaruje putem radio-frekvencija koje su namjenjene satelitskoj radio-difuznoj službi u opsegu 11,7-12,5 GHz. Ograničenja u ponudi uslovljena su ograničenjima u raspoloživosti frekvencijskih resursa kao i prirodi signala, odnosno njegovoj otpornosti na smetnje.

Mreža operatora BBM Montenegro bazirana je na MMDS sistemu, glavna stanica u se nalazi u Podgorici, tip modulacije je QPSK, a frekvencijski opseg koji se koristi je 11,7-12,5 GHz. U ovom slučaju ograničenja u ponudi uslovljena su ograničenjima u raspoloživosti frekvencijskih resursa, kao i prirodi signala odnosno njegovoj otpornosti na smetnje.

Mreža operatora Cabling Budva je HFC, optika do ulaza u zgradu. Propusna moć mreže je uslovljava kvalitet i obim ponude programskih paketa. Signal koji se prenosi ovim sistemom je otporniji na smetnje, a samim tim pouzdanost i kvalitet prijema veći. Ne postoje ograničenja u smislu propusnosti mreže i daljeg obogaćivanja ponude obzirom da se dodatnim investicijama i gradnjom mreže omogućava još veći kapacitet.

Mreža operatora Eltamont Nikšić je u potpunosti koaksijalna mreža, pri čemu je bazna stanica analogna. Ograničenja su prisutna obzirom na propusnu moć koaksijalnog kabla kada je u pitanju prenos analognih signala. Međutim, ne postoje ograničenja kada su u pitanju dalje investicije u mrežu vezano za digitalizaciju i uvođenje optike u potpunosti ili pojedinim segmentima mreže.

Mreža operatora M kabla je HFC (fiber-5km; coax-). Glavna stanica povezuje sa optičkim čvorovima, gde se vrši konverzija optičkog u električni signal. Iz čvorova se dalje grana distribuciona koaksijalna mreža sve do krajnjeg korisnika. Tendencija je da se optičko vlakno što

više približi krajnjem korisniku pri čemu se Novi servisi u KDS-u uvode preko TCP/IP protokola (Transmission Control Protocol / Internet Protocol).

### **Analiza stepena supstitutivnosti na strani tražnje**

Agencija je u postupku analize stepena zamjenjivosti na strani tražnje razmatrala specifičnosti kod operatora koji vrše distribuciju TV signala posredstvom različitih platformi u smislu kapaciteta, broja programa koje nude, iznosa mjesečne pretplate i priključnih taksi koje naplaćuju svojim korisnicima. Postoje brojne razlike u karakteristikama ovih servisa, koje determinišu izbor operatora od strane korisnika kao što su: dužina trajanja korisničkog ugovora, dostupnost određenih sadržaja i sl. Agencija je dala komparativni pregled ne samo iznosa mjesečne pretplate već i tipa opreme koja je neophodna za prijem TV signala putem različitih tehnologija.

Takođe, prilikom analize stepena supstitutivnosti između različitih platformi Agencija je razmatrala da li je moguć istovremeni prijem različitih televizijskih programa na različitim TV prijemnicima. Za prijem programa putem analognih radio difuznih sistema neophodno je posjedovati jednostavnu antenu, u većini slučajeva kućnu antenu sa pojačivačem signala, dok je za potrebe prijema programa putem neke od mreža operatora osim zaključivanja korisničkog ugovora neophodno investirati u prijemnu opremu u dijelu koji se odnosi na prijemni set-top-box, kabliranje unutar prostorija ili čak postavljanje neke od prijemnih antena.

Na osnovu navedenog, Agencija zaključuje da u relevantnom periodu usluge prenosa televizijskih signala putem kablovskih sistema, satelita, javne fiksne telefonske mreže ili MMDS sistema ne predstavljaju supstitutivne usluge s aspekta tražnje usluzi prenosa televizijskih signala putem radio difuznih sistema prenosa („Free-to-Air“), jer je riječ o uslugama koje nijesu uporedive imajući u vidu razlike u ponudi programa, iznosima mjesečnih pretplata odnosno razlike u konceptu „Pay TV“ u odnosi na „Free-to-Air“ prijem, priključnih taksi i karakteristike neophodne opreme za prijem signala.

### **Analiza stepena supstitutivnosti na strani ponude**

Uprkos trendovima konstatovanim u relevantnom periodu u smislu značajnog povećanja broja pretplatnika koji koriste usluge kablovskih operatora, Extra TV uslugu i uslugu operatora satelitske distribucije radio i televizijskih programa, ipak se ne može očekivati da će maloprodajni segment ići u pravcu supstitucije između različitih platformi i njihovo razmatranje u okviru jedinstvenog maloprodajnog relevantnog tržišta. Ovo je pogotovo jasno ukoliko se uzme u obzir broj priključaka, odnosno stepen penetracije ovih usluga po ovim platformama krajem 2010. godine.<sup>14</sup>

KDS	MMDS	IPTV	DTH	Ukupno
16.566	19.661	42.126	33.367	111.720

<sup>14</sup> Prema podaci sa sajta Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost koji se odnose na decembar 2010. godine.

U prilog ovome ide i činjenica da postoji neujednačen razvoj pojedinih platformi na nivou opštine, regionalnom i nacionalnom nivou.

### **2.5.2.2 Maloprodajno tržište prenosa radijskih programa**

Broj radijskih programa koji se nude putem radio difuznih sistema je veoma ograničen i tiče se samo onih subsektora koji radijski program proizvode na teritoriji Crne Gore. Riječ je o dva radijska programa Javnog servisa Crne Gore koji se nude na nacionalnom nivou, Lokalnim javni radio difuznim servisima koji se pružaju na lokalnom nivou u pojedinim opštinama, putem 14 FM radio stanica kao i komercijalnim radijskim stanicama koje emituju na lokalnom, regionalnom ili nacionalnom nivou. Slušaocima je, posredstvom radio-difuznih sistema, obezbijeđen slobodan prijem programa . Ovi programi su dostupni i u okviru ponude operatora koji vrše prenos signala sa audio-vizuelnim medijskim sadržajem posredstvom drugih platformi.

#### **Analiza stepena supstitutivnosti na strani tražnje**

Jedna od glavnih razlika između prenosa radijskih programa putem analognih radio difuznih sistema i prenosa radijskih programa preko kablovskih mreža je u elementu mobilnosti. Naime, krajnji korisnici mogu da prime signale radijskih programa putem analognih radio difuznih sistema na čitavoj teritoriji države. Na drugoj strani, prijem radijskih programa putem kablovskih mreža i satelita je moguć samo na lokaciji na kojoj je dekodirer (set-top-box) ili satelitski prijemnik instaliran. Iz pomenutog razloga korisnici ne smatraju pomenute usluge međusobno supstitutivnim uslugama.

Na osnovu navedenog, Agencija zaključuje da u relevantnom periodu usluge prenosa radijskih signala putem kablovskih sistema i satelita ne predstavljaju supstitutivne usluge s aspekta tražnje usluzi prenosa radijskih signala putem javnih radio difuznih sistema prenosa.

#### **Analiza stepena supstitutivnosti na strani ponude**

Agencija je razmatrala da li bi hipotetičko malo ali značajno i trajno povećanje cijene prenosa radijskih programa putem radio difuznih sistema podstaklo nove operatore ili postojeće operatore koji imaju svoje distributivne mreže da ponude prenos funkcionalno i cjenovno ekvivalentnih usluga. Takav razvoj događaja, izazvan povećanjem cijena hipotetičkog monopoliste, mogao bi se očekivati u slučaju operatora kablovskih mreža i operatora koji koriste satelitsku platformu. Međutim, emiteri radijskog programa nemaju interesa da se u potpunosti preorijentišu na distribuciju programa putem kablovskih mreža ili satelita, s obzirom da ove platforme ne nude mobilnost. Čak šta više, programi radio stanica se nalaze u sklopu paketa koje nude kablovski operatori svojim korisnicima, te stoga ne predstavljaju usluge koje mogu biti dostupne svim korisnicima besplatno.

Prilikom razmatranja stepena supstitutivnosti na strani ponude Agencija je zaključila da u relevantnom periodu usluge prenosa AVM usluge putem kablovskih, satelitskih, IPTV, MMDS sistema ne predstavljaju supstitutivne usluge s aspekta ponude usluzi prenosa radio difuznih signala putem radio difuznih sistema prenosa.

## **2.6 Relevantno tržište usluga- veleprodajni nivo**

Nasuprot maloprodajnom tržištu, gdje se usluge direktno pružaju krajnjim korisnicima, u veleprodajnom segmentu kapacitete elektronskih komunikacionih mreža zakupljuju drugi operatori i/ili emiteri koji ih koriste za direktno ili indirektno pružanje svojih proizvoda i usluga krajnjim korisnicima.

Analizom relevantnog maloprodajnog tržišta konstatovano je da usluga emitovanja televizijskih i radijskih programa putem analognih radio difuznih sistema ne pripada jedinstvenom relevantnom tržištu. S tim u vezi, i na veleprodajnom nivou se pravi distinkcija između usluge prenosa televizijskih i radijskih programa putem analognih radio difuznih sistema.

Veleprodajnu uslugu prenosa radio i televizijskih programa putem svoje elektronske komunikacione mreže u Crnoj Gori nudi Radio-difuzni centar.

Radio-difuzni centar je preduzeće čija je djelatnost pružanje pristupa elektronskim komunikacionim mrežama i pružanje elektronskih komunikacionih servisa, a naročito:

- iznajmljivanje kapaciteta infrastrukture za potrebe operatora elektronskih komunikacionih mreža, emitera i drugih korisnika u Crnoj Gori;
- prenos i emitovanje radio i televizijskih programa kao i usluge interkonekcije svim kategorijama korisnika putem radio-relejnih distribucionih sistema;
- prenos i emitovanje programa nacionalnog javnog servisa RTV Crne Gore.

U sastavu RDC-a su dva glavna emisiona centra- Lovćen i Bjelasica.

Radio-difuzni centar ima u svom vlasništvu sistem koji obuhvata 135 objekata među kojima:

- Matični objekti Lovćen i Bjelasica (stalna posada)
- ST Plavnica (stalna posada), ST Pljevlja, ST Golubovci, ST Ulcinj
- 42 lokacije na kojima uređaji rade kao predajnici (VHF i UHF)
- 87 lokacija na kojima uređaji rade kao repetitori.

Radio-difuzni centar posredstvom svoje mreže predajnika obezbeđuje pokrivenost od 98% stanovništva signalima Javnog servisa (RTCG1 i RTCG2).

Na osnovu podataka po Upitniku Radio difuzni centar je imao do sredine 2008.godine dva analogna radio-relejna linka, koji su od tada van funkcije, obzirom da je RDC modernizovao svoj sistem i prilagodio svoj rad novom regulatornom okviru u Crnoj Gori. U pogledu digitalnih radio-relejnih linkova obratna je situacija. Naime, Radio difuzni centar sredinom 2008 .godine nije imao nijedan digitalni RR link u funkciji , da bi njihov broj krajem 2010.godine iznosio 48, što daje mnogo veće mogućnosti za kreiranje biznis modela i ponuda ovog preduzeća.

