



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

**ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA POZIVA**  
**KOJI ZAVRŠAVAJU U INDIVIDUALNIM MOBILNIM**  
**MREŽAMA-VELEPRODAJNI NIVO.**

**Podgorica, novembar 2010.godine**

# SADRŽAJ

<b>Rezime.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Uvod.....</b>	<b>7</b>
1.1. Regulatorni okvir .....	7
1.2. Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta .....	8
1.3. Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije .....	10
1.4. Hronološki redosled aktivnosti Agencije u postupku analize relevantnih tržišta .....	10
<b>2. Definisane relevantnog tržišta.....</b>	<b>12</b>
2.1. Opis postupka definisanja tržišta .....	13
2.2. Karakteristike tržišta .....	13
2.3. Relevantno tržište usluga.....	16
2.3.1. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – maloprodajni nivo .....	16
2.3.2. Ponašanje strane (korisnika) koji upućuje poziv .....	18
2.3.2.1. Korišćenje alternativnih usluga.....	18
2.3.2.2. Pozivi upućeni na brojeve u fiksnim mrežama.....	19
2.3.2.3. SMS poruke kao alternativa pozivima unutar iste mreže i pozivima prema drugim mobilnim mrežama i fiksnim mrežama .....	20
2.3.2.4. Pozivi preko VoIP-a ( pozivi ka negeografskim kodovima ) .....	21
2.3.3. Ponašanje strane (korisnika) koji prima poziv .....	22
2.3.4. Supstitucija na strani ponude – maloprodajni nivo .....	23
2.3.5. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – veleprodajni nivo .....	24
2.3.6. Supstitucija na strani ponude – veleprodajni nivo .....	24
2.4. Dodatni faktori koji utiču na određivanje relevantnog tržišta u domenu usluga.....	25
2.4.1. Mreže treće generacije 3G .....	25
2.5. Relevantno geografsko tržište.....	26
2.6. Zaključak Agencije o definiciji relevantnog tržišta .....	27
<b>3. Analiza relevantnog tržišta .....</b>	<b>27</b>
3.1. Cilj i predmet analize relevantnog tržišta .....	27
Agencija ocjenjuje da je za analizu ovog relevantnog tržišta od najveće važnosti analiza sledećih kriterijuma:.....	29
3.1.1. Tržišna učesća operatora na relevantnom tržištu.....	29
3.1.2. Trenutno stanje konkurencije na relevantnom tržištu .....	30
3.2.1. Razlika u količini dolaznog i odlaznog saobraćaja između operatora na tržištu.....	37
3.3. Ekonomija obima .....	40
3.3.1. Odnos saobraćaja unutar mreže i prema drugim mrežama .....	41
3.3.2. Odnos maloprodajnih cijena poziva unutar mreže i izvan mreže .....	43

3.4. Zaključak Agencije o statusu operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu.....	46
<b>4. Prepreke razvoju konkurencije.....</b>	<b>47</b>
4.1 Tržišna dimenzija prepreka razvoju konkurencije .....	48
4.1.1 Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage.....	48
4.1.2 Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage .....	51
4.1.3 Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu .....	51
4.1.4 Završavanje (terminacija) poziva .....	53
4.2 Uzročno posledična dimenzija prepreka razvoju tržišne konkurencije .....	53
4.3. Prepreke razvoju konkurencije na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu .....	54
4.3.1.Previsoka cijena usluga završavanja (terminacije) poziva .....	54
4.3.2.Prećutni sporazumi (eng. tacit collusion) .....	55
4.3.3. Diskriminacija na cjenovnoj osnovi .....	55
4.3.4. Diskriminacija na osnovama koje nisu povezane s cijenama.....	56
4.3.5. Diskriminacija kvalitetom usluge .....	56
4.3.6. Nerazumni/neopravdani zahtjevi.....	56
4.3.7. Neopravdano korištenje informacija o konkurentima.....	57
4.3.8. Unakrsno subvencioniranje .....	57
4.3.9. Taktike odgađanja.....	58
<b>5. Određivanje obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom, ili ukidanje ili izmjena propisanih obaveza.....</b>	<b>59</b>
5.1.Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna interkonekciona ponuda .....	60
5.2.Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost.....	63
5.3. Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja .....	64
5.4. Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva.....	68
<b>6. Dodatak - Mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije .....</b>	<b>73</b>

## Rezime

Regulatorni okvir danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama koje nijesu članice Evropske unije a sadrži Direktivu 2002/21/EC Evropske komisije o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge („Okvirna direktiva“), i četiri Direktive (pod zajedničkim nazivom: „Specifične Direktive“) i to: Direktiva o pristupu, Direktiva o odobrenju, Direktiva o univerzalnom servisu i Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama.

Agencija je u sprovođenju postupka analize tržišta, propisanim članom 42. Zakona o elektronskim komunikacijama, naročito vodila računa o primjeni Smjernica Evropske Komisije za nacionalna regulatorna tijela, o definisanju i analizi relevantnih tržišta, kao i primjeni Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima koja podliježu *ex ante* regulaciji.

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

Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, na sjednici od 03.04.2009. godine, a nakon sprovedenog konsultativnog procesa, usvojio Odluku o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu («Sl.list Crne Gore,» broj.29/09). Odlukom je određena teritorija Crne Gore kao relevantno geografsko tržište.

Tržište poziva koji završavaju u individualnim mobilnim mrežama-veleprodajni nivo, koje je predmet ove analize je obuhvaćeno Odlukom o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu, što znači da je predmet *ex ante* regulacije.

Osnovni koraci u postupku analize relevantnog tržišta su:

- I Definicija relevantnog tržišta usluga na tržištu elektronskih komunikacija,
- II Analiza relevantnog tržišta, odnosno utvrđivanje da li je na tržištu prisutna efikasna konkurencija ili postoji operator koji posjeduje značajnu tržišnu snagu,

III Određivanje obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom, ili ukidanje ili izmjena propisanih obaveza.

#### *I Definicija relevantnog tržišta usluga i relevantnog geografskog tržišta*

Relevantno tržište usluga čine oni proizvodi, odnosno usluge, koji su, posmatrano sa pozicije krajnjeg korisnika, međusobno zamjenjivi zbog svojih karakteristika, cijena ili namjene. Na bazi sprovedenog postupka definicije Agencija je zaključila da se ovo relevantno tržište sastoji se od sledećih usluga:

- usluge završavanja poziva u mrežu ProMonte-a,
- usluge završavanja poziva u mrežu T-Mobile-a
- usluge završavanja poziva u mrežu Mtel-a.

Takođe, Agencija je odredila da je relevantno geografsko tržište za pružanje navedenih usluga u opsegu nacionalno, s obzirom da su identični preovlađujući uslovi konkurencije, pravni i regulatorni okvir i cjenovna politika na čitavoj teritoriji Crne Gore.

#### *II Analiza relevantnog tržišta*

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

Pri procjenjivanju da li operator ima značajnu tržišnu snagu, Agencija je uzela u obzir neke od kriterijuma sadržanih u članu 40. Zakona, a koji su od najveće važnosti kod analize ovog relevantnog tržišta.

Nakon sprovedene analize relevantnog tržišta Agencija je konstatovala da je Crnogorski Telekom a.d. Podgorica, operator sa značajnom tržišnom snagom na Tržištu poziva koji završavaju u individualnim mobilnim mrežama-veleprodajni nivo.

### *III Određivanje obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom*

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

Agencija ocjenjuje 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, koje su, takođe, konstatovane ovim dokumentom.

Agencija predlaže da se ProMonte-u, T Mobile-u i Mtel-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom, određuju se sledeće regulatorne obaveze:

1. Obaveza obezbeđivanja preglednosti, referentna interkonekciona ponuda;
2. Obaveza obezbeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost;
3. Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja;
4. Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva.

Shodno članu 43 stav 6 Zakona o elektronskim komunikacijama, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je zatražila mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije o načinu na koji je Agencija odredila relevantno tržište, utvrdila operatora sa značajnom tržišnom snagom i odredila opseg regulatornih mjera na relevantnom tržištu, a koje je sastavni dio ovog dokumenta.

# 1. Uvod

## 1.1. Regulatorni okvir

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. Regulatorni okvir danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama koji nisu članice Evropske unije, I sadrži Direktivu 2002/21/EC Evropske komisije o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge („Okvirna direktiva“)<sup>1</sup>, i četiri Direktive (pod zajedničkim nazivom: „Specifične Direktive“) i to:

Direktiva Evropske komisije o pristupu i interkonekciji elektronskih komunikacionih mreža I pripadajućih kapaciteta („Direktiva o pristupu“)<sup>2</sup>;

Direktiva Evropske komisije o odobrenju na području elektronskih komunikacionih mreža I usluga („Direktiva o odobrenju“)<sup>3</sup>;

Direktiva Evropske komisije o univerzalnom servisu i pravima korisnika vezanim za elektronske komunikacione mreže i usluge („Direktiva o univerzalnom servisu“)<sup>4</sup>;

Direktiva Evropske komisije o zaštiti privatnosti i povjerljivosti komunikacija u sektoru elektronskih komunikacija („Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama“)<sup>5</sup>

Evropska komisija je 2002.godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela, o definisanju i analizi relevantnih tržišta<sup>6</sup>, utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom i nametanju regulatornih obaveza. Osnovna svrha Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela, i

---

1 Directive 2002/21/EC Framework Directive (OJ of the EC L 108/33 from 24.04.2002)

2 Directive 2002/19/EC Access Directive (OJ of the EC L 108/7 from 24.04.2002)

3 Directive 2002/20/EC Authorisation Directive (OJ of the EC L 108/21 from 24.04.2002)

4 Directive 2002/22/EC Universal Service Directive (OJ of the EC L 108/51 from 24.04.2002)

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

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

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.

Evropska komisija je, saglasno članu 15. Okvirne Direktive usvojila sledeće:

- Preporuku (2003/311/EC)<sup>7</sup> o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja je sadržala 18 tržišta koja podliježu ex ante regulaciji i
- Revidiranu Preporuku(2007/879/EC)<sup>8</sup> relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja je sadržala 7 tržišta koja podliježu ex ante regulaciji .

Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o relevantnim tržištima i dalje mogu biti predmet regulacije, ali nakon sprovođenja testa tri kriterijuma, koji se odnosi na utvrđivanje:

- prisustva snažnih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne i regulatorne prirode;
- ocjene realnosti većeg stepena konkurentnosti određenog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera;
- ocjene regulatora da li su važećim Zakonom o zaštiti konkurencije propisane mjere za suzbijanje antikonkurentne prakse i strukturnih poremećaja na konkretnom tržištu elektronskih komunikacija.

## **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 sprječavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

---

<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.



Agencija je, saglasno članu 41 Zakona, utvrdila predlog teksta Odluke o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu, koji je bio predmet javnih konsultacija.

Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, na sjednici od 03.04.2009. godine, a nakon sprovedenog konsultativnog procesa, usvojio Odluku o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu. Odlukom je određena teritorija Crne Gore kao relevantno geografsko tržište. Takođe, ovom Odlukom se određuju i relevantna tržišta usluga i to:

- 1.Tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica- maloprodajni nivo;
- 2.Tržište poziva koji potiču iz javne telefonske mreže i koji se pružaju na fiksnoj lokaciji-veleprodajni nivo;
- 3.Tržište poziva koji završavaju u individualnim javnim telefonskim mrežama i koji se pružaju na fiksnoj lokaciji-veleprodajni nivo;
- 4.Tržište pristupa infrastrukturi mreže na nivou veleprodaje (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup na utvrđenoj lokaciji) -veleprodajni nivo;
- 5.Tržište širokopojasnog pristupa -veleprodajni nivo ;
- 6.Terminalni ili zaključni segmenti iznajmljenih linija, bez obzira na tehnologiju korišćenu da se obezbedi zakupljeni ili dodijeljeni kapacitet -veleprodajni nivo;
- 7.Tržište poziva koji završavaju u individualnim mobilnim mrežama-veleprodajni nivo.

Agencija može da proširi navedenu listu relevantnih tržišta nakon sprovedenog testa trostrukog kumulativnog kriterijuma, u skladu sa članom 41. stav 2 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Tržište poziva koji završavaju u individualnim mobilnim mrežama-veleprodajni nivo, koje je predmet ove analize, dio je važeće Preporuke, što znači da je Evropska komisija zaključila da su na ovom tržištu zadovoljena tri kriterijuma, te da je podložno ex ante regulaciji u većini zemalja Evropske unije.

### **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 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 analize relevantnih tržišta**

Evropski regulatorni okvir (Okvirna Direktiva Evropske komisije<sup>9</sup>) upućuje da se prilikom određivanja relevantnih tržišta usluga i relevantnih geografskih tržišta uvažavaju nacionalne okolnosti i specifičnosti.

Nakon sagledavanja više faktora koji se odnose na veličinu i strukturu tržišta Crne Gore, postojeći nivo razvoja tržišta elektronskih komunikacija, kao i ciljeve regulatorne politike, Agencija je odredila sedam relevantnih tržišta, saglasno Revidiranoj Preporuci Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2007.godine.