### **2.6.1 Analiza stepena supstitutivnosti na strani tražnje**

Uzimajući u obzir zamjenjivost tražnje na maloprodajnom nivou, odnosno činjenicu da ne postoji održiva supstitutivna usluga usluzi prenosa signala sa audiovizuelnim medijskim sadržajem putem javnih elektronskih komunikacionih mreža, Agencija je mišljenja da, takode, ne postoji održiva supstitutivna usluga veleprodajnoj usluzi prenosa signala sa audiovizuelnim medijskim sadržajem putem elektronskih komunikacionih mreža ostalih operatora. Dakle, ne postoji nikakva prepreka koja će spriječiti moguće povećanje veleprodajnih cijena operatora u svrhu povećanja sopstvenih prihoda i troškova konkurencije.

Shodno tome, Agencija procenjuje da do kraja relevantnog perioda tražnja za prenosom signala sa audiovizuelnim medijskim sadržajem neće biti značajno promijenjena.

### **2.6.2 Analiza stepena supstitutivnosti na strani ponude**

Kod analiziranja stepena supstitucije na strani ponude osnovno je utvrditi može li potencijalni pružalac usluge brzo i uz relativno male troškove započeti pružanje veleprodajne usluge prenosa signala sa audiovizuelnim medijskim sadržajem putem elektronskih komunikacionih mreža kao odgovor na povećanje cijene veleprodajne usluge hipotetičkog monopoliste.

U procjeni stepena supstitucije na strani ponude, Agencija može uzeti u obzir i vjerovatnost da operator, koji trenutno nije aktivan na relevantnom tržištu usluge prenosa signala sa audiovizuelnim medijskim sadržajem putem elektronskih komunikacionih mreža, može odlučiti da uđe na tržište u razumnom roku, kao rezultat malog, ali značajnog i trajnog povećanja cijena, čime bi mogao vršiti konkurentski pritisak na veleprodajnu uslugu monopoliste. Agencija će pratiti razvoj takve mreže, kao i njen uticaj na relevantno tržište.

## **2.7 Relevantno tržište u geografskoj dimenziji**

Relevantno tržište u geografskoj dimenziji obuhvata sva područja u kojima određeni operatori pružaju usluge pod istim uslovima, odnosno, sva područja u kojima postoji konkurencija.

U skladu sa Smjernicama i preporukama Evropske komisije geografska dimenzija relevantnog tržišta je uglavnom određena na osnovu pokrivenosti mrežom i postojanjem jednakog pravnog i regulatornog okvira na određenom području.

Na osnovu gore navedenog, a uzimajući u obzir analizu stepena zamjenjivosti usluge prenosa audiovizuelnih sadržaja putem elektronskih komunikacionih mreža na maloprodajnom i veleprodajnom nivou, Agencija zaključuje da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji za pružanje navedene usluge u opsegu nacionalno, odnosno relevantno tržište u geografskoj dimenziji čini cijela teritorija Crne Gore. Isto tako, pravni i regulatorni okvir relevantan za predmetne usluge, odnosno pravni i regulatorni okvir vezan za područje elektronskih komunikacija, je isti na cijeloj teritoriji Crne Gore..

## **2.8 Zaključak Agencije o definisanju relevantnog tržišta**

Agencija je identifikovala dva veleprodajna tržišta prenosa audiovizuelnih sadržaja putem elektronskih komunikacionih mreža, koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma u cilju ocjene opravdanosti uvođenja “ ex ante” regulacije. Relevantna tržišta su sledeća:

- Veleprodajno tržište usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i
- Veleprodajno tržište usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža .

Agencija određuje da je navedeno relevantno tržište, u geografskoj dimenziji, nacionalna teritorija Crne Gore.

### 3 TEST TRI KRITERIJUMA

Tri kriterijuma su kumulativni kriterijumi i zato ih treba primjenjivati kao cjelinu. Nemogućnost ispunjenja i jednog kriterijuma će u svakom slučaju obavezno voditi ka zaključku da to tržište nije kandidat za *ex ante* regulaciju.

#### **3.1 Prvi kriterijum: Prisustvo visokih i trajnih prepreka ulasku na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne ili regulatorne prirode**

Prvi kriterijum je, shodno dokumentu Evropske asocijacije regulatora o testu tri kriterijuma<sup>15</sup>, statičkog karaktera na osnovu kojeg se procjenjuje da li su u relevantnom periodu prisutne visoke i trajne strukturne, pravne ili regulatorne prepreke ulasku na tržište.

##### **3.1.1 Strukturne prepreke ulasku na tržište**

Strukturne barijere predstavljaju barijere koje mogu "stvoriti asimetrične uslove u poslovanju operatora i potencijalnih konkurenata kojima se onemogućava ili ograničava ulazak na tržište".

Na osnovu Preporuke Evropske komisije iz 2003. godine, prilikom utvrđivanja postoje li na tržištu visoke i trajne prepreke ulasku na tržište, regulatornim tijelima mogu pomoći sljedeći podkriterijumi koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- (1) nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije;
- (2) stepen vertikalne integracije;
- (3) postojanje nenadoknadivih troškova;
- (4) jednostavan ili povlašćen pristup tržištima kapitala ili novčanim izvorima;
- (5) ekonomija obima;
- (6) ekonomija širine;
- (7) prepreke prelaska za krajnje korisnike;
- (8) stepen diverzifikacije usluga;
- (9) tehnološka prednost ili superiornost.

Agencija je, u cilju utvrđivanja prisustva strukturnih prepreka ulasku konkurencije na predmetno tržište, koristila neke od gore pomenutih kriterijuma.

##### **3.1.1.1 Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije**

Radio difuzni centar Crne Gore je jedini učesnik na ovom veleprodajnom tržištu i Agencija ocjenjuje da nije realno očekivati u periodu do naredne analize tržišta neke bitnije promjene u tom smislu.

---

<sup>15</sup> 15 ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604



Radio-difuzni sistem posjeduje 132 emisione lokacije. Obezbeđuje pokrivenost 98% stanovništva signalima Javnog servisa (RTCG1 i RTCG2). Radio-difuzni centar posjeduje savremeni digitalni sistem prenosa zasnovan na SDH i PDH mikrotalasnim radio- relejnim vezama, koji je u funkciji od sredine 2008.godine. Kapacitet SDH linkova je minimum 1x STM-1, dok je pristupni interface Gigabit ethernet, tako da pomenuti sistem prenosa u suštini predstavlja jednu IP mrežu, dok su routing i switching realizovani pomoću CISCO 3560 Layer 3 Switch-eva.

Ponovna izgradnja i stavljanje u upotrebu nacionalne zemaljske prenosne mreže iziskuje visoka kapitalna ulaganja, detaljno razrađene biznis planove i prihvatljivo vrijeme povrata uložениh sredstava. U skladu s navedenim, može se zaključiti da ulazak na tržište zahtijeva od potencijalnih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova, koje operatori neće moći nadoknaditi u slučaju tržišnog neuspjeha ili izlaska s tržišta. Stoga, imajući u vidu geografsku pokrivenost infrastrukturom Radio difuznog centra Crne Gore i činjenicu da je ista građena tokom dugog vremenskog razdoblja, Agencija smatra nerealnom mogućnost njenog repliciranja od strane drugog operatora u periodu do naredne analize tržišta.

Lokacija objekata je takođe važan uslov u smislu zahtijevane nadmorske visine koja podrazumijeva veću pokrivenost signalom. Radio difuzni centar ima glavne predajnike na Lovćenu i Bjelasici. Da bi potencijalni konkurent mogao očekivati isti stepen pokrivenosti teritorije signalom, dodatna ulaganja bi išla u pravcu izradnje neophodne infrastrukture na lokacijama na približnoj nadmorskoj visini.

Nadalje, izgradnja prenosne infrastrukture iziskuje ustanovljavanje prava na korišćenje, kao i obezbjeđenje „prava puta“ kod pristupa, što povlači dodatne troškove potencijalnom operatoru. Takođe, pribavljanje administrativnih dozvola za izgradnju i saglasnosti podrazumijevali bi dodatne troškove potencijalnom operatoru. Osim toga, dugim procedurama dobijanja dozvola za izgradnju i dogovora o zajedničkom korišćenju infrastrukture mogu posebno da produže vrijeme i povećaju resurse koji su potrebni za ulazak na neko relevantno tržište.

Stoga, uzimajući u obzir geografsku rasprostranjenost i pokrivenost signalom prenosne mreže Radio difuznog centra, kao i činjenicu da je ista građena tokom dugog vremenskog perioda, Agencija smatra da repliciranje mreže ne bi bilo ekonomski opravdano i zaključuje da postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije u smislu ovog kriterijuma.

### **3.1.1.2 Postojanje nenadoknadivih troškova**

Nenadoknadivi troškovi (**eng. *sunk cost***) su troškovi koje operator, nužno snosi kad želi pristupiti nekom tržištu, ali koji će biti nepovratno izgubljeni ako tržište napusti ili bude prisiljen napustiti. Što je značajnije učešće nenadoknadivih troškova potencijalni operatori, koji žele pristupiti tržištu, moraju uzeti u obzir veći rizik ulaska na tržište. Takođe, što je značajnije učešće nenadoknadivih troškova jača je pozicija postojećeg operatora u odnosu na nove potencijalne operatore.

Mogućnost pružanja usluge prenosa AVM sadržaja podrazumijeva izgradnju sopstvene infrastrukture, koja povlače za sobom veća ulaganja, a samim tim i veće učešće nenadoknadivih troškova. Što je veće učešće nenadoknadivih troškova jače je izraženo i postojanje visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije.

Operator koji ulazi na tržište mora voditi računa o tome da njegove cijene nakon ulaska na tržište budu na nivou koji će pokriti nenadoknadive troškove. Činjenica da je Radio difuzni centar jedini operator koji u strukturi troškova ima i značajno učešće nenadoknativih troškova, daje prostora za strateško odlučivanje i fleksibilnu politiku cijena kao refleks u slučaju najave ulaska na tržište novog operatora.

Uzevši u obzir visoko tržišno učešće Radio difuznog centra na relevantnom tržištu, postoji realna mogućnost da bi u odsustvu regulacije mogao politikom cijena stvoriti trajne prepreke ulasku na tržište novih operatora i time odbranio svoje snažno tržišno učešće.

### **3.1.1.3 Ekonomija obima**

Ekonomija obima (*eng. economy of scale*) nastaje smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova kao rezultat povećanja obima pruženih usluga.

Radio difuzni centar je jedini operator koji pruža usluge prenosa i emisije radio difuznih signala na području Crne Gore, obezbeđuje pokrivenost 98% stanovništva signalima javnog servisa i kao takav uživa prednosti ekonomije obima. Iz navedenog proizilazi da je jedinični trošak Radio difuznog centra za pružanje predmetne usluge puno niži od troška koji bi za istu uslugu mogao imati operator koji tek ulazi na tržište. Navedeno je logično i zbog nižih nenadoknativih troškova.

S obzirom da Radio difuzni centar ostvaruje prednosti ekonomije obima prilikom pružanja predmetne usluge, kreira prepreku za ulazak potencijalnih operatora i indirektno zadržava visoko tržišno učešće na relevantnom tržištu.

### **3.1.1.4 Ekonomija širine**

Ekonomija širine (*eng. economy of scope*) se odnosi na potencijalne prednosti operatora bazirane na zajedничkoj ponudi različitih proizvoda i usluga. Radio difuzni centar je horizontalno integrisani operator koji na veleprodajnom nivou nudi čitavu lepezu usluga.

Radio-difuzni centar posjeduje savremeni digitalni sistem prenosa zasnovan na SDH i PDH mikrotalasnim radio- relejnim vezama. Ovaj sistem je realizovan tako da omogućava: povezivanje velikog broja emisionih lokacija po čitavoj Crnoj Gori; prenos digitalizovanog signala radio i TV programa, budućih digitalnih servisa (DVB-T i DAB), internet servisa kao i prenosa drugih tipova podataka. Upravo pomenuta horizontalna integrisanost omogućava Radiodifuznom centru korišćenje prednosti ekonomije širine.

## **3.1.2 Pravne ili regulatorne prepreke ulasku na tržište**

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

Shodno Okvirnoj direktivi, zemlje članice ne smiju garantovati ili dati ekskluzivna prava za izgradnju i/ili korišćenje elektronskih komunikacionih mreža, ili za pružanje javnih elektronskih komunikacionih usluga.

Na osnovu dokumenta Evropske grupe regulatora (ERG), glavne pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište odnose se na sledeće:

- (1) potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom da bi se moglo započeti s komercijalnim radom;
- (2) ograničenja i uslovi u vezi sa korišćenjem radiofrekvencijskog spektra;
- (3) uticaj načina regulacije na nove operatore koji planiraju ući na tržište.

### **3.1.2.1 Potreba za administrativnom odlukom, odnosno dozvolom da bi se moglo započeti s komercijalnim radom**

Vlada Crne Gore je na sjednici od 19.februara 2009. godine donijela Odluku o osnivanju društva sa ograničenom odgovornošću "Radio - difuzni centar" – Podgorica. Radio difuzni centar se finansira prihodima od prenosa i emitovanja signala javnih servisa i pružanja usluga komercijalnim emiterima i drugim subjektima izdavanjem infrastrukture i prenosnih kapaciteta.

Shodno članu 19. Zakona o javnim radio-difuznim sistemima Crne Gore („Službeni list CG“, br. 79/08) sredstva za plaćanje troškova prenosa i emitovanja programa RTCG putem zemaljskih sistema, koje vrši Radio difuzni centar kao pravno lice za prenos i emitovanje radio-difuznih signala se obezbeđuju iz Budžeta Crne Gore. Ministarstvo i Radio-difuzni centar ugovorom uređuju međusobna prava i obaveze u vezi sa načinom i uslovima plaćanja troškova prenosa i emitovanja programa RTCG putem zemaljskih sistema, u roku od 30 dana od dana stupanja na snagu Zakona o Budžetu Crne Gore za određenu godinu. U slučaju da se ne zaključi ugovor u propisanom roku, prava i obaveze u vezi sa načinom i uslovima plaćanja troškova prenosa i emitovanja programa privremeno uređuje nezavisno regulatorno tijelo za programske sadržaje.

### **3.1.2.2 Ograničenja i uslovi vezani za korišćenje radiofrekventnog spektra**

Agencija upravlja, vrši nadzor i kontrolu korišćenja radio-frekvencijskog spektra, u skladu sa Planom namjene i Planom raspodjele.

U pogledu korišćenja radiofrekvencijskog spektra u slučaju Veleprodajnog tržišta prenosa i emisije radio difuznih signala, Agencija konstatuje da ne postoje ograničenja ili prepreke ulasku na tržište.

### **3.1.2.3 Uticaji načina regulacije na nove operatore koji planiraju ući na tržište**

U pogledu uticaja regulacije na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište ne postoje odredbe, u zakonskim ili podzakonskim aktima, koje bi onemogućile ulazak na tržište.. Nadalje, operator

koji ulazi na tržište može izgraditi sopstvenu infrastrukturu baziranu na drugoj tehnologiji da bi pružao usluge prenosa i emitovanja programa.

Kao rezultat novog regulatornog okvira, novim učesnicima na tržištu je potrebno opšte odobrenje da bi ušli na tržište, umjesto licence predviđene prethodnom okvirom, što operatorima smanjuje administrativne troškove.

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

Na osnovu svih činjenica kontaktovanih u prvom kriterijumu, Agencija zaključuje da na Veleprodajnom tržištu prenosa i emisije radio difuznih signala postoje značajne strukturne prepreke za ulazak na tržište. Sa druge strane, na istom tržištu ne postoje pravne ili regulatorne prepreke ulasku na tržište.

S obzirom da se generalno smatra da pravne ili regulatorne prepreke predstavljaju relativno manja ograničenja u odnosu na strukturne barijere, *Agencija zaključuje da je prvi kriterijum zadovoljen.*

### **3.2 Drugi kriterijum: Procjena povećanja konkurentnosti relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera**

Drugi kriterijum je dinamičkog karaktera, na osnovu koga je Agencija u mogućnosti odrediti teži li tržište u određenom vremenskom razdoblju efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Da bi Agencija imala mogućnost sprovesti *ex ante* regulaciju predmetnog relevantnog tržišta, mora dokazati ispunjenost i statičkog i dinamičkog kriterijuma, odnosno mora dokazati da tržište u tačno određenom trenutku i u određenom budućem razdoblju ne teži efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

Na osnovu dokumenta Evropske asocijacije regulatora o testu tri kriterijuma vrlo je teško kod drugog kriterijuma odrediti razdoblje u kom bi trebalo analizirati teži li tržište efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Stoga je kod drugog kriterijuma određivanje razdoblja od ključne važnosti. Razdoblje do sledeće analize predmetnog tržišta bi realno trebalo predstavljati relevantno razdoblje za procjenu drugog kriterijuma. Iako učestalost sprovođenja postupka analiza relevantnih tržišta je u diskreciji Agencije, s obzirom da ista nije decidno Zakonom propisana, period od tri godine koji se koristi kao relevantan za ocjenu statičkog kriterijuma prihvatljiv je i kao razuman budući period za ocjenu dinamičkog kriterijuma. Dakle, Agencija će drugi kriterijum posmatrati u razdoblju od tri godine.

Shodno dokumentu Evropske asocijacije regulatora o testu tri kriterijuma, Agenciji u postupku utvrđivanja teži li tržište u određenom razdoblju efikasnoj tržišnoj konkurenciji, mogu pomoći sledeći podkriterijumi koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- (1) tržišna učešća operatora;
- (2) cjenovna kretanja;
- (3) nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije;
- (4) stepen diverzifikacije proizvoda;
- (5) potencijalna konkurencija.

Agencija je, u cilju utvrđivanja stvarnog stanja na relevantnom tržištu, odnosno utvrđivanja teži li razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar predviđenog vremenskog okvira, koristila neke od gore pomenutih kriterijuma.

### **3.2.1 Tržišno učešće operatora**

Tržišno učešće operatora smatra se glavnim pokazateljem teži li tržište efikasnoj konkurenciji. Tendencija ka efikasnoj konkurenciji na predmetnom veleprodajnom tržištu bi rezultirala mogućnošću emitera da imaju pristup većem broju sistema prenosa radio difuznih signala za potrebe distribucije AVM sadržaja. U slučaju konkurentnog okruženja bio bi obezbjeđen pristup sistemima prenosa prema uslovima komercijalnih ugovora bez potrebe za regulatornom intervencijom.

Prisustvo jednog operatora na veleprodajnom tržištu prenosa i emisije radio difuznih signala i njegovo 100% tržišno učešće ukazuje na zaključak da procjena drugih podkriterijuma ne bi mogla dovesti u pitanje činjenicu da je riječ o operatoru koji ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu. Izrazito visoko i stabilno tržišno učešće ide u prilog tvrdnji da na tržištu ne postoji tendencija razvoja efikasne konkurencije. Upravo zbog visokog tržišnog udjela operator sa značajnom tržišnom snagom bi i u budućem periodu mogao vršiti zloupotrebe statusa i ugroziti poziciju novih operatora na tržištu.

### **3.2.2 Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije**

Ovaj podkriterijum je isti kao i u slučaju prvog kriterijuma, s jedinom razlikom što ga u drugom kriterijumu treba posmatrati kao potencijalnu prepreku da tržište teži efikasnoj konkurenciji. Naime, kod prvog kriterijuma je zaključeno da je nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije značajna strukturna barijera ulasku na tržište. S obzirom da je Radio difuzni centar jedini infrastrukturni operator na tržištu i stoga se ne može konstatovati da tržište teži efikasnoj konkurenciji.

Na osnovu ovog podkriterijuma Agencija ocjenjuje da, u odsustvu regulacije, tržište u narednom periodu neće težiti efikasnoj konkurenciji jer i u slučaju da potencijalni operator pribjegne tako značajnim investicionim ulaganjima da izgradi infrastrukturu za potrebe prenosa i emisije radio difuznih signala neophodno je da prođe određeno razdoblje da bi se osjećali efekti nove usluge na dinamiku tržišta.

### **3.2.3 Potencijalna konkurencija**

Dinamika tržišta se može promijeniti kao rezultat tehnološkog razvoja i konvergencije usluga i tržišta i težiti efikasnoj konkurenciji. Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala je tehnološki inovativno tržište na kojem uz tradicionalne platforme prenosa kao što su zemaljska mreža radio difuznih predajnika i kablovska mreža pojavljuju se i nove tehnologije prenosa sadržaja, kao što su prelazak sa analogne na digitalni sistem prenosa, IPTV, satelitski prenos i sl.

Kod sagledavanja da li uvođenje novih tehnologije može rezultirati većim konkurentskim pritiscima na operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija je imala u vidu dva važna faktora. Prvi faktor je vezan za nivo nenadoknadivih troškova za izgradnju mreže bazirane na novim tehnologijama a drugi faktor se odnosi na troškove prelaska krajnjih korisnika na korišćenje mreža novih tehnologija. Tržišna snaga potencijalnih konkurentskih operatora može biti ograničena visokim troškovima prelaska koji postaju destimulativni krajnjim korisnicima. Potencijalni konkurenti mogu biti onemogućeni visokim troškovima prelaska na korišćenje drugih tehnologija. Stoga, emiteri se ne mogu odlučiti na korišćenje platformi na veleprodajnom nivou ukoliko krajnji korisnici nijesu spremni da plaćaju visoke troškove prelaska. Da li su troškovi prelaska na korišćenje drugih platformi zaista veliki dokazuje se analizom stepena supstitucije između različitih platformi.

### **3.2.4 Zaključak o drugom kriterijumu**

Na temelju svih činjenica konstatovanih drugim kriterijumom, Agencija zaključuje da Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio-difuznih signala 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 konkurencije sama po sebi ne omogućava 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

#### **3.3.1 Stepen opšteg nekonkurentnog 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.

#### **3.3.2 Stepen kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog 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.

### **3.3.3 Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu**

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.

### **3.3.4 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 udvostučiti infrastrukturu, odnosno u slučajevima u kojima je potrebno promovisati razvoj infrastrukturne konkurencije, primjena *ex ante* regulacije mogla bi se dugoročno smatrati efikasnijom od primjene samo *ex post* regulacije, odnosno od primjene propisa iz oblasti zaštite konkurencije. Naime, promovisanje razvoja infrastrukturne konkurencije zahtjeva unaprijed definisanje svih ključnih uslova, što propisima o zaštiti konkurencije nije moguće.