- Agencija je dana 18.02.2009.godine inicirala javne konsultacije, saglasno članu 41 Zakona, povodom Predloga Odluke o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu. Rok za dostavljanje primjedbi i sugestija je bio 1 mjesec dana. Pregled komentara, sugestija i primjedbi na tekst Predloga Odluke o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu koji je bio predmet javnih konsultacija u periodu 16.02.-18.03.2009.godine je dostupan na web site-u Agencije;
- Savjet Agencije je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, dana 03.04.2009.godine usvojio Odluku o relevantnim

---

<sup>9</sup> Directive 2002/21/EC of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive)

- tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu (Sl.list Crne Gore, br.29/09);
- Radna grupa za analizu tržišta je pristupila kreiranju upitnika i to: upitnika za fiksne mreže, upitnika za mobilne mreže, upitnika za širokopojasni pristup i upitnika za podacima Radio difuznog centra. Upitnicima su specificirani statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od poslednje tri godine (na polugodišnoj osnovi) neophodni za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnih tržišta. Agencija je dana 08.04.2009.godine uputila operatorima Predloge specificiranih upitnika, sa rokom od 7 dana za dostavljanje primjedbi, sugestija i zahtjeva za dodatnim pojašnjenjima. Ovaj rok je, u naknadnoj komunikaciji sa operatorima produžen 7 dana;
  - Dana 28.04.2009. godine potpisan je Sporazum o saradnji Agencije za elektronske komunikacije i Uprave za zaštitu konkurencije;
  - Agencija je dostavila dana 04.05.2009.godine. operatorima usaglašene forme Upitnika uz obavezu da se traženi podaci po Upitnicima dostave najkasnije u roku od 1 mjesec dana;
  - Radna grupa za analizu tržišta je u periodu 04.-05.06.2009.godine prisustvovala Seminaru o analizi relevantnih tržišta u skladu sa novom Preporukom Evropske komisije, koji se, u organizaciji TAIEX-a iz Evropske komisije, održavao u Podgorici.
  - Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je na Sjednici od 03.07.2009.godine usvojio tekst Metodologije za sprovođenje postupka analize relevantnih tržišta koji je dostupan na web site-u Agencije.
  - U periodu 27.10. do 30.10. 2009.godine radna grupa za analizu tržišta je bila u radnoj posjeti regulatoru iz Slovenije.
  - U periodu od 01.12. do 03.12.2009.godine u radnoj posjeti Agenciji je boravio ekspert angažovan od strane TAIEX-a na završnoj provjeri urađenih dokumenata-analiza relevantnih tržišta i finalnoj verifikaciji projekta.

**Pregled operatora i pružalaca usluga elektronskih komunikacija kojima su upućeni upitnici:**

Naziv operatora	Adresa sjedišta operatora	Tip Upitnika	Datum dostavljanja upitnika/upitnika sa dodatnim podacima
Crnogorski Telekom Podgorica	Moskovska 29, 81000 Podgorica	Upitnik za fiksnu mrežu, Upitnik za širokopojasni pristup, Upitnik za iznajmljene linije.	08.04.2009/12.10.2009.
Mtel Podgorica	Kralja Nikole 27, 81000 Podgorica	Upitnik za fiksnu mrežu, Upitnik za mobilnu mrežu, Upitnik za širokopojasni pristup, Upitnik za iznajmljene linije.	08.04.2009/12.10.2009
PTT Inženjering Podgorica	Mitra Bakića bb 81 000 Podgorica	Upitnik za fiksnu mrežu.	08.04.2009
MontSky Herceg Novi	Bulevar Save Kovačevića 123 81 000 Podgorica	Upitnik za fiksnu mrežu.	08.04.2009
Cabling d.o.o Budva	Meditranska 8, 85310 Budva	Upitnik za fiksnu mrežu Upitnik za iznajmljene linije.	08.04.2009/12.10.2009
T-Mobile Podgorica	Moskovska 29, 81000 Podgorica	Upitnik za mobilnu mrežu, Upitnik za širokopojasni pristup	08.04.2009/12.10.2009
ProMonte Podgorica	Džordža Vašingtona 83 81 000 Podgorica	Upitnik za mobilnu mrežu, Upitnik za širokopojasni pristup	08.04.2009/12.10.2009
Radio difuzni centar d.o.o. Podgorica	Cetinjski put bb, 81000 Podgorica	Upitnik za RDC Upitnik za iznajmljene linije.	08.04.2009/12.10.2009
Mnnews doo Podgorica	Bohinjska 1A, 81000 Podgorica	Upitnik za fiksnu mrežu. Upitnik za iznajmljene linije.	08.04.2009/12.10.2009
Dasto Montel d.o.o Cetinje	Njegoševa 1 81250 Cetinje	Upitnik za iznajmljene linije.	12.10.2009

**2. Definisane 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 hipotetičkog monopoliste. Kod supstitucije na strani ponude operator odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja za pružanje slične usluge na tržištu.

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

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

## **2.2. Karakteristike tržišta**

Na kraju 2008.godine u Crnoj Gori postoje tri mobilna operatora koji pružaju elektronske komunikacijske usluge na komercijalnoj osnovi i to:

- 1) ProMonte d.o.o
- 2) T-Mobile d.o.o
- 3) Mtel d.o.o.

**1)ProMonte d.o.o** - prva mobilna mreža u Crnoj Gori koja je osnovana 1996. godine. Kompanija Promonte je društvo sa ograničenom odgovornošću i od prvog dana dio Telenor porodice – Telenor Mobile Holding AS. 2006.godine kompanija usvaja Telenorov vizuelni identitet.

Počev od januara 1996 godine European Telecom S.A je korisnik koncesije na period od 20 godina za realizaciju javne mobilne telekomunikacione mreže, a na osnovu Ugovora o koncesiji zaključenog sa Vladom Republike Crne Gore. Dana 20.12.2001.godine European Telecom S.A i Telekom Crne Gore su zaključili Ugovor o prenosu udijela kojim je Telekom cijelokupni svoj osnivački ulog u Promonteu prenio na drugog osnivača tj. na European Telecom S.A.

Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je 01.01.2002.godine izdala posebnu Licencu broj: 01-01 za građenje, posjedovanje i eksploatisanje mobilne javne telekomunikacione mreže, na period od 15 godina od dana stupanja na snagu Licence. Ugovorom o kupovini akcija iz decembra 2005.godine Telenor Mobile Holding AS je postao vlasnik European Telecom S.A što je rezultiralo promjenom osnivača Promontea, tako da je izvršena promjena podataka o osnivaču u skladu sa zakonskom procedurom. U decembru 2006.godine Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je izdala Promonteu Anex D i Anex E posebne Licence broj 01-01 na osnovu kojih Promonte ima pravo na obavljanje međunarodnog saobraćaja i pravo da pruža javne internet sevice. Dana 13.04.2007.godine Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je izdala Promonteu Posebnu Licencu broj 01-122 za građenje, posjedovanje i eksploatisanje mobilne javne telekomunikacione mreže i pružanje mobilnih javnih telekomunikacionih servisa u skladu sa IMT-200/UMTS standardom, na period od 15 godina od dana stupanja na snagu Licence.

Tehnologije:

- 1998: Implementacija SDH mikrotalasne mreže
- 2004: Implementacija GPRS u cijeloj mreži
- 2005: U nekim djelovima mreže je implementiran EDGE
- 2006: Implementacija EDGE u cijeloj mreži
- 2007: Implementiran je 3G u dijelu mreže, a u većem dijelu 3G mreže implementiran je i HSDPA.

**2)T-Mobile d.o.o** – je mobilna telekomunikaciona kompanija koju je osnovao Crnogorski Telekom A.D. Većinski vlasnik Crnogorskog Telekoma je Magyar telekom Plc-Mađarska. T-Mobile posluje kao jednočlano društvo sa ograničenom

odgovornošću. T-Mobile je osnovano 2000 godine kao Monet d.o.o. Nakon rebrandiranja koje je izvršio vlasnik kompanije (kada je Telekom Crna Gora promijenio ime u Crnogorski Telekom), Monet d.o.o je takođe promijenio naziv u T-mobile CG.

Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je 01.01.2002. godine izdala posebnu Licencu broj: 01-02 za građenje, posjedovanje i eksploataciju mobilne javne telekomunikacione mreže, na period od 15 godina od dana stupanja na snagu Licence.

Tehnologije:

- Implementacija SDH mikrotalasne mreže,
- Implementacija GPRS u cijeloj mreži,
- Implementacija EDGE u cijeloj mreži, kao i 3G u dijelu mreže, a u većem dijelu 3G mreže implementiran je i HSDPA.

**3) Mtel d.o.o.** – m:tel je u aprilu 2007. godine dobio licencu broj 01-124 za trećeg operatora na teritoriji Crne Gore. Prisutan je u Crnoj Gori u okviru srpsko-holandskog konzorcijuma 51%, Telekom Srbija i 49% Ogalar B.V. M:tel mreža počela je sa komercijalnim radom 9. jula 2007. godine. Pored prepaid-a i postpaid-a, usluga GSM i UMTS mreže, M:tel je građanima Crne Gore ponudio i usluge fiksne telefonije i Interneta zasnovanog na WiMAX tehnologiji. WiMAX je bežična pristupna tehnologija koja omogućava usluge fiksne telefonije i interneta kako za rezidencijalne tako i za poslovne korisnike. Od samog početka rada, pored GSM ponudio je i 3G usluge, za sve svoje korisnike mobilne telefonije.

Sva tri operatora koja posluju na tržištu potpisala su ugovor o međusobnom povezivanju čime je omogućena direktna komunikacija njihovih korisnika.

Operatori Promonte, T-mobile i Mtel svoje usluge nude na čitavom području Crne Gore, što je vidljivo i iz indikatora pokrivenosti stanovništva signalom koja kod ProMonte-a iznosi na kraju 2008.godine 99%, T-mobile-a 99% , i Mtel-a 95.5% i indikatora pokrivenosti teritorije koja kod Promonte-a iznosi 90.05%, kod T-Mobile-a 79.94% i Mtel-a 82.74%. na kraju 2008.godine.

### **2.3. Relevantno tržište usluga**

Supstitutivna usluga je svaka usluga koja s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike korisnika, može zamijeniti drugu uslugu i na taj način zadovoljiti istu potrebu korisnika.

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

Agencija je mišljenja da se veleprodajno tržište usluge završavanja (terminacije) poziva ne može posmatrati nezavisno od odgovarajućeg maloprodajnog nivoa, koje obuhvata aktivnosti povezane s komercijalnim pružanjem usluge poziva krajnjih korisnika u određenu mobilnu mrežu.

#### **2.3.1. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – maloprodajni nivo**

Kao što je Smjericama Evropske komisije navedeno, prije definisanja relevantnog tržišta usluga i relevantnog geografskog tržišta na veleprodajnom nivou, potrebno je sagledati zamjenjivost na strani tražnje na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizilazi tražnja za uslugama na veleprodajnom nivou, a u ovom slučaju potražnja za veleprodajnom uslugom završavanja (terminacije) poziva.

Maloprodajna cijena poziva uključuje i trošak usluge završavanja (terminacije) poziva. Uslugu završavanja (terminacije) poziva u mobilnim mrežama nudi svaki od tri operatora mobilnih mreža, s naglaskom na činjenici da je usluga završavanja (terminacije) poziva u mrežu sva tri operatora predmet komercijalnog dogovora (interkonekcionih ugovora).

Supstitucija na strani tražnje na maloprodajnom nivou predstavlja zamjenjivost javno ponuđenih elektronskih komunikacionih usluga kao odgovor krajnjih korisnika na malo, ali značajno, trajno povećanje cijena elektronskih komunikacijskih usluga određenog operatora.



Naime, ako operator koji nudi uslugu poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti preći na alternativne usluge kod drugih operatora, i na taj način prisiliti operatora koji je povećao cijenu svojih usluga da cijene vrati na nivo na kojem su bile iz razloga što će u suprotnom početi da gubi korisnike, a samim tim i svoje tržišno učešće. Ustvari, ovaj argument može biti primjenljiv zavisno od stepena supstitucije na strani tražnje, odnosno, što je supstitucija na strani tražnje jače izražena operatori su više ograničeni prilikom povećanja cijena usluga koje nude svojim korisnicima. Međutim, kod usluge završavanja (terminacije) poziva u mobilnim mrežama to nije slučaj, iz razloga što tržište završavanja (terminacije) u Crnoj Gori, kao i u zemljama Evropske unije karakteriše princip po kojem cijeli trošak poziva snosi strana koja poziva, odnosno strana koja je uputila poziv, uključujući i cijenu završavanja (terminacije) poziva (**eng. *Caling Party Pays***). Drugim riječima, operatori mobilnih mreža mogu slobodno, bez straha da će gubiti svoje korisnike, podizati cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva iz razloga što veću cijenu te usluge, upravo zbog CPP(**eng. *Caling Party Pays***) principa, neće snositi njegov korisnik, već korisnici drugog operatora koji su uputili poziv njegovim korisnicima. Operator čiji je korisnik uputio poziv, u tom slučaju, plaćaće višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u smislu većih maloprodajnih cijena poziva prema drugim mrežama (**off-net calls**).

Iz predhodno navedenog proizilazi da se, zbog CPP(**eng. *Caling Party Pays***) principa, operatori koji povećavaju cijenu završavanja (terminacije) poziva ne suočavaju sa direktnim cjenovnim ograničenjima s maloprodajnog nivoa, s obzirom da se povećanje maloprodajne cijene odražava na krajnjeg korisnika operatora s čije mreže je poziv upućen. Svaki poziv upućen na tačno određeni broj u mobilnoj mreži rezultira isporukom poziva na taj birani broj.

Usluga završavanja (terminacije) poziva, osim što je, po samoj svojoj logici i karakteristikama, veleprodajna usluga, u slučaju kada su pozivalac i primalac poziva u istoj mreži (**eng. *on-net calls***) definiše se kao usluga za sopstvene potrebe (**eng. *self supply***), što znači da usluga nije prodana drugom operatoru, već maloprodajnom dijelu istog operatora.

Maloprodajna cijena usluge poziva prema brojevima u mobilnim mrežama može stvoriti pritisak na određivanje cijena usluge završavanja (terminacije) poziva jedino na način da se izbjegne mreža operatora na čiji je broj poziv upućen. Međutim, u slučaju poziva u određenu mobilnu mrežu ne postoji ni jedna odgovarajuća supstitutivna usluga tom pozivu, osim da poziv završi na broju i u mreži koja je pozvana.

Poziv u mobilne mreže može biti upućen iz fiksnih mreža, iz drugih mobilnih mreža ili iz iste mobilne mreže. Strani koja upućuje poziv nije svejedno da li je poziv na mobilni broj uputila s fiksnog broja ili s mobilnog broja (poziv u istoj mreži ili poziv prema drugim mrežama) iz razloga što je cijena završavanja (terminacije) poziva u mobilne mreže 0,10 €/min dok cijena terminacije poziva u fiksnoj mreži na nacionalnom nivou iznosi 0,027€/min .

Na osnovu predhodno navedenog, Agencija zaključuje da se pozivi iz fiksnih mreža, drugih mobilnih mreža ili iz iste mobilne mreže, a koji završavaju (terminiraju) u mobilnoj mreži ne smatraju se supstitutivnim uslugama, već da su svi ti pozivi sastavni dio istog tržišta odnosno dio tržišta završavanja (terminacije) poziva.