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 sankcionisanje zloupotreba statusa značajne tržišne snage shodno Zakonu o zaštiti konkurencije moglo bi se pokazati kao neblagovremeno za zadržavanje postojećeg stepena liberalizacije i uslova tržišne konkurencije. Izmjenama i dopunama Zakona o zaštiti konkurencije

od 04.04.2011 godine predviđeno je da Uprava za zaštitu konkurencije preduzima mjere prema učesnicima i udruženjima učesnika za učinjene povrede konkurencije ili radi njihovog sprječavanja, 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 posljedica zloupotrebe dominantnog položaja, kao i rokove za njihovo izvršenje.

Nadalje, Zakon o zaštiti konkurencije u članovima 34, 35 i 38 jasno propisuje sve faze postupka koje treba sprovesti da bi se moglo donijeti konačno rješenje. Iz postupka propisanog pomenutim članovima jasno je da propisi o zaštiti konkurencije ne omogućavaju brzo rješavanje problema, a na relevantnom Veleprodajnom tržištu prenosa i emisije radio difuznih signala gdje od brzine reakcije zavisi dalji razvoj efikasne tržišne konkurencije.

### **3.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu**

Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala 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 Zaključak Agencije je da je relevantno tržište podložno ex-ante regulaciji**

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 3.1, 3.2 i 3.3 ovog dokumenta, relevantno Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala je podložno *ex-ante* regulaciji i to iz razloga što su kumulativno zadovoljena sva tri kriterijuma mjerila 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 da je tržište koje više nije sastavni dio Revidirane Preporuke podložno *ex ante* regulaciji, nastaviće se postupak analize tržišta koji uključuje procjenu prisustva operatora sa značajnom tržišnom snagom, utvrđivanje svih postojećih i potencijalnih prepreka razvoju efikasne konkurencije, kao i određivanja proporcionalnih i adekvatnih regulatornih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom.



## 4 ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

### 4.1 Cilj i predmet analize relevantnog tržišta

Saglasno odredbama poglavlja V iz Zakona o elektronskim komunikacijama, koje se odnosi na obezbjeđenje konkurencije, postupak analize relevantnih tržišta se sprovodi u cilju ocjene stepena konkurentnosti na određenom relevantnom tržištu, odnosno procijene da li postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu.

Smatra se da jedan operator ima značajnu tržišnu snagu ako samostalno ili zajedno sa ostalim operatorima na određenom relevantnom tržištu ima ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike .

U svrhu procjene značajne tržišne snage operatora, Agencija će izračunati tržišno učešće na određenom relevantnom tržištu i tumačiti ga u skladu sa Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima.

Nakon utvrđivanja i određivanja relevantnog tržišta, Agencija će, u skladu sa prikupljenim podacima i usvojenom Metodologijom za sprovođenje postupka analize relevantnog tržišta, procijeniti postoji li na konkretnom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom koja mu omogućuje da se ponaša nezavisno od konkurencije, korisnika usluga i potrošača.

Pri procjenjivanju da li operator ima značajnu tržišnu snagu, Agencija može , u skladu sa članom 40. Zakona, uzeti u obzir sledeće kriterijume:

- (1) tržišno učešće telekomunikacionog operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu;
- (2) prepreke za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- (3) uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć);
- (4) elastičnost tražnje;
- (5) trenutno stanje konkurencije na relevantnom tržištu;
- (6) tehnološka prednost i superiornost,
- (7) nivo razvijenosti prodajne i distributivne mreže;
- (8) stepen vertikalne integracije;
- (9) stepen diferencijacije usluga;
- (10) privilegovan pristup tržištima kapitala i finansijskim resursima;
- (11) da li kontroliše infrastrukturu, čiji se obim ne može lako udvostručiti,
- (12) povezanost usluga.

Agencija je u zaključku o definisanju relevantnog tržišta (poglavlje 2.8. Analize) identifikovala dva veleprodajna tržišta prenosa audiovizuelnih sadržaja putem elektronskih komunikacionih mreža:

- Veleprodajno tržište usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i
- Veleprodajno tržište usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža.

S obzirom da je Radio difuzni centar jedini operator koji nudi veleprodajnu uslugu prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža, Agencija će pristupiti ocjeni stepena konkurentnosti, odnosno procjeni da li postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom na pomenutim tržištima.

#### **4.2 Analiza relevantnog veleprodajnog tržišta usluge prenosa televizijskih programa i relevantnog veleprodajnog tržišta usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža**

Agencija ocjenjuje da je za analizu ovih relevantnih tržišta od najveće važnosti analiza sledećih kriterijuma:

- tržišno učešće;
- prepreke za ulazak na relevantno tržište;
- uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć);
- uticaj potencijalne konkurencije;
- ekonomija obima i širine i
- kontrola infrastrukture, čiji se obim ne može lako udvostručiti

##### **4.2.1 Tržišno učešće operatora na relevantnom tržištu**

U skladu sa Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima i utvrđivanju značajne tržišne snage prema zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge, tržišno učešće se smatra ključnim kriterijumom kod procenjivanja značajne tržišne snage operatora.

Tržišno učešće se najčešće koristi kao indikator tržišne snage. Iako, u skladu sa Smjernicama Evropske komisije, visoko tržišno učešće nije samo po sebi dovoljna mjera za utvrđivanje postojanja 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 značajne tržišne snage.

Nadalje, možemo smatrati da operator na određenom tržištu ima značajno tržišno učešće ukoliko je isti stabilan kroz određeno vremensko razdoblje. S druge strane, promjenjiva tržišna učešća su pokazatelji smanjivanja tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim učešćima ogledaju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga, koje operator nudi na tržištu.

U Crnoj Gori u relevantnom periodu za analizu Radio difuzni centar je jedini operator koji nudi uslugu prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža na veleprodajnom nivou. S obzirom da Radio difuzni centar ima 100% učešća na relevantnim tržištima, mogao bi se izvesti preliminarni zaključak da Radio difuzni centar ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom na tržištu usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i tržištu usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža. Međutim, kako samo visoko tržišno učešće ne mora da implicira i odsustvo konkurencije, Agencija pristupa razmatranju i drugih tržišnih kriterijuma relevantnih za ovo tržište.

#### **4.2.2 Prepreke za ulazak na relevantno tržište**

Veleprodajno tržište koje se odnosi na obezbeđenje usluge prenosa televizijskih programa putem zemaljske mreže radio difuznih predajnika na nacionalnom nivou karakteriše prisustvo visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište. Naime, neophodna su značajna ulaganja u izgradnju zemaljske mreže radio difuznih predajnika i postojeće lokacije antenskih stubova koja mogu predstavljati barijere potencijalnim korisnicima.

Takođe, s obzirom na činjenicu da Radio difuzni centar posredstvom svoje mreže predajnika obezbeđuje pokrivenost od 98% stanovništva signalima javnog servisa i da ima zaključene dugoročne ugovore sa emiterima televizijskih programa, kako za potrebe nacionalnog javnog servisa RTV Crne Gore tako i za potrebe komercijalnih emitera, potencijalnoj konkurentskoj kompaniji bi bilo otežano ponuditi uslugu kojom bi mogao vršiti jak konkurentski pritisak na RDC I privući emitere televizijskih programa.

Nadalje, kapaciteti i opseg zemaljske mreže radio difuznih predajnika su ograničeni. Naime, trenutno RT CG emituje dva televizijska programa posredstvom zemaljske mreže radio difuznih predajnika na nacionalnom nivou, Javni radio difuzni servisi za lokalne potrebe, na nivou opštine, se pružaju u Crnoj Gori putem 3 TV stanice u opštinama Budva, Nikšić i Pljevlja i 15 komercijalnih TV emitera emituje svoj program na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou.

Donošenjem Zakona o digitalnoj radio-difuziji ("Sl.list Crne Gore", br 34/11) Radio difuzni centar je stekao status operatora prvog multipleksa i operatora prve mreže, bez sprovođenja postupka tendera za dodjelu radio frekvencija. Činjenica je da se na ovaj način dovodi do zavisnosti potpune implementacije procesa od ekonomskih i tehničkih mogućnosti Radio difuznog centra. Pored toga, ovo predstavlja dodatnu barijeru uvođenju konkurencije.

U pogledu izgradnje zemaljske mreže radio difuznih predajnika za potrebe prenosa radijskih programa, Agencija ističe da nijesu neophodna značajna ulaganja za nabavku FM predajnika, kao ni veliki broj predajnika za potrebe pokrivanja značajnog procenta stanovništva signalom.

Međutim, izgradnja nacionalne zemaljske mreže radio difuznih predajnika za potrebe prenosa radijskih programa bi iziskivala značajna finansijska sredstva od strane potencijalnog operatora. Takođe, Radio difuzni centar kao etablirani operatorsa prenosnom infrastrukturom za prenos televizijskih i radijskih programa ima zaključene dugoročne ugovore sa emiterima radio programa, koji bi bili motivisani da pređu na korišćenje usluga novog operatora samo u slučaju veoma atraktivne ponude ekvivalentne usluge usluzi Radio difuznog centra.

Na osnovu navedenog, Agencija konstatuje da prijetnja od ulaska novih operatora na tržište praktično ne postoji, te da Radio difuzni centar i prema ovom tržišnom kriterijumu ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom.

#### **4.2.3 Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć)**

Postojanje jake kompenzacione kupovne moći može u velikoj mjeri da utiče na konkurenciju na relevantnom tržištu, budući da kupci sa značajnim učešćem u ukupnim prihodima operatora sa značajnom tržišnom snagom imaju mogućnost prelaska kod drugog operatora uz minimalne troškove i mogu da utiču na operatore u pogledu cjenovne politike.

Agencija smatra da Veleprodajno tržište usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža karakteriše nedostatak kompenzacione kupovne moći koji je rezultat nepostojanja mogućnosti supstitucije relevantne usluge na strani tražnje.

Vlada Crne Gore je na sjednici od 19.februara 2009. godine donijela Odluku o osnivanju društva sa ograničenom odgovornošću "Radio-difuzni centar"– Podgorica. Radio difuzni centar se finansira prihodima od prenosa i emitovanja signala javnih servisa i pružanja usluga komercijalnim emiterima i drugim subjektima izdavanjem infrastrukture i prenosnih kapaciteta. Shodno članu 19. Zakona o javnim radio-difuznim sistemima Crne Gore („Službeni list CG“, br. 79/08) sredstva za plaćanje troškova prenosa i emitovanja programa RTCG putem zemaljskih sistema, koje vrši Radio difuzni centar kao pravno lice za prenos i emitovanje radio-difuznih signala se obezbjeđuju iz Budžeta Crne Gore.

S obzirom je RDC jedino preduzeće koje nudi na komercijalnoj osnovi uslugu prenosa RTV programa i to sa mogućnošću prenosa do najvećeg broja objekata, što je važno ukoliko se želi postići nacionalno pokrivanje signalom određenog programa, Agencija konstatuje da ne postoje dokazi za prisustvo kompenzacione moći kupaca u slučaju ovog relevantnog tržišta.

#### **4.2.4 Potencijalna konkurencija**

Radio difuzni centar je jedini nacionalni operator aktivan na tržištu prenosa signala putem analogne zemaljske mreže radio difuznih predajnika. Pored toga, Agencija ne smatra realnim da potencijalni novi operator pokaže interes za pružanjem ekvivalentne usluge na nacionalnom nivou.