### **2.3.2. Ponašanje strane (korisnika) koji upućuje poziv**

U procjeni faktora koji utiču kao prepreke na potencijalno povećanje cijene završavanja (terminacije) poziva potrebno je proučiti korisnikovu informisanost o cijenama i njegovu osjetljivost na cjenovne promjene, jer navedeni faktori direktno utiču na konkurentnost na veleprodajnom nivou.

Agencija smatra da korisnici nijesu dovoljno svjesni cijena, pa zato i ne mogu na odgovarajući način uticati na mogućnost operatora mobilnih mreža da povise cijenu završavanja (terminacije) poziva odnosno da cijena završavanja (terminacije) poziva ne bude postavljena znatno iznad troškovno orijentisane cijene navedene usluge. S druge strane, putem prenosivosti brojeva može se očekivati još manja mogućnost povezivanja brojeva sa određenom mobilnom mrežom.

#### **2.3.2.1. Korišćenje alternativnih usluga**

Kako bi mogli uticati na cijenu završavanja (terminacije) poziva, cjenovno osjetljivim korisnicima moraju biti dostupni alternativni načini komuniciranja koje bi oni mogli koristiti u slučaju da se povisi cijena završavanja (terminacije) poziva.

U daljem tekstu Agencija razmatra alternativne načine komuniciranja i njihov stvarni uticaj na cijenu završavanja (terminacije) poziva.

### **2.3.2.2. Pozivi upućeni na brojeve u fiksnim mrežama**

Strana koja upućuje poziv mogla bi koristiti pozive na fiksne brojeve kao potencijalnu supstitutivnu uslugu pozivima na mobilne brojeve. Osnovni argument za ovu tvrdnju je viša cijena završavanja (terminacije) poziva u mobilne mreže koja iznosi 0.10 €/min kod sva tri operatora mobilnih usluga u odnosu na cijenu završavanja (terminacije) poziva u fiksne mreže koja iznosi 0.027 €/min .

Evidentna razlika u cijenama terminacije između mobilne i fiksne mreže od preko 0.07 €/min i pretpostavka da krajnji korisnik zna u kojoj mreži je njegov poziv završio, i koji su troškovi vezani za taj poziv podrazumijeva da bi mogao izbjeći visoke cijene završavanja (terminacije) poziva u mobilnim mrežama tako da osobu koju želi da kontaktira zove na njegov fiksni a ne na mobilni telefon.

Polazeći od navedenog, zbog niže cijene terminacije u fiksnoj u odnosu na mobilne mreže, pozivi na fiksne brojeve mogli bi se smatrati supstitutivnom uslugom. Međutim, s obzirom da operatori mobilnih mreža u svojim tarifnim paketima nude iste maloprodajne cijene za pozive u druge mobilne mreže i u fiksne mreže korisnik se neće opredijeliti i fiksnu uslugu smatrati supstitutivnom uslugom, rukovodeći se razlikom u cijeni završavanja (terminacije) poziva za mobilne i fiksne mreže.

Takođe, fiksni brojevi su vezani za tačno određenu lokaciju, što znači da po svojoj prirodi nijesu mobilni, dok je mobilni broj lični broj, odnosno pozivajući određenu osobu na mobilni broj, korisnik može biti siguran da će dobiti tačno osobu koju zove. Za razliku od mobilnih brojeva, fiksni brojevi nisu personalizovani odnosno fiksni broj je broj svih članova domaćinstva. Sve ovo se može konstatovati iz ponašanja korisnika mobilnih operatora koji upućuju poziv.

U vremenskom periodu u kojem je vršila analizu<sup>10</sup> Agencija je uočila sledeće trendove:

---

<sup>10</sup> Vremenski period obuhvata razdoblje kada su sva tri operatora pružala navedene usluge.

-Korisnici Promonte mreže od ukupnog broja minuta koje su napravili u tom vremenskom razdoblju: na kraju 2007.godine 96,90% minuta a na kraju 2008.godine 97,71% minuta se odnosilo na pozive prema mobilnim mrežama odnosno prema mobilnim brojevima.

-Korisnici T-mobile mreže od ukupnog broja minuta koje su napravili u tom vremenskom razdoblju: na kraju 2007.godine 96,37% minuta a na kraju 2008.godine 90,23% minuta se odnosilo na pozive prema mobilnim mrežama odnosno prema mobilnim brojevima.

-Korisnici Mtel mreže od ukupnog broja minuta koje su napravili u tom vremenskom razdoblju: na kraju 2007.godine 97,24% minuta a na kraju 2008.godine 97,63% minuta se odnosilo na pozive prema mobilnim mrežama odnosno prema mobilnim brojevima.

U skladu sa gore navedenim konstatacijama i podacima, Agencija smatra da se pozivi na fiksne brojeve ne mogu smatrati supstitutom pozivima na mobilne brojeve.

### **2.3.2.3. SMS poruke kao alternativa pozivima unutar iste mreže i pozivima prema drugim mobilnim mrežama i fiksnim mrežama**

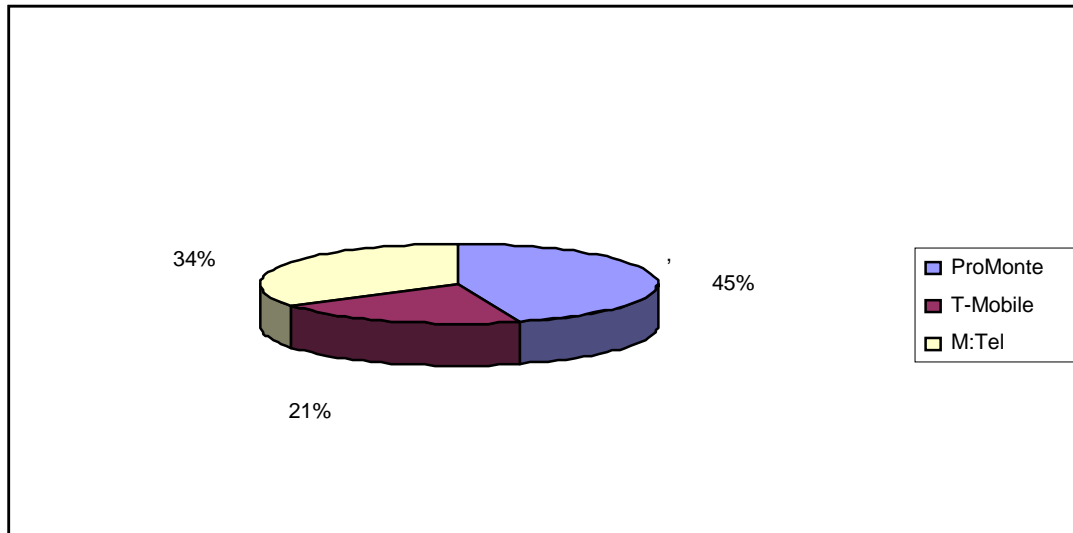
Karakteristike usluge SMS poruka su:

- mogućnost prenošenja samo limitiranog broja znakova po poruci (160 alfanumeričkih znakova);
- SMS poruke se ne prenose u realnom vremenu.

S obzirom da sva tri mobilna operatora u Crnoj Gori omogućavaju svojim korisnicima da šalju SMS poruke i da ostvaruju govorne pozive, odnosno da svojim korisnicima ove usluge nude u okviru kombinovanih paketa (engl. bundle), Agencija smatra da je svakom operatoru u interesu da osigura da ove usluge imaju karakter komplementarnih a ne supstitutivnih usluga.

Tokom 2008. godine registrovano je 1.158.140.248 odlaznih SMS poruka, što predstavlja rast od 40,79% u odnosu na 2007. godinu. Od ovog broja, korisnici ProMonte-a su poslali 519.608.009, M:Tel-a 396.324.365, a T-Mobile 242.207.874 SMS poruka. Njihovo učešće na tržištu SMS poruka je predstavljeno narednim grafikom:

**Slika br.1: Učešće operatora prema broju poslatih SMS poruka**



*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

#### **2.3.2.4. Pozivi preko VoIP-a ( pozivi ka negeografskim kodovima )**

Pozivi korisnika na VoIP broj u Crnoj Gori predstavljaju alternativni način komunikacije. Sa komercijalnim pružanjem VoIP usluga u Crnoj Gori počeli su Crnogorski Telekom, PTT Inženjering i VOIP Telekom.

VoIP Telekom je u 2008. godini imao 5.282 korisnika, od čega je 256 postpaid korisnika a 5.026 prepaid korisnika. Ukupan ostvareni saobraćaj za 2008. godinu iznosio je 385.469 minuta.

PTT Inženjering - ukupan broj postpaid korisnika u 2008. godini je iznosio 1.023, dok je aktivirano 3.277 prepaid kartica. Ukupan ostvareni saobraćaj u 2008. godini je iznosio 162.898 minuta.

Allianace Telecom - ukupno su imali 12 korisnika i ukupan ostvareni saobraćaj za 2008. godinu iznosio je 96.000 minuta.

Pošta Crne Gore - ukupan ostvareni saobaćaj u 2008. godini je iznosio 158.835 minuta.

S obzirom na broj korisnika ove usluge (PTT Inženjering, VOIP Telekom, Alliance Telecom imaju mali broj korisnika - 9594)<sup>11</sup> i kvalitet same usluge, Agencija smatra da pozivi na VoIP brojeve sada a ni u vremenskom periodu na koji se odnosi analiza ne mogu se smatrati supstitutom pozivima na mobilne brojeve.

### **2.3.3. Ponašanje strane (korisnika) koji prima poziv**

Korisnik koji prima poziv nije osjetljiv na trošak i cijenu završavanja (terminacije) poziva. Međutim, postoje slučajevi kada je strana koja prima poziv osjetljiva na malo ali značajno trajno povećanje u cijeni završavanja (terminacije) koje se manifestuje u višoj maloprodajnoj cijeni za stranu koja je uputila poziv. To je evidentno u sledećim slučajevima:

1. „Zatvorene grupe korisnika“ – koju čini grupa korisnika, pretplatnika operatora mobilne mreže, i njen smisao je da zadrže govorne pozive unutar određene mreže nudeći jeftinije maloprodajne cijene za korisnike te grupacije. Svaki član porodice ili korisnik poslovne mreže osjetljiv je na maloprodajnu cijenu poziva odnosno cijenu koju plaća strana koja poziva iz razloga što će više cijene telekomunikacionih usluga uticati i na njegove više izdatke. Posmatrajući situaciju na domaćem tržištu elektronskih komunikacija, Agencija je mišljenja da je uticaj navedenih grupa prenizak da bi djelovao kao prepreka operatorima u slučaju da odluče povisiti cijenu završavanja (terminacije) poziva.

2. „Tarifni paketi“ – na Crnogorskom tržištu mobilni operatori nude tarifne pakete koji u sebi sadrže govorne usluge (mobilne telefonije) i usluge interneta. Prednosti ovakve usluge jeste dolazak samo jednog računa za sve stavke, kvalitet ponuđenih servisa i ukupna cijena povezanog proizvoda. Međutim, Agencija nema dokaza koji bi ukazivali na to da kombinovani paketi mogu predstavljati prepreku operatorima koji žele povisiti cijenu završavanja (terminacije) poziva, odnosno da je mala vjerovatnoća da bi krajnji korisnici tarifne kombinovane pakete birali na osnovu cijene završavanja (terminacije) poziva u mobilnim mrežama. Iz navedenog proizlazi da bi mobilni operator, koji nudi kombinovani

---

<sup>11</sup> Izvor: Godišnji izvještaj Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost za 2008. godinu.

paket usluga , bio u mogućnosti da poveća cijenu završavanja (terminacije) poziva u mobilnoj mreži i istovremeno smanji cijenu neke druge usluge koja se nudi u kombinovanom paketu s obzirom da je korisnik osjetljiv samo na iznos ukupne cijene kombinovanog tarifnog paketa.

## **Zaključak**

Uzimajući u obzir da je u Crnoj Gori važeći CPP (**eng. *Caling Party Pays***) princip, Agencija je analizirajući zamjenjivost na strani potražnje na maloprodajnom nivou posmatrala ponašanje strane koja upućuje poziv i strane koja prima poziv, i zaključila sledeće:

Analizom stepena supstitucije na strani tražnje i korišćenje alternativnih tehnologija, Agencija je konstatovala da poziv na fiksni broj, VoIP broj ili SMS poruka nisu supstitutivne usluge usluzi poziva ka mobilnim brojevima.

Agencija zaključuje da tražnja za uslugom završavanja (terminacije) poziva na veleprodajnom nivou proizlazi iz:

- tražnje za uslugama poziva na broj u određenoj mobilnoj mreži;
- tražnje za uslugama poziva na broj u određenoj mobilnoj mreži kad je poziv započeo u istoj mreži, dakle kao usluga za sopstvene potrebe.

Ukupno gledajući, Agencija je mišljenja da, uzevši u obzir okolnosti kao što su: trenutni stepen razvoja tehnologije, CPP (**eng. *Caling Party Pays***) princip i nedostatak odgovarajućih prepreka na tržištu, operatori mobilnih mreža, u odsustvu regulacije, koriste da zadrže cijenu terminacije na visokom nivou.

### **2.3.4. Supstitucija na strani ponude – maloprodajni nivo**

Supstitucija na strani ponude na maloprodajnom nivou bila bi moguća u slučaju da korisnik posjeduje SIM karticu koja bi mu omogućavala da u istom trenutku bude prisutan na svim mrežama. U slučaju da je navedeno moguće, operator čiji je korisnik nazvao takvog korisnika mogao bi izabrati operatora preko kojeg će završiti (terminirati) poziv. S obzirom da navedeno trenutno nije moguće i po mišljenju Agencije navedeno neće biti moguće u vremenskom periodu na koji se odnosi ova analiza tržišta, Agencija zaključuje da ne postoji supstitucija na strani potražnje na maloprodajnm nivou.

### **2.3.5. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – veleprodajni nivo**

Prije analize stepena supstitucije na strani tražnje na veleprodajnom nivou, važno je napomenuti da je usluga završavanja (terminacije) poziva specifična. Naime, uslugu završavanja (terminacije) poziva nude svi operatori na tržištu koji imaju krajnje korisnike priključene na sopstvenu mrežu. Na crnogorskom tržištu ove usluge su definisane komercijalnim ugovorima između mobilnih operatora. Gledajući tehničke karakteristike usluga može se reći da se radi o približno istim karakteristikama kod sve tri mreže.