Agencija je mišljenja da nije realno očekivati da platforma u digitalnoj tehnici emitovanja televizijskih programa bude uspostavljena u periodu do sprovođenja naredne analize relevantnog

tržišta. Naime, ograničen je potencijal za pružanjem usluge prenosa televizijskih programa posredstvom xDSL platformi (video i audio stream) od strane alternativnih pružalaca usluge prenosa na nacionalnom nivou u periodu do naredne analize tržišta.

Takođe, imajući u vidu razlike u karakteristikama lokalne i nacionalne prenosne mreže koje se odnose na razlike u pogledu stepena pokrivenosti teritorije predajnikom, emisione snage lokalnih predajnika, pristupačnosti terena na kojima su lokacije antenskih stubova, problema interferencije kod predajnika koji su smješteni –kolocirani na zajedničkoj lokaciji, Agencija ocjenjuje da postoje kompleksne tehničke barijere potencijalnom lokalnom operatoru da ponudi supstitutivnu uslugu. Na kraju, Agencija smatra da prenos AVM sadržaja posredstvom kablovskih i satelitskih platformi ne predstavlja održivu alternativu za prenos radijskih programa jer ne podrazumijevaju mobilnost krajnjim korisnicima.

#### **4.2.5 Ekonomija obima i širine**

Kod analize relevantnog tržišta na bazi ekonomije obima (*eng. economy of scale*), uzima se u obzir da li povećanje obima pruženih elektronskih komunikacionih usluga rezultira smanjenjem prosječnih troškova proizvodnje operatora. Mogućnost snižavanja troškova, povećanja produktivnosti i samim tim postizanja niskih cijena, čini važan izvor konkurentске prednosti na tržištima gdje je cjenovna konkurencija primarna.

Prednosti ekonomije obima su jedna od karakteristika kapitalno intenzivnog sektora elektronskih komunikacionih usluga zbog visokog učešća fiksnih troškova i predstavlja situaciju u kojoj se pružanje svake dodatne usluge/ proizvoda na postojećim kapacitetima reflektuje na smanjenje nivoa prosječnih troškova i jediničnih fiksnih troškova.

Radio difuzni centar je jedini operator koji pruža usluge prenosa i emisije radio difuznih signala na području Crne Gore, obezbeđuje pokrivenost 98% stanovništva signalima javnog servisa i kao takav uživa prednosti ekonomije obima.

Ekonomija širine (*eng. economy of scope*) se odnosi na potencijalne prednosti operatora bazirane na zajedničkoj ponudi različitih proizvoda i usluga. Radio difuzni centar je horizontalno integrisani operator koji na veleprodajnom nivou nudi čitavu lepezu usluga. Radio-difuzni centar posjeduje savremeni digitalni sistem prenosa zasnovan na SDH i PDH mikrotalasnim radio-relejnima. Ovaj sistem je realizovan tako da omogućava: povezivanje velikog broja emisionih lokacija po čitavoj Crnoj Gori, prenos digitalizovanog signala radio i TV programa, budućih digitalnih servisa (DVB-T i DAB), internet servisa kao i prenosa drugih tipova podataka. Upravo pomenuta horizontalna integrisanost omogućava Radiodifuznom centru korišćenje prednosti ekonomije širine.

Agencija smatra da postojanje ekonomije obima i širine predstavljaju prepreke operatorima koji tek ulaze ili namjeravaju ući na tržište pa predstavljaju još jedan dokaz postojanja značajne tržišne snage radio difuznog centra na relevantnim tržištima.

#### **4.2.6 Kontrola infrastrukture, čiji se obim ne može lako udvostručiti**

Ponovna izgradnja i stavljanje u upotrebu nacionalne zemaljske prenosne mreže iziskuje visoka kapitalna ulaganja, detaljno razrađene biznis planove i prihvatljivo vrijeme povrata uloženi sredstava. U skladu s navedenim, može se zaključiti da ulazak na tržište zahtijeva od potencijalnih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova, koje operatori neće moći nadoknaditi u slučaju tržišnog neuspjeha ili izlaska s tržišta. Stoga, imajući u vidu geografsku pokrivenost infrastrukturom Radio difuznog centra Crne Gore i činjenicu da je ista građena tokom dugog vremenskog razdoblja, Agencija smatra nerealnom mogućnost njenog repliciranja od strane drugog operatora u periodu do naredne analize tržišta.

Nadalje, ulazak potencijalne konkurencije na tržište je uslovljen dobijanjem radio frekvencija za digitalni sistem prenosa radio i televizijskih programa, koje je u periodu paralelne primjene analognog i digitalnog sistema otežano zbog ograničenosti spektra. Takođe, u skladu sa odredbama Zakona o digitalnoj radio-difuziji ("Sl.list Crne Gore", br 34/11) Radio difuzni centar ima status operatora prvog multipleksa i operatora prve mreže, bez sprovođenja postupka tendera za dodjelu radio frekvencija.

Na osnovu navedenog, Agencija zaključuje da Radio difuzni centar nadzire infrastrukturu kod koje postoje velike prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije što je još jedan pokazatelj da je Radio difuzni centar operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima.

#### **4.2.7 Zaključak Agencije o statusu operatora sa značajnom tržišnom snagom**

Na osnovu sprovedene analize, Agencija je utvrdila da na relevantnim tržištima:

- Veleprodajno tržište usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i
- Veleprodajno tržište usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža.

ne postoji efikasna tržišna konkurencija.

Postojanje značajne tržišne snage Radio difuznog centra na gore navedenim tržištima, Agencija je utvrdila na osnovu visokog tržišnog učešća (100%), kao i analizom drugih tržišnih kriterijuma, kao što su: kontrola infrastrukture čiji obim nije lako udvostručiti, nedostatak kompenzacione kupovne moći, ekonomije obima i širine, prisustva prepreka ulasku konkurencije i dr.

Na osnovu svega navedenog, Agencija zaključuje da upotreba drugih kriterijuma u procjenjivanju da li operator ima značajnu tržišnu snagu na relevantnim tržištima nema značaj i ne bi mogla dati drugi rezultat o statusu značajne tržišne snage.

## 5 PREPREKE RAZVOJU KONKURENCIJE

Agencija je sagledala sve potencijalne prepreke razvoju tržišne konkurencije, koje bi, u odsustvu ex ante regulacije, mogle negativno uticati na interese krajnjeg korisnika. Time je omogućeno određivanje regulatornih obaveza koje će, saglasno članu 43 stav 2, 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 ili svako postupanje 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 moguću pod određenim okolnostima. Takođe, Agencija smatra da regulatorne obaveze treba da imaju preventivno dejstvo i da, iako u skladu sa evropskom praksom, treba da su 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 uzročnu posledičnu dimenziju, a ogledaju se kroz:

- (1) Prenošenje 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 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

---

<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

mala vjerovatnoća ulaska novih operatora uslijed prednosti prvog operatora, regulatorno tijelo je u obavezi da zaštiti interese krajnjih korisnika i pospješiti efikasnost operatora sa značajnom tržišnom snagom.

S tim u vezi Agencija će, u cilju sagledavanja ukupnog ambijenta na tržištu i utvrđivanja uzroka značajne tržišne snage operatora, definisati moguće strukturalne i regulatorne prepreke, kako bi bila u mogućnosti da nametne adekvatne regulatorne obaveze operatoru sa značajnom tržišnom snagom.

Takođe, na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerovatan i gdje tržišna snaga ostaje nepromjenjiva zbog prednosti prvog ulaska na tržište (*first mover advantage*), Agencija mora zaštititi korisnike od postupanja suprotno njihovim interesima i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom.

## **5.1 Tržišna dimenzija prepreka razvoju konkurencije**

U regulatornoj praksi su, shodno tržišnoj dimenziji, poznata četiri slučaja, i to:

- (1) Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage,
- (2) Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage,
- (3) Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu,
- (4) Završavanje (terminacija) poziva.

### **5.1.1 Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage**

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage, koje se odnosi na operatora koji je prisutan na veleprodajnom i srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu<sup>17</sup>. Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu nudi određene veleprodajne usluge, koje su neophodne za pružanje usluge na srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Ukoliko se radi o operatoru koji ima značajnu tržišnu snagu, on može pokušati da tu tržišnu snagu prebaci sa veleprodajnog na maloprodajno tržište, čime bi sebi obezbijedio povoljan status na oba tržišta.

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

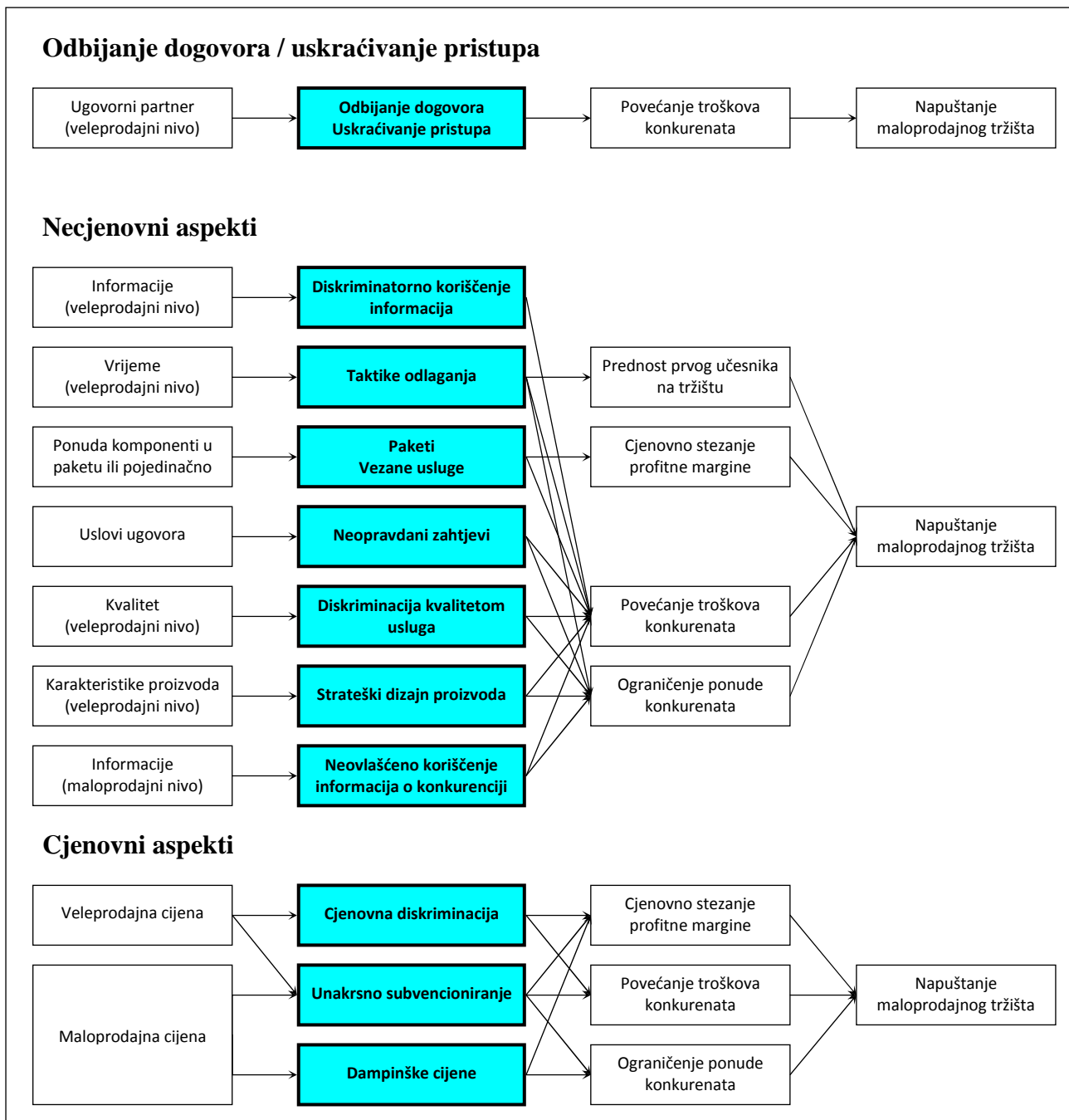
- Odbijanje odgovora/uskraćivanje pristupa
- Diskriminirajuće korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija
- Taktike odgađanja
- Integralni/kombinovani paketi usluga
- Nerazumni/neopravdani zahtjevi

---

<sup>17</sup> Operator sa značajnom tržišnom snagom može biti prisutan i na dva srodna vertikalno povezana veleprodajna tržišta



- Diskriminacija kvalitetom usluga
- Strateški dizajn proizvoda
- Neopravdano korišćenje informacija o konkurentima
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- Unakrsno subvencioniranje
- Predatorske cijene.