Uzimajući u obzir tražnju na maloprodajnom nivou, odnosno činjenicu da ne postoji održiva supstitutivna usluga pozivu na broj u mobilnoj mreži, Agencija je mišljenja da na veleprodajnom nivou, takođe, ne postoji održiva supstitutivna usluga usluzi završavanja (terminacije) poziva na broj u određenoj mobilnoj mreži. Naime, korisnik bilo kojeg operatora u mogućnosti je nazvati korisnika bilo kojeg operatora. U skladu s navedenim, operator čiji je korisnik uputio poziv nema druge mogućnosti nego platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva operatoru čijeg korisnika je nazvao njegov korisnik.

Iz navedenog proizlazi da na veleprodajnom nivou ni jedan operator nema mogućnost izbora operatora kome će platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva, jer je može platiti samo onom operatoru čijeg je korisnika nazvao njegov korisnik.

Na kraju, Agencija je mišljenja da na veleprodajnom nivou *ne postoji* supstitucija na strani tražnje, odnosno da je relevantno tržište završavanja (terminacije) poziva posebno za svakog mobilnog operatora na tržištu.

### **2.3.6. Supstitucija na strani ponude – veleprodajni nivo**

Agencija je analizirala može li potencijalna konkurentska kompanija i uz relativno male troškove ponuditi uslugu završavanja (terminacije) poziva trećoj strani kao odgovor malom, ali značajnom i trajnom povećanju cijena usluge od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom.

O zamjenjivosti na strani ponude na veleprodajnom nivou može se govoriti u slučaju da određeni operator ima mogućnosti ponuditi operatoru, čiji je korisnik uputio poziv, da plati naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva od



njega umjesto od operatora čijeg je korisnika njegov korisnik nazvao. Međutim, zbog nedostatka pristupa podacima SIM kartice samog korisnika navedeno trenutno nije moguće niti će po mišljenju Agencije navedeno biti moguće u vremenskom razdoblju na koje se odnosi ova analiza tržišta. Drugim riječima, poziv može završiti (terminirati) samo u mreži operatora čiji se korisnik nazvao i ni jedan operator nije u mogućnosti ponuditi završetak (terminaciju) poziva u svoju mrežu, a da istovremeno poziv primi korisnik neke druge mreže.

## **2.4. Dodatni faktori koji utiču na određivanje relevantnog tržišta u domenu usluga**

### **2.4.1. Mreže treće generacije 3G**

U Crnoj Gori postoje tri mobilna operatora – Promonte, T-Mobile i Mtel. Odlukom o ishodu međunarodnog javnog tendera sprovedenog u periodu 2006/2007 godine, u skladu sa Zakonom o telekomunikacijama, sva tri mobilna operatora u Crnoj Gori su dobila licencu za građenje, posjedovanje i eksploataciju mobilne javne telekomunikacione mreže i pružanje mobilnih javnih telekomunikacionih servisa u skladu sa IMT 2000/UMTS (3G) standardom. Početak implementacije ovih sistema u zemljama Evropske Unije vezan je za EU Odluku od 14. decembra 1998. godine o koordinisanom uvođenju mobilnih radiokomunikacionih sistema treće generacije. U međuvremenu, u svim zemljama Evropske Unije i mnogim zemljama iz okruženja dodijeljene su 3G licence.

Uporedo sa sve ukupnim razvojem informatičkog društva, kod korisnika se pojavila rastuća potreba za negovornim servisima sa dodatom vrijednošću, koji se sve intenzivnije javljaju u ponudi pružalaca servisa i operatora mobilnih mreža u svijetu.

Veliki korak u razvoju mobilnih telekomunikacionih mreža i njihovom prilagođavanju zahtjevima korisnika, predstavljali su standardi treće generacije (3G) koji treba da obezbijede punu integraciju u prenosu govornog signala i signala podataka, uz globalno pokrivanje. Ovi sistemi treba da omoguće pristup velikom broju telekomunikacionih servisa koje podržavaju fiksne telekomunikacione mreže (npr. PSTN/ISDN/IP), kao što je izuzetno kvalitetan pristup Internet-u, mogućnost prenosa slike i zvuka u realnom vremenu, mogućnost direktnog praćenja televizijskog programa, mogućnost obavljanja

različitih transakcija u kojima mobilni terminal može imati ulogu bankovnog terminala ili platne bežične kartice i mogućnost pružanja drugih servisa karakterističnih za mobilne korisnike. Mobilne komunikacione mreže treće generacije nude bolje iskorišćenje radio-frekvencijskog spektra, kao ograničenog prirodnog resursa, u poređenju sa celularnim mobilnim radio sistemima prve i druge generacije.

2G i 3G mobilni uređaji podržavaju govorne pozive i slanje i primanje SMS poruka. U skladu sa ovim, korisnik mobilnog uređaja koji podržava 2G tehnologiju može razgovarati sa korisnikom koji koristi mobilni uređaj koji podržava 3G tehnologiju i obrnuto. Navedeno takođe znači da odabir uređaja na koji će poziv završiti (terminirati) nema nikakav uticaj na samu uslugu odnosno dolazni poziv.

U praksi, korisnik mobilnih mreža ne zna hoće li poziv koji je uputio završiti (terminirati) na mobilnom uređaju koji podržava 2G ili 3G tehnologiju. Rezultat navedenog je da će korisnik za ostvarivanje poziva platiti istu naknadu nezavisno od tehnologije na kojoj je poziv završio.

Agencija na osnovu prethodno navedenog, odnosno na *osnovu principa tehnološke neutralnosti* smatra da ne postoji razlika između poziva koji je završio u 3G mreži u odnosu na poziv koji je završio u 2G mreži iz čega proizlazi da se navedene tehnologije smatraju supstitutnom uslugom na strani potražnje odnosno dijelom istog tržišta.

## **2.5. Relevantno geografsko tržište**

Geografska dimenzija relevantnog tržišta je određeno geografsko područje na kojem se javno nude telekomunikacione usluge koje čine relevantno tržište. U Crnoj Gori telekomunikacione usluge u mobilnim mrežama nude operatori Promonte, T-Mobile i Mtel.

Agencija geografsku dimenziju posmatra pojedinačno za svakog operatora. Svaki od tri operatora koji djeluju na tržištu imaju odobrenja za pružanje usluga i nude telekomunikacione usluge na čitavoj teritoriji Crne Gore. Takođe, pravni i regulatorni okvir vezan za područje elektronskih komunikacija je isti na cijeloj teritoriji Crne Gore.

U skladu s navedenim, Agencija geografsku dimenziju relevantnog tržišta određuje kao teritoriju Crne Gore i to za sva tri operatora koji nude svoje usluge na tržištu.

## **2.6. Zaključak Agencije o definiciji relevantnog tržišta**

Na osnovu sprovedene analize, Agencija je odredila tri relevantna tržišta završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama:

- Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora Promonte-a nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo;
- Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora T-mobile-a nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo;
- Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora MTel-a nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo;

Predhodno navedena tržišta uključuju završavanje (terminaciju) poziva u mobilnim mrežama nezavisno da je li poziv završio na mobilnom uređaju koji podržava 2G ili 3G tehnologiju.

U svim slučajevima dio tržišta su i pozivi koji počinju u sopstvenoj mreži operatora (self supply), uzimajući u obzir da bi se porast cijene na tim hipotetičkim tržištima odrazio u porastu troškova sopstvenih maloprodajnih cijena.

Agencija određuje da je relevantno tržište sa geografskog aspekta za završavanje (terminaciju) poziva koju nude operatori Promonte, T-Mobile i Mtel teritorija Crne Gore.

## **3. Analiza relevantnog tržišta**

### **3.1. Cilj i predmet analize relevantnog tržišta**

Saglasno odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama, poglavlje V 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 izračunava tržišno učešće na određenom relevantnom tržištu i tumači ga u skladu sa Smjericama Evropske komisije o relevantnim tržištima.

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

U procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage na relevantnom tržištu koje je predmet analize, Agencija primijenjuje kriterijume u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama:

- 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 ili finansijskim resursima;
- 11) da li kontroliše infrastrukturu, čiji se obim ne može lako udvostručiti;
- 12) povezanost usluga.

Agencija ocjenjuje da je za analizu ovog relevantnog tržišta od najveće važnosti analiza sledećih kriterijuma:

### 3.1.1. Tržišna učešća operatora na relevantnom tržištu

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

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 kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage na nekom relevantnom tržištu, malo je vjerovatno da će operator koji nema značajno tržišno učešće imati značajnu tržišnu snagu. Prema tome, operator čije tržišno učešće ne premašuje 25% vjerovatno neće imati značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu i u skladu s tim, operator čije tržišno učešće premašuje 50% je sam po sebi, osim u izuzetnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja značajne tržišne snage.

Nadalje, možemo smatrati da operator na određenom tržištu ima značajno tržišno učešće ukoliko je isti stabilan kroz određeni vremenski period. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su smanjivanja tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim udjelima ogledaju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga, koje operator nudi na tržištu.

Međutim, visoko tržišno učešće nije jedino i odlučujuće mjerilo u procjenjivanju statusa značajne tržišne snage. U skladu sa navedenim, Agencija je mišljenja kako u obzir treba uzeti i druge kriterijume kako bi utvrdila postoji li na određenom tržištu operator koji djeluje nezavisno od konkurencije i od korisnika.

Isto tako, budući da je tržište završavanja (terminacije) poziva specifično i posebno za svakog operatora, Agencija je utvrdila da svaki od mobilnih operatora ima **100% tržišno učešće** u sopstvenoj mreži i samim tim na relevantnom tržištu.

### 3.1.2. Trenutno stanje konkurencije na relevantnom tržištu

#### *Kretanje penetracije u mobilnoj telefoniji*

Stepen penetracije u mobilnoj telefoniji je učešće stanovnika koji posjeduju mobilni uređaj u ukupnom stanovništvu. Za izračunavanje ovog indikatora koristi se broj korisnika usluga mobilnih mreža koji su bili aktivni u zadnjih šest mjeseci nezavisno o tome da li je riječ o korisnicima s pretplatničkim odnosom (**eng. post-paid customers**) ili korisnicima bez pretplatničkog odnosa (**eng. pre-paid customers**)

**Slika br.2: Pregled stepena penetracije u mobilnoj telefoniji u vremenskom razdoblju koje je predmet analize:**



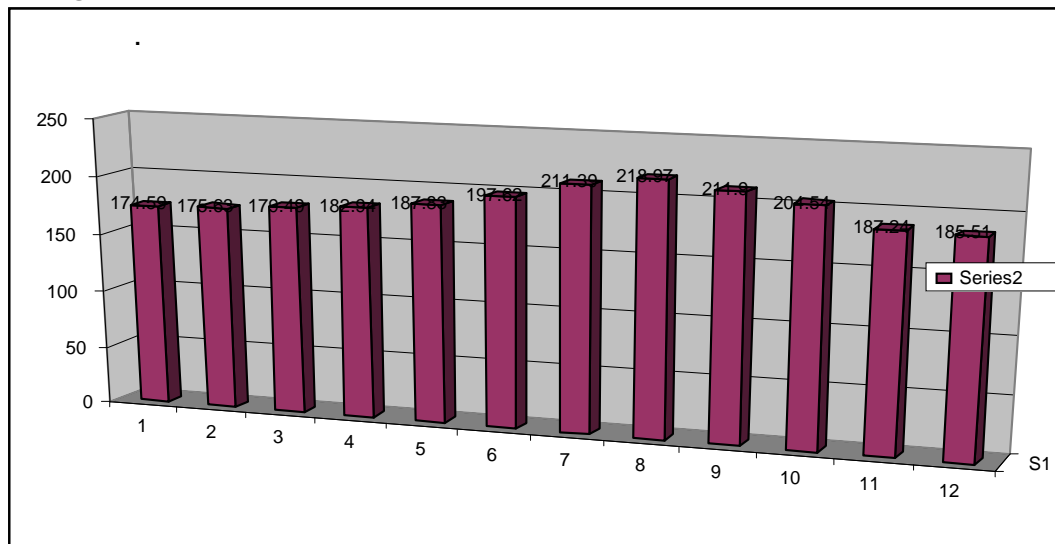
*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

Treći operator na crnogorskom tržištu - Mtel, počeo je sa komercijalnim radom u julu mjesecu 2007.godine. U trenutku ulaska trećeg mobilnog operatora Mtel-a na tržište, stopa penetracije se kretala oko 96%. Kao što je i vidljivo iz gornjeg grafika, penetracija korisnika pokazuje stalan rast. Već na kraju prvog mjeseca nakon ulaska trećeg mobilnog operatora Mtel-a, penetracija je zabilježila rast, od čega je Mtel imao 5.16% od mogućih 100% korisnika. Penetracija korisnika je na početku posmatranog razdoblja obuhvatala samo dva mobilna operatora,

Promonte i T-Mobile, da bi od kraja 2007.godine, (tj. od 2007/2 na grafikonu), odnosno šest mjeseci nakon ulaska trećeg mobilnog operatora narasla za 47.42%. Od početka 2006. godine do kraja 2008. godine penetracija korisnika je narasla za 89% odnosno iznosila je 185.51%.<sup>12</sup>

Tokom 2008. godine, penetracija se kretala od 174,59% u januaru , do 218,97% u avgustu, što je posljedica turističke sezone.

**Slika br.3: Kretanje penetracije mobilne telefonije, po mjesecima tokom 2008.godine**



*Izvor: podaci iz Mjesečnih izoještaja operatora*

Na kraju decembra 2008. godine broj korisnika mobilne telefonije u Crnoj Gori iznosio je 1.150.459 što odgovara penetraciji od 185,51%. U odnosu na isti period 2007. godine, broj korisnika je veći za 9,99%. Od ovog broja je 871.611 prepaid korisnika, dok je postpaid pretplatnika 278.848.

### ***Kretanje cijene terminacije poziva u mobilnim mrežama***

U junu mjesecu 2007.godine potpisani su novi ugovori o interkonekciji između MTEL-a kao novog operatora, koji pruža mobilne javne telekomunikacione servise i javne fiksne telekomunikacione servise, i operatora koji su već poslovali u Crnoj Gori.

<sup>12</sup> Napomena: Agencija za posmatrani period nema konačnu definiciju korisnika.

Glavne karakteristike koje su značajne za navedene izmjene ugovora i nove ugovore bile su sljedeće:

- cijena servisa terminacije poziva u fiksnu mrežu (Crnogorskog Telekoma i MTEL-a na nacionalnom nivou) iznosi 3 €/min, što predstavlja smanjenje ove cijene od preko 50% (prethodna cijena je bila 6.1 €/min).
- cijena servisa terminacije poziva u mobilnu mrežu (ProMonte, T-Mobile, MTEL) iznosi 10 €/min. Na ovaj način se otklonila diskriminacija koja je bila prisutna u prethodno važećim ugovorima o interkonekciji, naime cijena je zavisila od toga da li poziv dolazi iz fiksne ili iz mobilne mreže (za pozive iz fiksne mreže cijena terminacije je iznosila 14 €/min, a za pozive iz druge mobilne mreže cijena terminacije je iznosila 3 €/min).

**Pregled br. 1: Cijena usluge završavanja (terminacije) poziva**

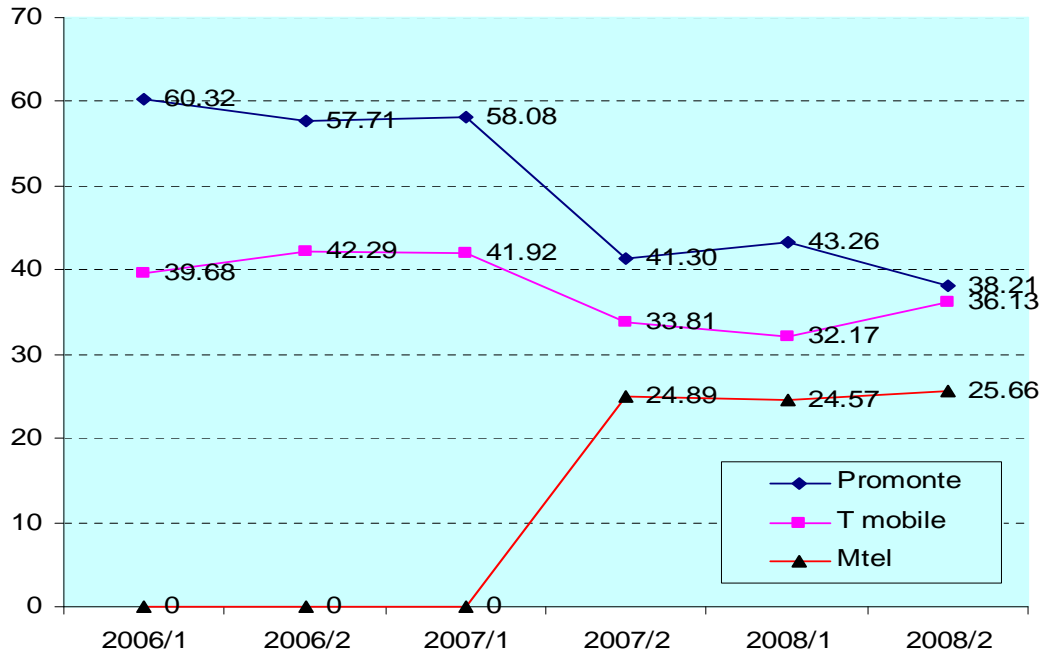
Naziv operatora	2006/2		2007/1		2007/2 <sup>13</sup>		2008/1		2008/2	
	Iz druge mobilne mreže	Iz fiksne mreže	Iz druge mobilne mreže	Iz fiksne mreže	Iz druge mobilne mreže	Iz fiksne mreže	Iz druge mobilne mreže	Iz fiksne mreže	Iz druge mobilne mreže	Iz fiksne mreže
T-mobile	0.03	0.14	0.03	0.14	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Promonte	0.03	0.14	0.03	0.14	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Mtel	/	/	/	/	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10

<sup>13</sup> Prikazane cijene su se počele koristiti u junu 2007



### 3.1.2.1.Tržišno učešće operatora prema broju korisnika

Slika br. 4: Prikaz tržišnog učešća operatora prema broju korisnika:



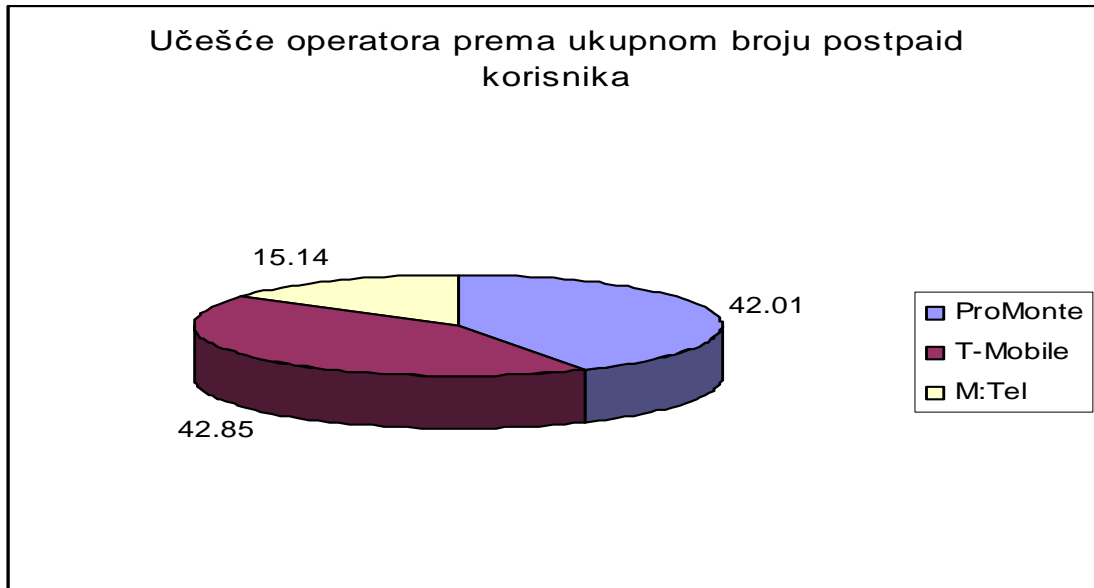
Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu

Gornji grafik prikazuje kretanje tržišnih učešća operatora prema broju korisnika u posmatranom periodu. Iz slike se može vidjeti da treći mobilni operator Mtel od ulaska na tržište pa do kraja drugog polugodišta 2008. godine ostvario minimalan pad, a zatim do kraja drugog polugodišta 2008.godine ostvaruje rast broja korisnika. Takođe, gledajući broj korisnika, Mtel je povećavao svoje tržišno učešće na način da je, osim novih korisnika, uzimao korisnike i od Promonte-a i T-Mobile-a. Iz navedenog grafika takođe je vidljivo da postoji velika razlika u broju korisnika Mtel-a u odnosu na Promonte i T-mobile, koji se mogu smatrati operatorima sa vrlo sličnim tržišnim udjelom.

Od 1.150.459 korisnika mobilne telefonije u Crnoj Gori na kraju 2008.godine, mobilni operator ProMonte je imao 439.599 korisnika, T-Mobile 415.669 korisnika i M:Tel 295.191 korisnika, ili procentualno: ProMonte 38,21%, T-Mobile 36,13%, M:Tel 25,66%.

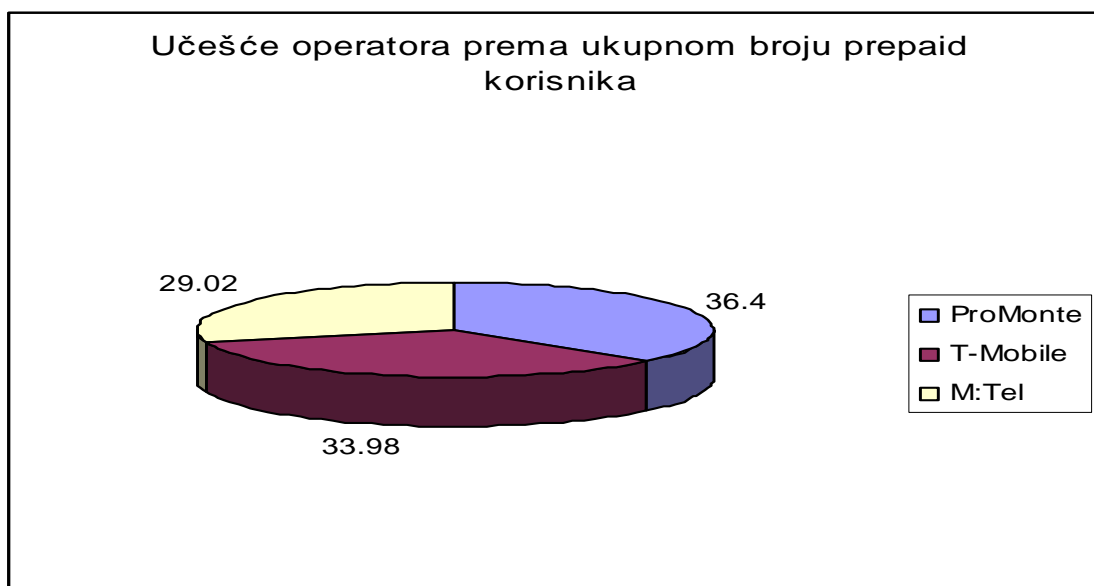
Od 871.611 prepaid korisnika ProMonte je imao 322.456, T-Mobile 296.169, M:Tel 252.986, a od 278.848 postpaid pretplatnika T-Mobile je imao 119.500. ProMonte 117.143, a M:Tel 42.205.

Slika br.5: Pregled nivoa učešća operatora prema ukupnom broju postpaid korisnika



Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu

Slika br.6: Pregled nivoa učešća operatora prema ukupnom broju prepaid korisnika

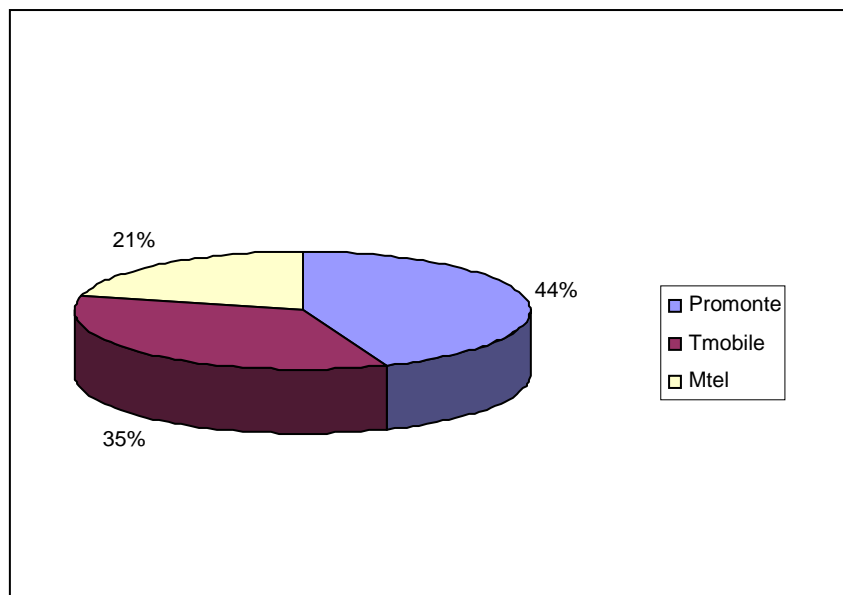


Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu

### 3.1.2.2. Tržišno učešće operatora prema broju odlaznih minuta razgovora

Porast broja korisnika u 2008. godini doprinio je porastu saobraćaja gledano prema broju ostvarenih odlaznih minuta razgovora. Tokom 2008. korisnici sva tri crnogorska operatora mobilne telefonije ostvarila su 1.178.759.787 minuta odlaznih poziva, što je rast od 30,7% u odnosu na prethodnu godinu. Od ovog broja, korisnici ProMonte-a ostvarili su 519.256.591, T-Mobile 410.369.044, a M:Tel 249.134.142 odlaznih minuta razgovora.

**Slika br.7: Pregled nivoa učešća operatora prema broju odlaznih minuta razgovora**

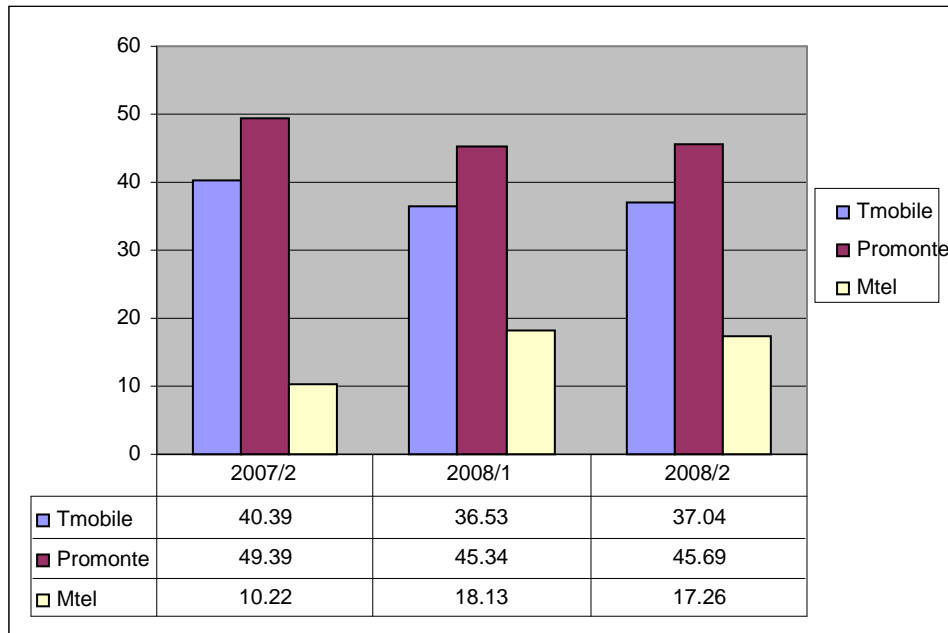


*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

### 3.1.2.3. Tržišna učešća operatora prema broju terminiranih minuta iz drugih mreža

Pregled koji slijedi pokazuje učešće minuta poziva pojedinih operatora koji dolaze iz svih nacionalnih mreža (mobilnih i fiksnih). Nisu uključeni dolazni (terminirani) minuti iz međunarodnih mreža, s obzirom da nijesu sastavni dio tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu.