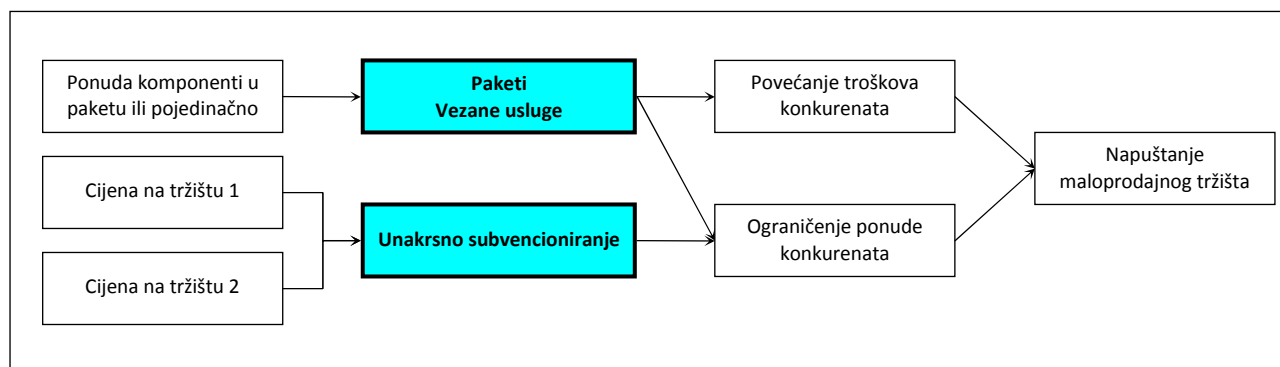


### 5.1.2 Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage, koje 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:

- Integralni/kombinovani paketi usluga;
- Unakrsno subvencioniranje.



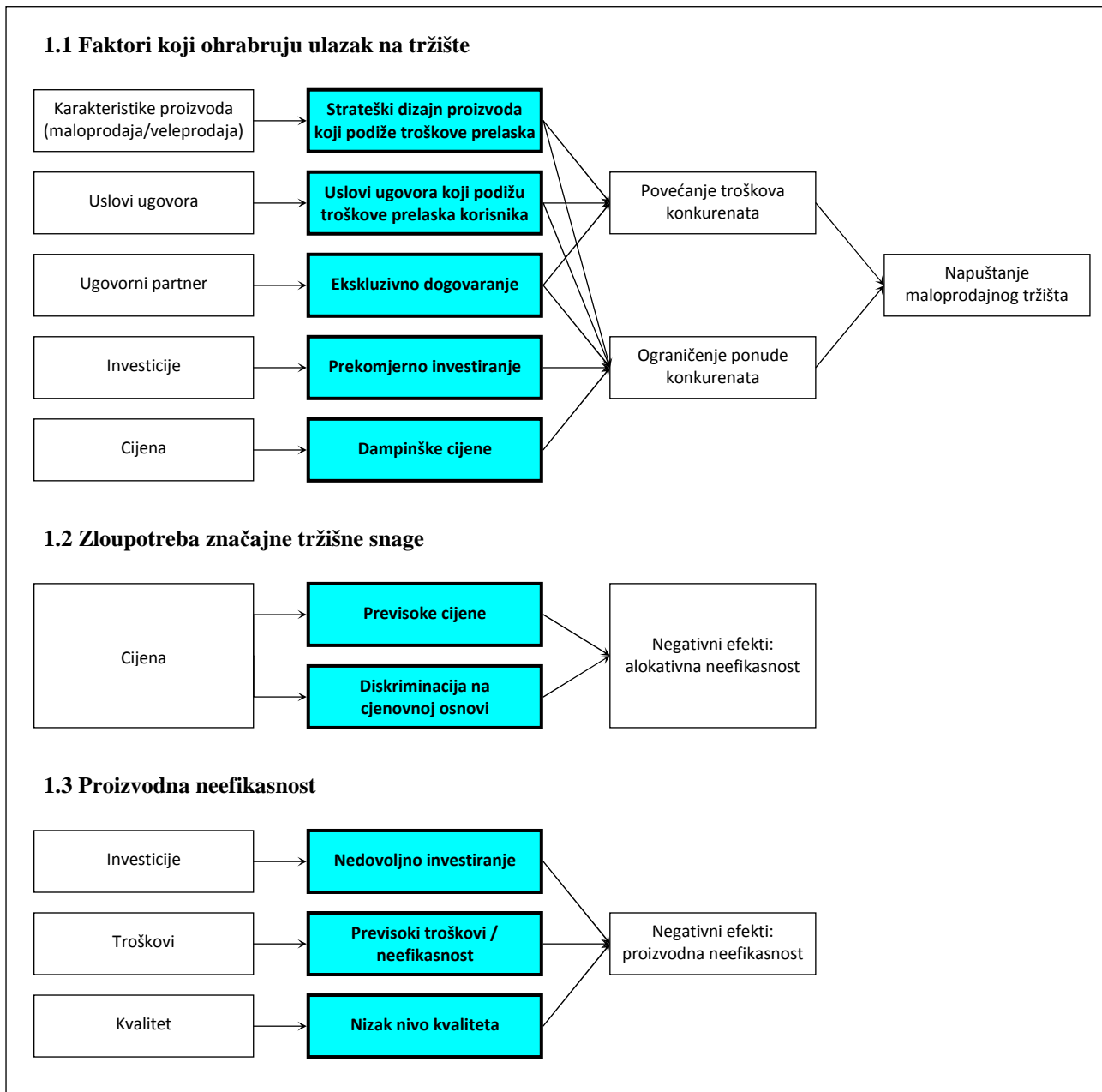
### 5.1.3 Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu

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.

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/neefikasnost;
- Nizak kvalitet usluge.



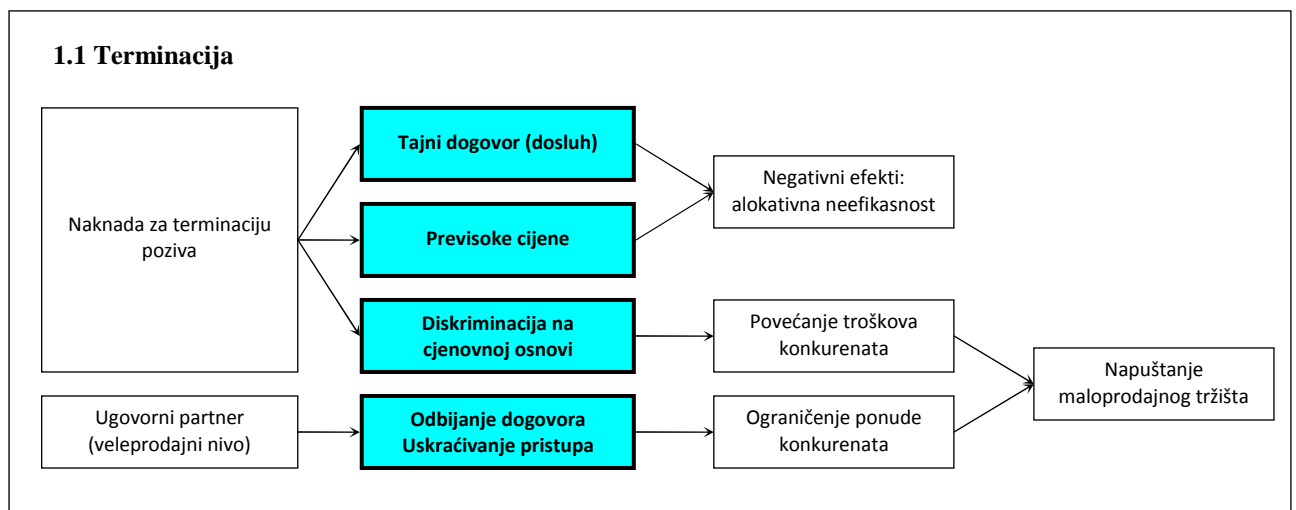
#### 5.1.4 Završavanje (terminacija) poziva

Završavanje (terminacija) poziva odnosi se na situaciju dvostranog pristupa (tzv. *two-way access*), pri kome dvije ili više mreža pružaju istu uslugu, pa da bi krajnji korisnici različitih mreža imali

međusobnu komunikaciju, potrebno je izvršiti povezivanje mreža. U cilju međusobnog povezivanja operatori pojedinih mreža dogovore veleprodajne uslove, pa se nakon toga postavljaju cijene na maloprodajnom nivou, na kojem ove mreže mogu ali i ne moraju biti konkurenti.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske Unije prepoznaje četiri tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom:

- Prećutni sporazum(i),
- Previsoke cijene,
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi,
- Odbijanje dogovora/uskraćivanje povezivanja mreža (interkonekcije).



## 5.2 Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju tržišne konkurencije

Prepreka razvoju tržišne konkurencije, koja se ogledaju u određenom ponašanju operatora sa značajnom tržišnom snagom, ima uvijek određeni cilj i ogleda se u posledicama na tržištu. Uzročno posljedična dimenzija prepreka pomaže pri dinamičkom sagledavanju tržišne konkurencije i postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom. Regulatorna praksa prepoznaje uzročno posljedičnu dimenziju kroz elemente:

- Strateške promjenljive: cijena, kvalitet, vrijeme, informacije,...
- Postupanje: cjenovna diskriminacija, diskriminacija kvalitetom, taktike odgađanja, skrivanje/uskraćivanje informacija, ...
- Posledice: povećanje troškova direktnih konkurenata, smajivanje prodaje direktnih konkurenata, istiskivanje cijene, sprečavanje ulaska/izlaska s tržišta (**eng. foreclosure**).

### **5.3 Prepreke razvoju konkurencije na veleprodajnim tržištima usluga prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža**

U postupku analize relevantnih tržišta Agencija je konstatovala da Radio difuzni centar ima 100% tržišnog učešća na veleprodajnom tržištu usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i 100% tržišnog učešća na veleprodajnom tržištu usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža.

Agencija smatra da se, u odsustvu regulacije, prepreke razvoju tržišne konkurencije na veleprodajnim tržištima usluga prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža mogu ogledati u sledećim anti konkurentskim aktivnostima:

- Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa;
- Previsoke cijene;
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi.

#### **5.3.1 Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa**

U evropskoj praksi odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa se ne odnosi samo na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom u potpunosti odbija pružiti/ponuditi veleprodajnu uslugu, nego i na situaciju u kojoj je operator sa značajnom tržišnom snagom spreman ponuditi uslugu, ali pod nerazumnim/neopravdanim uslovima.

Izvor značajne tržišne snage Radio difuznog centra leži u činjenici da posredstvom svoje mreže predajnika obezbeđuje pokrivenost od 98% stanovništva signalima Javnog servisa.

Agencija smatra da bi Radio difuzni centar, u odsustvu regulacije, mogao odbiti zahtjev za pregovore i uskratiti pristup usluzi prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža. Na navedeni način bi Radio difuzni centar iskoristio svoj položaj značajne tržišne snage i odbijanjem pregovora ili uskraćivanjem pristupa svakom postojećem (ukidanje pristupa) i potencijalnom novom operatoru i/ili elektronskom mediju (uskraćivanje pristupa).

#### **5.3.2 Previsoke cijene**

Ova prepreka razvoju konkurencije bazirana je statusu značajne tržišne snage operatora, Radio difuznog centra na relevantnim tržištima usluga prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža.

Identifikacija primjene previsokih cijena podrazumijevala bi ocjenu odnosa cijene i troškova pružanja usluga ili cijene usluga komparabilnih usluga. Radio difuzni centar još uvijek ne vodi odvojene računovodstvene evidencije za aktivnosti pružanja usluga prenosa televizijskih i radijskih programa od aktivnosti iznajmljivanja infrastrukture. Stoga je veoma otežano izdvojiti iz ukupnih troškova upravljanja mrežom one troškove koje se mogu direktno alocirati troškovima

pružanja usluge prenosa programa. Odsustvo transparentnosti u računovodstvenim evidencijama onemogućava dokazivanje da li se usluge nude po fer i opravdanim cijenama.

Međutim, s obzirom da Radio difuzni centar jedini pruža usluge prenosa televizijskih i radijskih prenosa putem elektronskih komunikacionih mreža, te da ne postoje operatori koji bi na njega mogli vršiti konkurentski pritisak, Agencija vjeruje da bi Radio difuzni centar mogao, u odsustvu regulacije, mogao primjenjivati antikonkurentsku praksu u formi previsokih cijena svojih usluga. Nadalje, primjenom previsokih cijena direktno bi mogao uticati na povećanje troškova javnih i komercijalnih emitera televizijskih i radio programa i time na njihovu konkurentnost na maloprodajnom nivou, a indirektno i na interese krajnjih korisnika.

### **5.3.3 Diskriminacija na cjenovnoj osnovi**

Odsustvo transparentnosti prilikom određivanja cijena i zaključivanja ugovora Radio difuznog centra sa javnim i komercijalnim emiterima onemogućava preciznu ocjenu o tome da li se usluge nude na fer i nediskriminatorskim osnovama.

Agencija vjeruje da bi Radio difuzni centar, u odsustvu regulacije, mogao praviti razlike u pogledu cijene i drugih uslova pružanja usluga prenosa programa od emitera do emitera. Navedeni problem koji se može pojaviti na tržištu direktno utiče na podizanje troškova pojedinih emitera čime ih može dovesti u nepovoljan položaj i u krajnjem ih prisiliti da prestanu nuditi svoje usluge na tržištu.

## **6 ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORIMA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM, UKIDANJE ILI IZMJENA PROPISANIH OBAVEZA**

Saglasno Smjernicama Evropske komisije, prilikom određivanja regulatornih obaveza regulatori imaju u vidu sledeće ciljeve:

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

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.

Agencija smatra da se princip proporcionalnosti može zadovoljiti ako se svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom odrede one regulatorne obaveze koje će najbolje riješiti postojeće i potencijalne prepreke razvoju konkurencije.

Rješenjem izdatim određenom operatoru sa značajnom tržišnom snagom Agencija mora narediti preduzimanje bar jedne od mjera iz čl.44., 45., 46., 47., 48., 49. i 50. Zakona , a koje su kako slijedi:

- (1) Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna interkonekciona ponuda;
- (2) Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost;
- (3) Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija;
- (4) Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja;
- (5) Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva;
- (6) Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora;
- (7) Obaveza regulisanja cijena maloprodajnih usluga.

Na osnovu sprovedene analize, Agencija je utvrdila da na relevantnom tržištima:

- Veleprodajno tržište usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i
- Veleprodajno tržište usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža,

ne postoji efikasna konkurencija, odnosno Radio difuzni centar ima značajnu tržišnu snagu na pomenutim tržištima.

Imajući u vidu zakonsku obavezu ex ante regulacije i principe proporcionalnosti i adekvatnosti aktuelnim i potencijalnim preprekama razvoju konkurencije, Radio difuznom centru, kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom, određuju se sledeće regulatorne obaveze:

- (1) Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna ponuda;
- (2) Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost;
- (3) Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija;
- (4) Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja;
- (5) Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva.

### **6.1 Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna ponuda**

Agencija može, shodno članu 44. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu, nametnuti obavezu preglednosti u vezi interkonekcije i pristupa, na način da učine dostupnim određene podatke, kao što su:

- (1) računovodstveni podaci;
- (2) tehničke specifikacije;
- (3) mrežne karakteristike;
- (4) rokovi i uslovi ponude i tražnje;
- (5) cijene.

Agencija smatra da se na veleprodajnom tržištu usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i veleprodajnom tržištu usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža, Radio difuznom centru, kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom, mora propisati obaveza u pogledu obezbjeđivanja preglednosti. Ova obaveza preglednosti se opredmećuje u obliku referentne ponude.

Referentna ponuda Radio difuznog centra mora biti u skladu sa objektivnim mogućnostima emitera i raščlanjena na način da emiteri i drugi operatori zainteresovani za obezbjeđenje usluge pristupa prenosnoj infrastrukturi Radio difuznog centra neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu potrebni za pružanje zahtjevane usluge.

Referentna ponuda mora biti jasno definisana, i sadržati sledeće elemente:

- (1) Opšte odredbe koje tiču predmeta ponude;
- (2) Opis usluga koje su predmet Referentne ponude;
- (3) Cijene usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža;
- (4) Uslove uspostavljanja svih formi pristupa infrastrukturi, zahtjeve za postupak pregovaranja i obaveze kod obezbjeđenja pristupa;
- (5) Uslove pristupa svim relevantnim informacijama koje se odnose na obezbjeđenje svih formi pristupa;
- (6) Pregled usluga i cijena za obezbjeđenje pristupa infrastrukturi koje moraju biti raščlanjene na način da emiteri i drugi operatori neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu potrebni za pružanje zahtjevane usluge.
- (7) Ugovor o pružanju usluge prenosa radio i/ili televizijskih programa;
- (8) Ugovor o obezbjeđenju pristupa prenosnoj infrastrukturi.



Radio difuzni centar je u obavezi da, u roku od 90 dana od dana donošenja Rješenja o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, objavi tekst Referentne ponude, saglasno predloženom formatu i saglasno drugim regulatornim obavezama koje proističu iz analize ovog relevantnog tržišta.

Agencija smatra da je proporcionalno i opravdano nametnuti obavezu obezbjeđivanja preglednosti Radio difuznom centru, imajući u vidu činjenicu da se na taj način eliminišu prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge prenosa televizijskih programa i usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i diskriminaciju na cjenovnoj osnovi. Takođe, objavljivanjem referentne ponude ograničavaju se prepreke razvoju konkurencije u pogledu barijera ulaska na tržište novim operatorima a istovremeno se i postojećim operatorima definišu procedure i uslovi pružanja relevantne usluge.

Primarna funkcija obaveze obezbjeđivanja preglednosti je da druge obaveze, a naročito obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja i obavezu nediskriminatornosti, učini još efikasnijim.

Sprovođenje obaveze obezbjeđivanja preglednosti omogućava Agenciji da vrši nadzor nad sprovođenjem obaveze nediskriminatornosti i identifikovanje svih oblika diskriminatornog ponašanja u pogledu rokova, uslova i cijena. Naime, navedena regulatorna obaveza je i dodatna obaveza u smjeru rješavanja svih prepreka razvoju konkurencije koje su vezane za diskriminaciju na cjenovnoj osnovi i diskriminaciju na necjenovnoj osnovi, s obzirom da je moguće utvrditi sve oblike diskriminatornog ponašanja samo onda kada su transparentno objavljeni uslovi pod kojima operator sa značajnom tržišnom snagom nudi usluge na relevantnom tržištu.

Agencija ocjenjuje da ova regulatorna obaveza ne predstavlja nikakvo dodatno opterećenje za operatora sa značajnom tržišnom snagom, već doprinosi promovisanju razvoja održive konkurencije na relevantnom tržištu.

Agencija naglašava da je Referentna ponuda dokument koji je podložen izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju.

Ako Referentna ponuda ne odgovara uslovima na tržištu i ovim dokumentom navedenim zahtjevima, Agencija može narediti njenu izmjenu u roku od 30 dana. Operator može i sam inicirati izmjenu Referentne ponude.

## **6.2 Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost**

Agencija može, shodno članu 45 Zakona, operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu, narediti mjeru obezbjeđivanja jednakog tretmana pri pružanju usluge interkonekcije ili operatorskog pristupa.

Radio difuzni centar, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu usluge prenosa televizijskih programa putem elektronskih komunikacionih mreža i kao operaor sa značajnom tržišnom snagom na tržištu usluge prenosa radijskih programa putem elektronskih

komunikacionih mreža, je dužan da pruža relevantne usluge svim emiterima pod nediskriminatornim uslovima.

Propisana mjera jednakog tretmana mora obezbijediti da operator sa značajnom tržišnom snagom primjenjuje suštinski jednake uslove i jednaki kvalitet pri pružanju relevantnih usluga svim emiterima i jednake uslove i jednaki kvalitet pri pružanju usluge pristupa prenosnoj infrastrukturi svim operatorima.

Radio difuzni centar, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima usluga prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronske komunikacione mreže, obavezan je:

- da obezbijedi jednake uslove u pogledu rokova, cijena, informacija emiterima za usluge prenosa televizijskih i radijskih programa i jednake uslove u pogledu rokova, cijena, informacija operatorima za uslugu pristupa prenosnoj infrastrukturi;
- da dostavi Agenciji ugovore sa emiterima o pružanju usluga prenosa televizijskih i radijskih programa i ugovore o pristupu sa drugim operatorima koji su zaključeni u skladu sa Referentnom ponudom, predviđenom u okviru obaveze preglednosti iz tačke 6.1. ovog dokumenta, najkasnije u roku od 10 dana od dana zaključivanja istih.

Nametanjem ove regulatorne obaveze Radio difuznom centru, kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima, otklanjaju se prepreke razvoju konkurencije koje se tiču diskriminacije na cjenovnoj osnovi i diskriminacije na necjenovnoj osnovi. Naime, operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima može, u odsustvu regulacije, sprovesti aktivnosti koje su diskriminatorne u pogledu uslova, cijena, kvaliteta i predstavljaju prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu.