**Slika br.8: Tržišna učešća operatora prema broju minuta koji terminiraju iz drugih nacionalnih mreža**



*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

Vidljivo je da najveće učešće dolaznih poziva ima Promonte. Iz navedenog grafikona takođe je vidljiva vrlo velika razlika između Promonte-a i T-mobile-a, s jedne strane, i trećeg mobilnog operatora Mtel-a s druge strane, do drugog polugodišta 2008.godine. Kroz posmatrani period primjećuje se da ulaskom trećeg operatora Promonte i T-Mobile u početku bilježe blagi pad u broju terminiranih minuta. Nadalje, treći operator u prvom polugodištu 2008.godine bilježi blagi rast, da bi na kraju drugog polugodišta 2008.godine bilježio blaži pad na 17.26% terminiranih minuta na tržištu.

### **3.2. Kompenzaciona kupovna moć**

Kompenzaciona kupovna moć postoji u situaciji kada određeni operator ima veliku pregovaračku moć, a samim time i značajan uticaj na konkurenciju, kojom onemogućava da se operator sa značajnim tržišnim učešćem ponaša nezavisno od konkurencije i korisnika.

Kompenzaciona kupovna moć proizlazi iz velikog učešća kojom operator učestvuje u ukupnim prihodima drugog operatora kada na tržištu postoji

mogućnost izbora pružaoca usluge ili kada je operator u mogućnosti samostalno pružati određenu uslugu.

Veleprodajna usluga završavanja (terminacije) poziva je vrlo specifična, a trenutno stanje tehnologije na veleprodajnom nivou ne omogućava nikakvu supstituciju na strani ponude zbog čega operator čiji je korisnik započeo poziv ne može ugovoriti niti platiti naknadu za završavanje (terminaciju) poziva nekom drugom operatoru, već samo operatoru pozvanog korisnika. U skladu sa navedenim, zbog mogućnosti ostvarivanja govorne komunikacije medju korisnicima različitih mreža, svi operatori na tržištu nude uslugu završavanja (terminacije) poziva. ProMonte, Tmobile i M:Tel, na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenim mobilnim javnim komunikacionim mrežama posjeduju 100% tržišnog učešća.

Da bi se analizirala kompenzaciona kupovna moć razmatraju se sledeći međusobni odnosi:

- Odnos operatora T-Mobile prema operatoru Promonte;
- Odnos operatora Promonte prema operatoru T-Mobile.
- Odnos operatora T-Mobile prema operatoru Mtel;
- Odnos operatora Mtel prema operatoru T-Mobile;
- Odnos operatora Promonte prema operatoru Mtel;
- Odnos operatora Mtel prema operatoru Promonte;

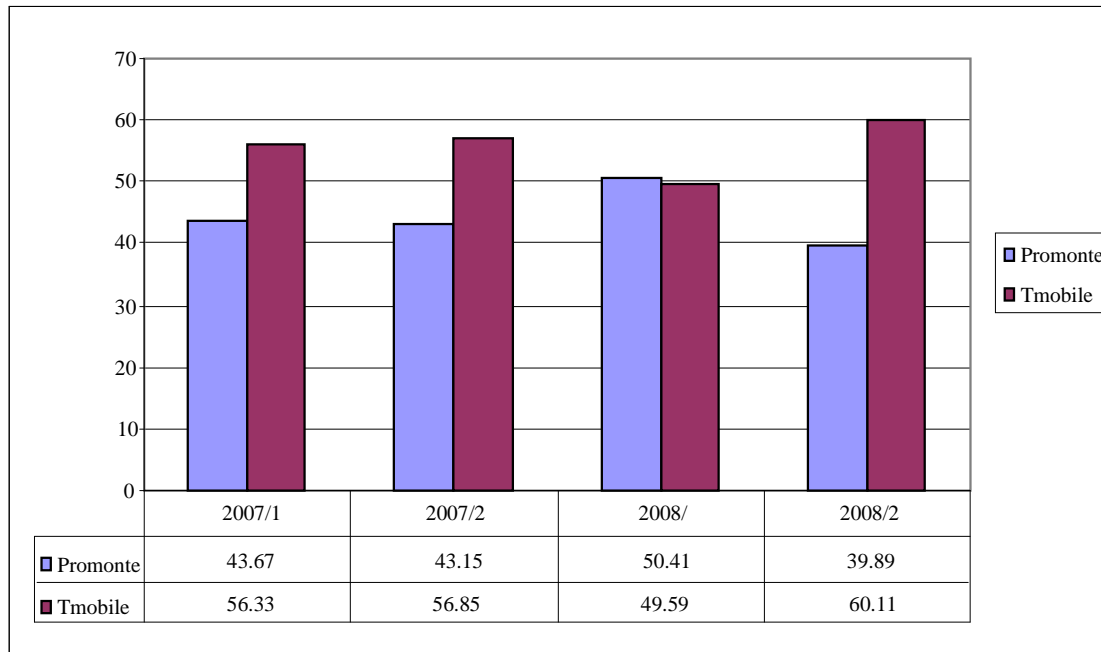
Na osnovu podataka koji su obrađeni u ovom dokumentu, odnosno na osnovu tržišnog učešća operatora prema broju korisnika, prema prihodima od dolaznog (terminiranog) saobraćaja i ukupnom broju dolaznih (terminiranih) minuta, možemo konstatovati nijedan od operatora na ovom relevantnom tržištu nema kompenzacionu kupovnu moć kojom bi vršili značajan uticaj na drugog operatora i njegovu cijenu.

### **3.2.1. Razlika u količini dolaznog i odlaznog saobraćaja između operatora na tržištu**

Ovaj kriterijum može pomoći pri utvrđivanju stvarnog stanja na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu javnu komunikacionu mrežu.

Naime, što je korisnička baza mobilnog operatora manja u poređenju sa drugim operatorima na tržištu, broj odlaznih poziva tog operatora prema tim drugim operatorima je znatno veći iz čega proizlazi da su i troškovi za uslugu završavanja (terminacije) poziva tog operatora znatno viši od prihoda koje ostvaruje na istoj usluzi.

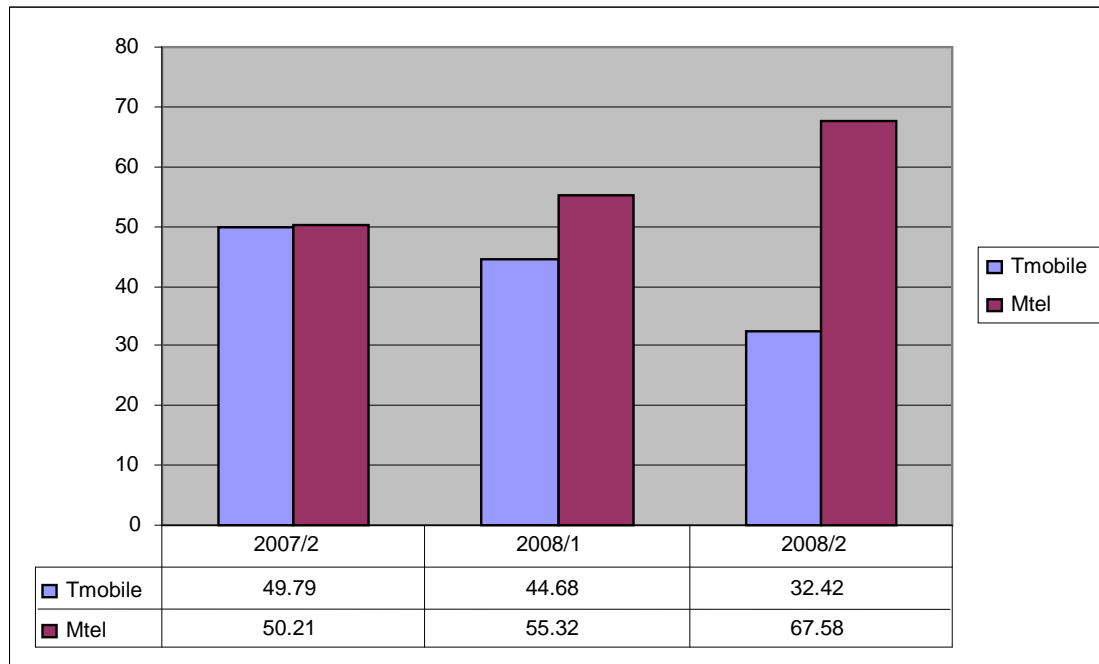
**Slika br.10: Uporedni prikaz međusobnog saobraćaja Promonte i T-mobile**



*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

Iz navedenog grafika je vidljivo da je odnos međusobnih poziva između Promonte-a i T-Mobile-a relativno stabilan do drugog polugodišta 2008.godine, kada T-mobile bilježi porast u odnosu na Promonte za oko 20%. Agencija iz navedenog zaključuje da su troškovi i prihodi koje operatori ostvaruju za uslugu završavanja (terminacije) poziva približni.

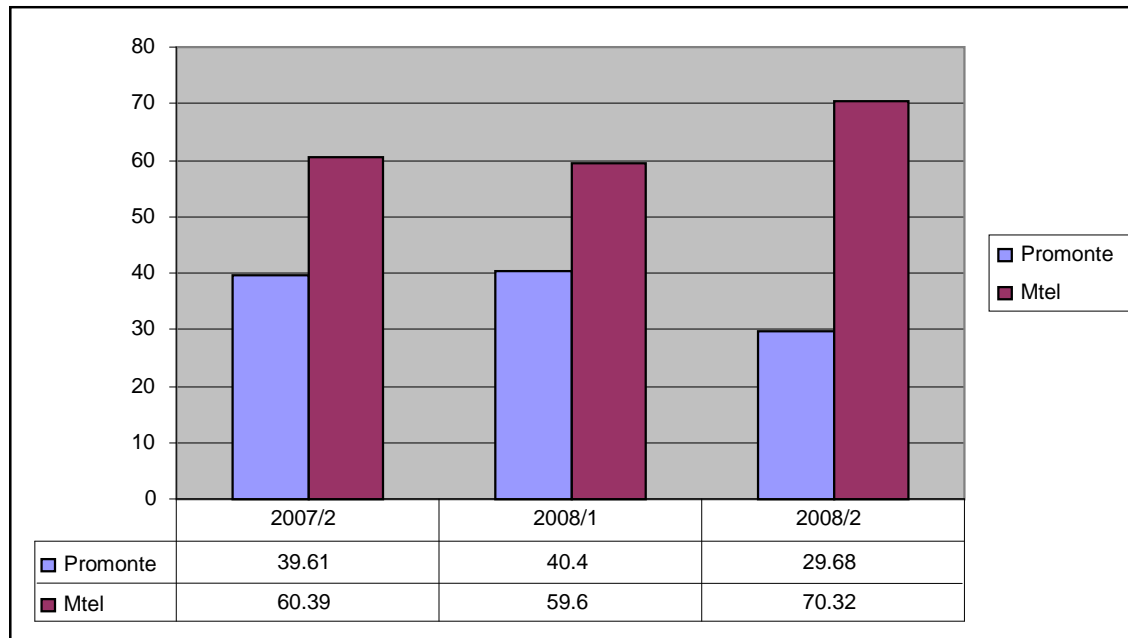
Slika br.11: Uporedni prikaz međusobnog saobraćaja T-mobile i Mtel



Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu

Iz navedenog grafika može se zaključiti da je ulaskom trećeg operatora na tržištu, približno isti obim završavanja u njegovoj mreži i mreži Tmobile-a. U prvom polugodištu 2008.godine Mtel, novi igrač na tržištu, bilježi porast od preko 10% u obimu saobraćaja koji završava u mreži T-mobile-a, da bi na kraju drugog polugodišta 2008.godine bilježio porast, odnosno dolazi do asimetrije u obimu dolaznog saobraćaja između Mtel-a i T-mobile-a, sa evidentnom razlikom od 35%. Iz svega navedenog, Agencija zaključuje da je Mtel operator koji više plaća, nego što naplaćuje uslugu završavanja (terminacije) poziva (*eng. net-payer*) prema T-mobile-u.

Slika br.12: Uporedni prikaz međusobnog saobraćaja Promonte-a i Mtel-a



Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu

Iz navedenog grafika je vidljivo da je veći broj odlaznih poziva iz Mtel-a u Promonte, nego iz Promonte-a u Mtel. Po mišljenju Agencije, iz ovog grafika je takođe vidljivo da postoji asimetrija na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu javnu komunikacionu mrežu, odnosno da je od kraja prvog polugodišta 2008. godine do kraja drugog polugodišta 2008. godine došlo do povećanja asimetrije u količini dolaznog saobraćaja između mobilnih operatora Promote-a i Mtel-a. Drugim riječima, Agencija iz navedenog zaključuje da je Mtel (*eng. net-payer*) i prema Promonteu.

### 3.3. Ekonomija obima

Ekonomija obima ima za rezultat smanjivanje jediničnih (prosječnih) troškova pružanja usluge, zbog povećanog obima pruženih usluga. Razvoj i izgradnja mreže zahtijeva velika kapitalna ulaganja i uglavnom nosi sa sobom i velike nenadoknadle troškove (*eng. Sunk costs*) odnosno troškove koji se neće moći nadoknaditi ako novi operator odluči ili bude prisiljen da napusti tržište.

Uzevši u obzir činjenicu da su potrebna izrazito velika ulaganja da bi ostvario značajnu geografsku pokrivenost signalom, Agencija ocjenjuje da svi postojeći operatori uživaju prednosti ekonomije obima. Međutim, ako se prednosti

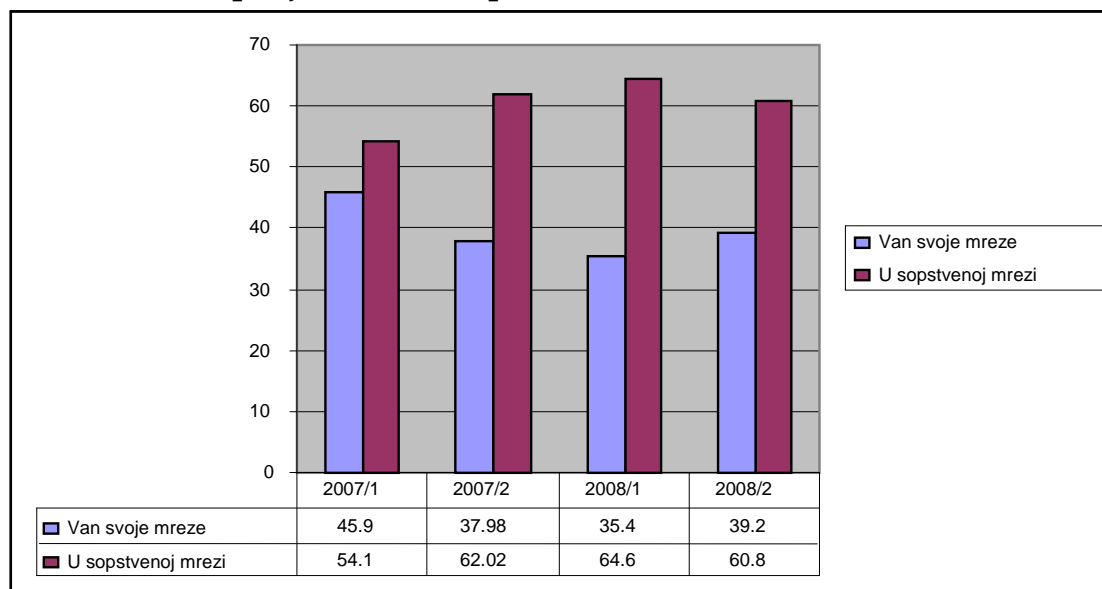


ekonomije obima sagledavaju iz ugla odnosa odlaznih poziva unutar i izvan mreže postojećih operatora, možemo konstatovati da operatori Promonte i T-mobile uživaju prednosti ekonomije obima, što nije slučaj sa operatorom Mtel.

### 3.3.1. Odnos saobraćaja unutar mreže i prema drugim mrežama

Analizom podataka, Agencija će razmatrati koliko saobraćaja svaki pojedini operator mobilnih mreža ostvaruje unutar svoje mreže, odnosno koliko saobraćaja završava u drugim mrežama za koje mora platiti trošak završavanja (terminacije) poziva. Naime, na osnovu ekonomije obima što operator ostvaruje više poziva unutar sopstvene mreže jedinični trošak za sopstvenu uslugu završavanja (terminacije) poziva je manji, odnosno što operator više saobraćaja ostvaruje unutar sopstvene mreže manje saobraćaja završava (terminira) u drugim mrežama. Drugim riječima, troškovi završavanja (terminacije) poziva koje moraju platiti operatoru u čijoj je mreži poziv završio su niži.

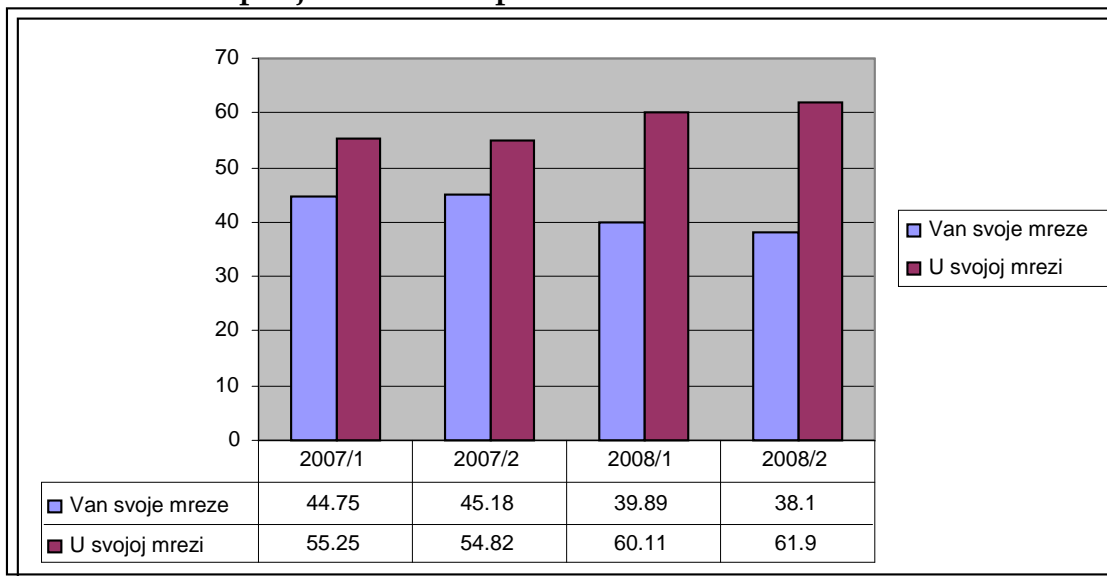
**Slika br.13: Raspodjela odlaznih poziva unutar i izvan mreže T mobile-a**



*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

Iz navedenog grafika je vidljivo da T-Mobile ostvaruje ekonomiju obima od drugog polugodišta 2007 godine, iz razloga što oko 60% saobraćaja ostvaruje unutar sopstvene mreže. Takođe, T-Mobile bilježi slab pad saobraćaja unutar sopstvene mreže u drugoj polovini 2008.godine.

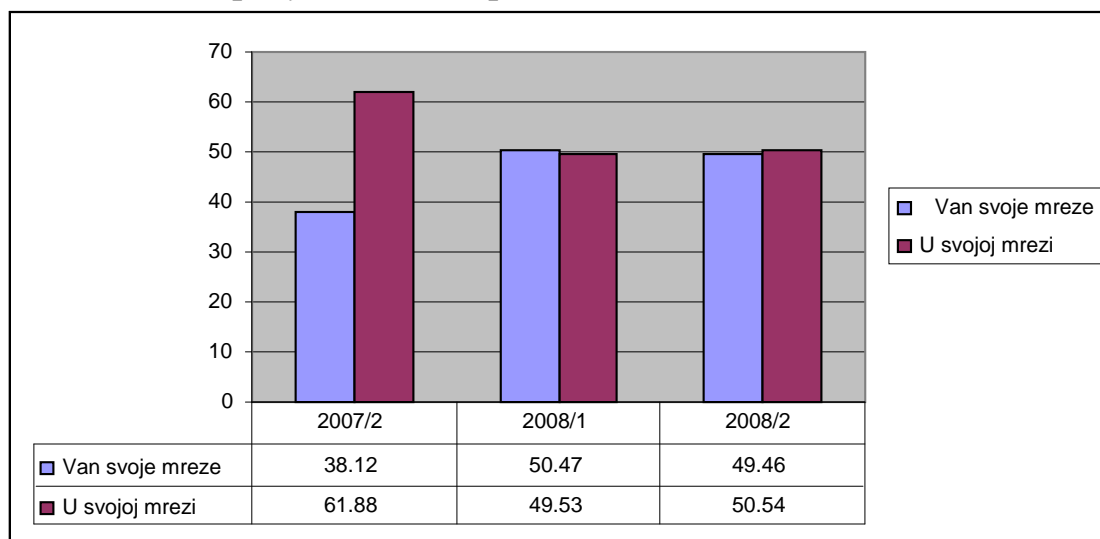
**Slika br.14: Raspodjela odlaznih poziva unutar i van mreže Promonte-a**



*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

Iz navedenog grafika može se zaključiti da Promonte u ukupnom iznosu više poziva ostvaruje u svojoj mreži, nego van svoje mreže, i to kroz cijeli analizirani period. Takođe, evidentno je da je tokom 2008.godine najveća razlika u obimu saobraćaja ostvarenog u sopstvenoj mreži i saobraćaja ka ostalim mrežama, i iznosi preko 20%.

**Slika br.15: Raspodjela odlaznih poziva unutar i izvan mreže Mtel-a**



*Izvor: Podaci iz Upitnika za mobilnu mrežu*

Iz navedenog može se zaključiti da Mtel ulaskom na crnogorsko tržište ostvaruje više poziva koji završavaju u njegovoj mreži u odnosu na pozive koji završavaju u ostalim mrežama, da bi u toku 2008.godine taj odnos poziva bio približno isti.

### 3.3.2. Odnos maloprodajnih cijena poziva unutar mreže i izvan mreže

Agencija daje prikaz tarifnih paketa mobilnih operatora za post-paid korisnike i prepaid korisnike gdje je u okviru paketa izražena razlika u maloprodajnoj cijeni za pozive unutar mreže i pozive izvan mreže.

#### A) Prepaid paketi

**Tabela A1) Tarifni paketi T-mobile:**

Vrsta poziva	Tarifni paket	
	Friends	MO4U
Pozivi unutar T-mobile mreže (€/min) <sup>14</sup>	0.0700	0.1053
Pozivi prema ostalim mrežama u CG (€/min) <sup>15</sup>	0.1600	0.1512

*Izvor: Cjenovnik T-Mobile-a*

**Tabela A2) Tarifni paketi Promonte:**

Vrsta poziva	Tarifni paket	
	Priča plus <sup>16</sup>	Oli <sup>17</sup>
Pozivi unutar Promonte mreže (€/min)	0.03	0.1020
Pozivi prema ostalim mrežama u CG (€/min)	0.12	0.1620

*Izvor: Cjenovnik ProMonte-a*

<sup>14</sup> Cijene važe za peak time, off peak i vikend pozive.

<sup>15</sup> Cijene važe za peak time, off peak i vikend pozive

<sup>16</sup> Cijene važe za peak time, off peak i vikend pozive

<sup>17</sup> Cijene važe za pea time pozive. U off peak i vikend pozivima su drugačije cijene.

**Tabela A3) Tarifni paketi Mtel-a:**

Vrsta poziva	Tarifni paket	
	Hello <sup>18</sup>	Hello surfer
Pozivi unutar Mtel mreže (€/min)	0.06	0.09
Pozivi prema ostalim mrežama u CG (€/min)	0.12	0.12

*Izvor: Cjenovnik M:tel-a*

**B) Post paid paketi****Tabela B1) Tarifni paketi T-mobile:**

Vrsta poziva	Tarifni paket	
	Start <sup>19</sup>	Smart5
Pozivi unutar T-mobile mreže (€/min)	0.1053	0.10
Pozivi prema ostalim mrežama u CG (€/min)	0.1404	0.10

*Izvor: Cjenovnik T-Mobile-a*

**Tabela B2) Tarifni paketi Promonte:**

Vrsta poziva	Tarifni paket <sup>20</sup>		
	Sekunda	Prenesi 50	Prestige
Pozivi unutar Promonte mreže (€/min)	0.1404	0.09	0.00
Pozivi prema ostalim mrežama u CG (€/min)	0.1966	0.14	0.17

*Izvor: Cjenovnik ProMonte-a*

<sup>18</sup> Cijene važe za peak time, off peak i vikend pozive

<sup>19</sup> Cijene važe za peak time, off peak i vikend pozive

<sup>20</sup> Sve cijene važe za peak time, off peak i vikend pozive

**Tabela B3) Tarifni paketi Mtel:**

Vrsta poziva	Tarifni paket	
	Mtel 10	Diamond <sup>21</sup>
Pozivi unutar Mtel mreže (€/min)	0.095	0.00
Pozivi prema ostalim mrežama u CG (€/min)	0.095	0.07

Izvor: Cjenovnik M:tel-a

Na osnovu prezentiranih podataka u tabelama možemo konstatovati sledeće: Mtel u svojim prepaid paketima (paket Hello) pravi razliku u cijenama za pozive unutar i van svoje mreže. Kod svih post paid paketa osim Diamonda, ima iste cijene poziva unutar mreže i prema ostalim mrežama. Cijene se, zavisno od tarifnog paketa, kreću između 0,06 €/min do 0,12 €/min kod prepaid korisnika, dok se kod post paid korisnika kreću od 0.07 €/min do 0.10€/min.

T-mobile u svojim prepaid paketima (Friends i MO4U) pravi razliku u cijenama poziva u okviru svoje mreže i prema drugim mobilnim mrežama. Kod post paid korisnika uočava se da kod pojedinih paketa T-mobile pravi razliku u u cijenama poziva u okviru svoje mreže i prema drugim mobilnim mrežama (Start) dok kod pojedinih paketa ne postoji razlika (Smart5).

Promonte u svojim tarifnim paketima pravi razliku u maloprodajnoj cijeni poziva za pozive unutar mreže i prema drugim mrežama. Navedene razlike variraju, zavisno od tarifnog paketa.

-Navedene cijene se, zavisno od tarifnog paketa, kreću, kod T-mobile između 0,07 €/min do 0,16 €/min kod prepaid korisnika, dok se kod post paid korisnika kreću od 0.10€/min do 0.14€/min, dok su kod Promonte-a od 0.03€/min do 0.16€/min za prepaid korisnike, a za post paid korisnike od 0.09€/min do 0.19€/min.

<sup>21</sup> Cijene važe za peak time, off peak i vikend pozive

-Na osnovu analiziranih paketa, Agencija konstatuje :

- operator koji ima manju bazu korisnika ima niže cijene poziva izvan mreže (eng. off-net calls) od operatora koji imaju veću bazu korisnika, u cilju privlačenja korisnika u svoju mrežu.
- u slučaju da i privuče korisnike u svoju mrežu, a kako bi bio konkurentan ostalim učesnicima na tržištu operator mora imati nisku cijenu poziva i unutar sopstvene mreže (**eng. on-net calls**).

#### **3.4. Zaključak Agencije o statusu operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu**

Na osnovu sprovedene analize, Agencija je utvrdila da na relevantnom tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu komunikacionu mrežu, ne postoji efikasna konkurencija, te predlaže određivanje sljedećih operatora kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na tržištima:

1. Operator Promonte, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu;
2. Operator T Mobile, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu;
3. Operator M:TEL, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu;

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

## 4. 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>22</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 uzročno posledičnu dimenziju, a ogledaju se kroz:

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

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

---

<sup>22</sup> *Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework*, Final Version May 2006, ERG (06)33

najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu.

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

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.