Obaveza nediskriminatornosti je komplementarna obavezi obezbjeđenja preglednosti. Radio difuzni centar je u obavezi da dostavi sve ugovore sa emiterima o pružanju usluga prenosa televizijskih i radijskih programa i ugovore o pristupu zaključene sa drugim operatorima, kako bi Agencija mogla provjeriti poštovanje principa nediskriminatornosti.

Takođe, Agencija ocjenjuje da bi se uz ovu obavezu mogla efikasnije sprovesti i regulatorna obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja.

Na kraju, Agencija konstatuje da ova regulatorna obaveza ne predstavlja nikakvo dodatno opterećenje za operatore sa značajnom tržišnom snagom, već samo kvalitativno definiše njihov odnos prema drugim operatorima na veleprodajnom tržištu.

### **6.3 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.

Nametanjem obaveze odvajanja računovodstva regulator obavezuje vertikalno integrisane operatore sa značajnom tržišnom snagom da učine transparentnim svoje veleprodajne cijene i interne transferne cijene, kako bi se moglo osigurati načelo nediskriminacije ali i spriječilo međusobno subvencioniranje između različitih aktivnosti, koje dovodi do neregularnih uslova tržišne konkurencije. Agencija može propisati metodologiju vođenja računovodstva i pravo potpunog pristupa svim relevantnim finansijskim podacima, što uključuje i podatke o prihodima ostvarenim naplatom od trećih strana. Takođe, Agencija može objavljivati ove podatke s ciljem unapređivanja transparentnosti tržišta, vodeći, pri tom vodeći računa o stepenu poverljivosti.

Radio difuzni centar je u obavezi da izvrši razdvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na aktivnosti prenosa AVM sadržaja od računovodstvenih evidencija koje se odnose na ostale aktivnosti. Ovo će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga prenosa televizijskih i radijskih programa, kao i principa preglednosti cijena po kojima Radio difuzni centar svoje usluge pruža emiterima i ostalim operatorima.

Radio difuzni centar je u smislu odredbi iz člana 6 kao i člana 7 Zakona o digitalnoj radio-difuziji ("Sl. list Crne Gore", br. 34/11 od 12.07.2011) dužan da vodi odvojene računovodstvene evidencije vezano za upravljanje mrežom, upravljanje multipleksom kao i u smislu nuđenja audiovizuelnih medijskih usluga u odnosu na elektronske komunikacione usluge.

Radio difuzni centar je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije do 31.12.2012. godine koje se odnose na 2012. godinu, shodno Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva, koja treba biti u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima i Preporukom Evropske komisije 2005/698/Evropske komisije<sup>18</sup> o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

U skladu sa Preporukom, svrha uvođenja obaveze računovodstvenog odvajanja je da pruži detaljnije informacije o poslovnim rashodima i finansijskim rezultatima za relevantna tržišta i usluge. Prilikom pripremanja regulatornih računovodstvenih izvještaja operatori sa značajnom tržišnom snagom treba da se rukovode sledećim principima: troškovne uzročnosti, objektivnosti i nediskriminatornosti, konzistentnosti primjene i transparentnosti. U skladu s Preporukom Evropske komisije, operator sa značajnom tržišnom snagom treba izraditi račune dobiti i gubitka, izvještaje o angažovanom kapitalu za svaki segment obuhvaćen regulacijom, kao i izvještaje o usklađenosti regulatornih izvještaja sa zakonskim finansijskim izvještajima.

Agencija ocjenjuje neophodnim nametanje obaveze odvajanja računovodstvenih evidencija Radio difuznom centru kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima koja se predmet ove analize, u cilju veće efikasnosti primjene obaveza obezbjeđenja preglednosti i nediskriminatornosti. Takođe, obaveza vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija je neophodna i u smislu identifikacije antikonkurentskih aktivnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu.

---

<sup>18</sup> <sup>7</sup> Commission Recommendation 2005/698/EC of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting systems under the regulatory framework for electronic communications

#### **6.4 Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja**

Agencija može, shodno članu 47. Zakona o elektronskim komunikacijama narediti preduzimanje mjera u cilju ispunjavanja svih opravdanih zahtjeva za pristup i korišćenje određenih elemenata elektronskih komunikacionih mreža i pripadajuće infrastrukture, uključujući i pristupnu mrežu.

U slučaju postojanja prepreka razvoju tržišne konkurencije koje se odnose na odbijanje zaključivanja ugovora o interkonekciji i pristupu, gdje operatori zavise od infrastrukture drugog za pružanje maloprodajnih usluga, potrebno je da Agencija postavi okvire, odnosno odredi odgovarajuće regulatorne obaveze, kako bi se onemogućilo uskraćivanje pristupa i interkonekcije ili bilo koje drugo neprihvatljivo uslovljavanje.

Radio difuzni centar, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima koja su predmet ove Analize, je u obavezi da omogući pristup elementima mreže njihovog korišćenja na način da :

- (1) u dobroj namjeri pregovaraju sa operatorima o zahtjevima operatorskog pristupa;
- (2) omogući operatorski pristup određenim mrežnim elementima ;
- (3) obezbijedi određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- (4) obezbijedi zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja mogućnosti infrastrukture;
- (5) obezbijedi pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, koji su potrebni za obezbjeđivanje konkurencije prilikom vršenja usluga.

Radio difuzni centar sa 100% tržišnog učešća na relevantnim tržištima prenosa televizijskih i radijskih programa ima status i ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike.

Nametanjem ove regulatorne obaveze Radio difuznom centru otklanjaju se prepreke razvoju konkurencije koje se tiču diskriminacije na necjenovnoj osnovi, kao što su onemogućavanje pristupa, taktike odlaganja i slične nekonkurentske aktivnosti.

Agencija nameće obavezu Radiodifuznom centru da u dobroj namjeri pregovara sa operatorima o zahtjevima pristupa kapacitetima, antenskim stubovima i drugoj infrastrukturi neophodnoj za analogni prenos RTV programa.

Nadalje, Radio difuzni centar je u obavezi da odgovori na svaki opravdani zahtjev za pristup mrežnim elementima (kapacitetima i ostaloj infrastrukturi) neophodnim za analogni prenos programa, osim u slučajevima kada operatorski pristup nije izvodljiv iz tehničkih razloga. U tom slučaju operator je dužan da detaljno obrazloži razloge odbijanja zahtjeva i dostavi ih podnosiocu zahtjeva

Radio difuzni centar je u obavezi da obezbijedi određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu,

Radio difuzni centar se mora dogovarati sa drugim operatorima javnih komunikacionih mreža o zajedničkom korišćenju kapaciteta i infrastrukture neohodne za prenos RTV programa, ukoliko je takvo korišćenje tehnički izvodljivo i ne uzrokuje štetne smetnje. Na zahtjev za dogovor o zajedničkom korišćenju predmetne infrastrukture Radio difuzni centar je dužan odgovoriti u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva. Osiguranjem ove obaveze, ukoliko je to tehnički izvodljivo, doprinosi se snižavanju troškova poslovanja konkurentskih kompanija kojima se pruža mogućnost zajedničkog korišćenja infrastrukture.

Na kraju, Agencija obavezuje Radio difuzni centar da obezbijedi pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, kojim se pospješuje konkurencija kod pružanja relevantnih usluga.

Propisivanje obaveze omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja je opravdano i proporcionalno aktuelnim i potencijalnim preprekama na ovom tržištu, jer se radi o regulatornoj obavezi koja doprinosi većem stepenu konkurencije na odgovarajućem maloprodajnom tržištu.

Agencija ocjenjuje da obaveza pristupa i korišćenja posebnih djelova mreže nije sama po sebi dovoljna da na efikasan način reguliše prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu. Drugim riječima, obaveza pristupa i korišćenja posebnih djelova mreže je komplementarna obavezi obezbjeđenja preglednosti, odnosno objavljivanja referentne ponude. Nadalje, obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva je prateća i neophodna obaveza sa aspekta obezbjeđenja efikasne konkurencije i zaštite interesa krajnjih korisnika.

## **6.5 Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva**

Agencija može, shodno članu 48. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom narediti preduzimanje mjera u vezi sa pokrivanjem troškova i kontrolom cijena određenih usluga koje se pružaju u cilju obezbjeđivanja interkonekcije, odnosno operatorskog pristupa.

Nametanjem ove obaveze Radio difuznom centru kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima koja su predmet ove Analize, Agencija će otkloniti prepreke razvoju konkurencije na relevantnim tržištima koja su predmet ove analize, a koje se odnose na određivanje previsokih cijena i praksu unakrsnog subvencioniranja usluga.

Radio difuzni centar, kome je Agencija naložila preduzimanje mjera troškovne orijentacije, mora dokazati da su cijene obračunate na osnovu troškova uvećane za prihvatljivu stopu prinosa na investiciona ulaganja. Prilikom provjeravanja ispunjavanja te obaveze Agencija može primijeniti metode troškovnog računovodstva koje su nezavisne od onih koje primjenjuje operator. Agencija može od Radio difuznog centra, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim

tržištima, zahtijevati da obrazloži i po potrebi koriguje cijene, pri čemu teret eventualnog dokazivanja snosi operator.

Agencija može Rješenjem propisati mehanizam pokrivanja troškova ili metodologiju određivanja cijena, što mora biti primjereno cilju unaprijeđenja efikasnosti i održive konkurencije, ciljeva razvoja i povećanju dobrobiti za potrošača. Agencija može odrediti oblik i metodologiju vođenja računovodstva, uključujući kategorizaciju i razvrstavanje troškova i pravila koja se primjenjuju za raspoređivanje troškova, koje mora primijeniti Radio difuzni centar kao operator sa značajnom tržišnom snagom.

Agencija može koristiti i upoređenja sa cijenama na uporedivim tržištima ili tržištima sa razvijenom konkurencijom, uzimajući u obzir specifičnosti domaćeg tržišta.

Svrha određivanja obaveze nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva jeste osiguranje ravnopravnih transparentnih kriterijuma, kao i kriterijuma koji podstiču razvoj konkurencije, a koje operator treba primijeniti prilikom raspodjele troškova na usluge koje pruža. Troškovno računovodstvo odnosi se na skup pravila i procedura koji osiguravaju raspodjelu troškova, prihoda, imovine, obaveza i kapitala na pojedine aktivnosti i usluge.

Model troškovnog računovodstva omogućava sprovođenje obaveze računovodstvenog razdvajanja i provjeru troškovne orijentisanosti cijena u svrhu sprečavanja međusobnog subvencioniranja, zatim previsokih cijena i neefikasnog ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Radio difuzni centar, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima koja su predmet ove Analize, je u obavezi da u prelaznom periodu dok implementira metodologiju troškovnog računovodstva koju Agencija propiše posebnim Rješenjem da:

- dokaže da su cijene relevantnih usluga prenosa televizijskih i radijskih programa putem elektronske komunikacione mreže troškovno orijentisane.
- objavi cijene pružanja relevantnih usluga u tekstu Referentne ponude najkasnije u roku od 90 dana od dana donošenja Rješenja o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu.

## 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 AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I POŠTANSKU DJELATNOST PODGORICA			
Primijeno:	23.11.2011		
Org. jed.	Broj	Prilog	Vrijednost
0102	3028	7	

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.

### 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.



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) predstavljaju 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.

---

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>



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 efikasnu 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>