## **4.1 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.

### *4.1.1 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



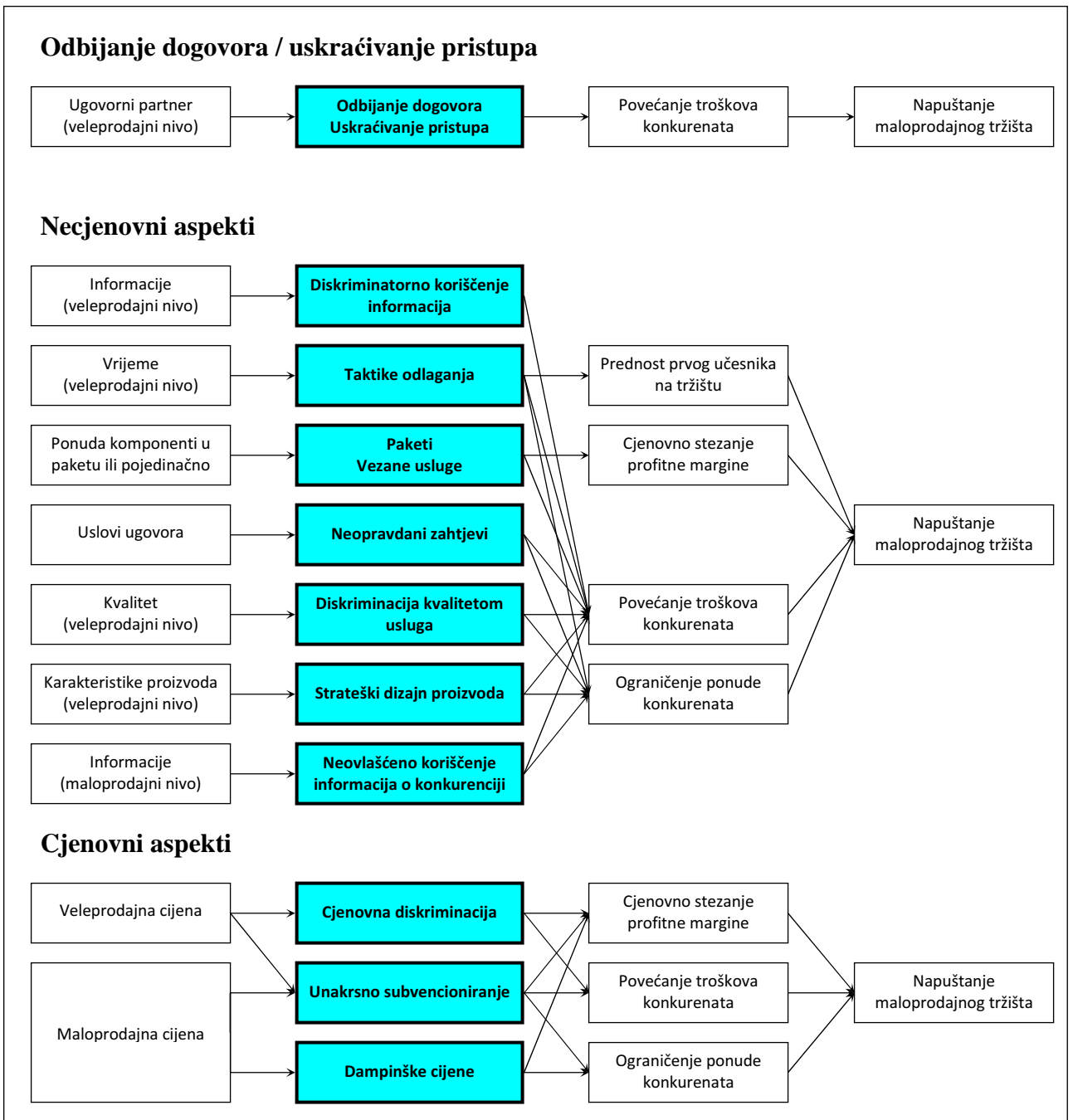
tržištu<sup>23</sup>. Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu nudi određene veleprodajne usluge, koje su neophodne za pružanje usluge na srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Ukoliko se radi o operatoru koji ima značajnu tržišnu snagu, on može pokušati da 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
- Diskriminacija kvalitetom usluga
- Strateški dizajn proizvoda
- Neopravdano korišćenje informacija o konkurentima
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- Unakrsno subvencioniranje
- Predatorske cijene.

---

<sup>23</sup> Operator sa značajnom tržišnom snagom može biti prisutan i na dva srodna vertikalno povezana veleprodajna tržišta

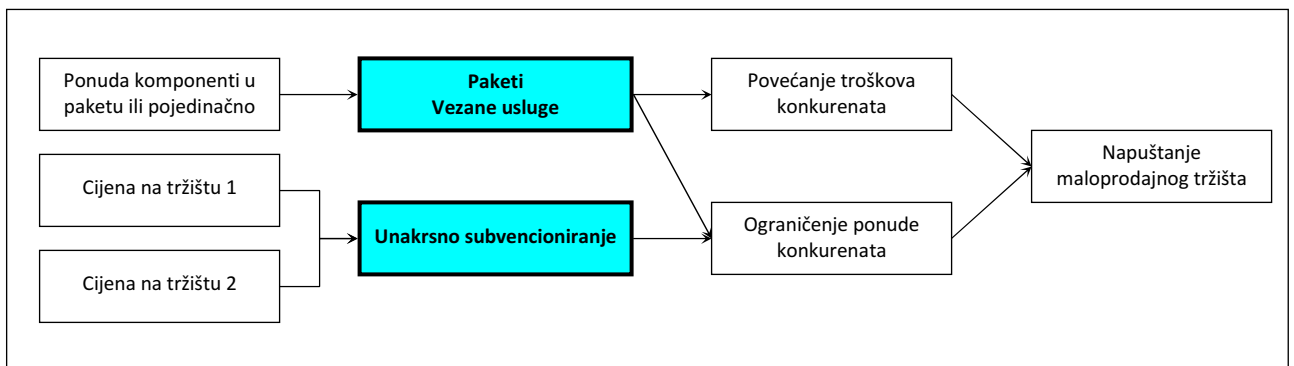


#### 4.1.2 Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

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.



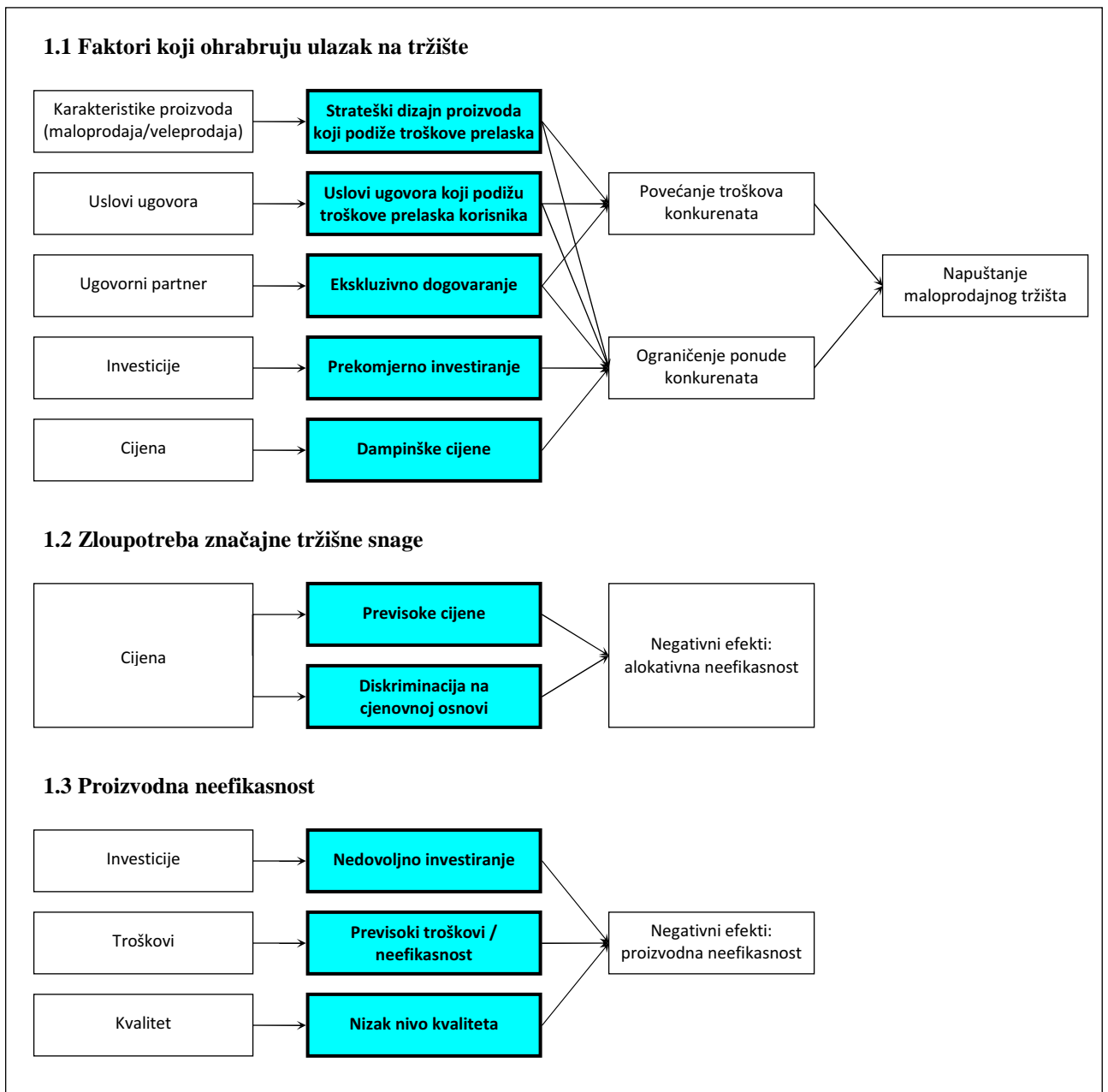
#### 4.1.3 Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu

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;

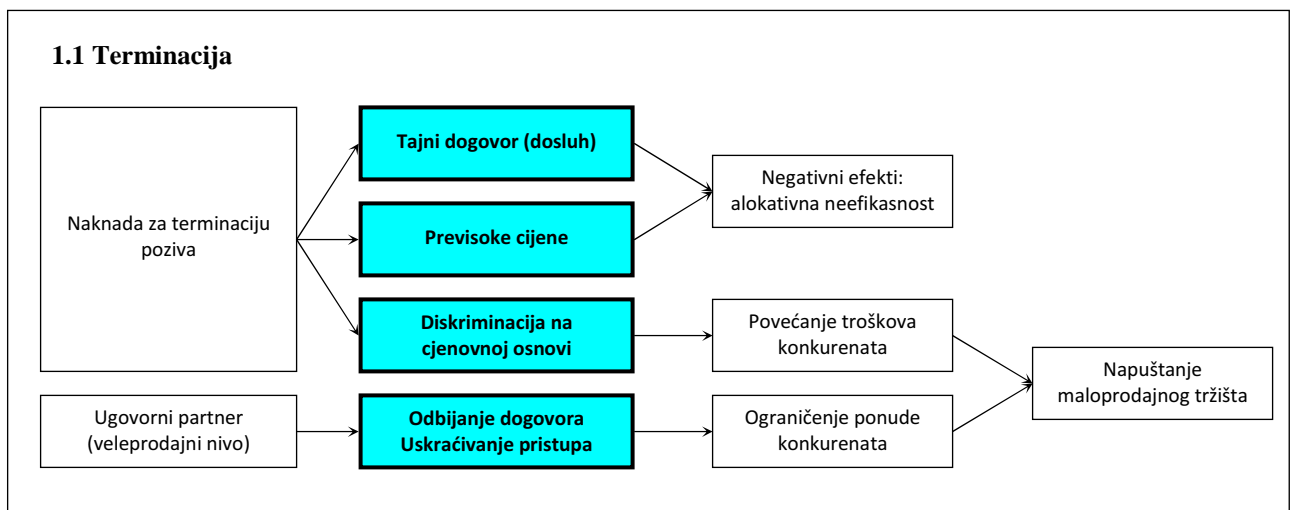
- Ekskluzivni dogovor(i);
- Prekomjerna ulaganja;
- Predatorske cijene;
- Previsoke cijene;
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
- Nedovoljna ulaganja;
- Previsoki troškovi/neefikasnost;
- Nizak kvalitet usluge.



#### 4.1.4 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).
- 



#### 4.2 Uzročno posledična 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 posledična dimenzija prepreka pomaže pri dinamičkom sagledavanju tržišne konkurencije i postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom. Regulatorna praksa prepoznaje uzročno posledičnu dimenziju kroz elemente:

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

### **4.3. Prepreke razvoju konkurencije na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu**

Na relevantnom tržištu koje je predmet ove analize sva tri mobilna operatora imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom i to na način da se svaki smatra operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu. U odsustvu regulacije ne bi postojala savršena konkurencija na veleprodajnom tržištu i vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, odnosno struktura tržišta ne bi težila razvoju efikasne konkurencije.

Agencija smatra da postoje dvije vrste prepreka razvoju konkurencije i to: prepreke razvoju konkurencije koje su se već dogodile u praksi na relevantnom tržištu i prepreke razvoju konkurencije koje bi se, na relevantnom tržištu koje je predmet ove analize, mogle dogoditi u slučaju da Agencija ne reguliše tržište na kojem postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom.

#### **4.3.1. Previsoka cijena usluga završavanja (terminacije) poziva**

Previsoke cijene završavanja (terminacije) poziva, kao oblik zloupotrebe pozicije značajne tržišne snage može se smatrati najvažnijim problemom koji se može pojaviti na tržištu iz razloga specifičnosti samog tržišta odnosno CPP principa.

S obzirom da ne postoji supstitutivnost na strani ponude i tražnje, svaki od tri operatora ima 100%-tno tržišno učešće na svojoj mreži čime je u mogućnosti postaviti cijenu završavanja (terminacije) poziva na vrlo visokom nivou čime istovremeno povećava sopstvene prihode i troškove ostalih operatora na tržištu.

### **4.3.2. Prećutni sporazumi (eng. tacit collusion)**

Prećutni sporazum je jedan od problema koji se može pojaviti na tržištu u slučaju odsustva regulacije. Prećutni sporazum se može pojaviti u više različitih oblika, a jedan od njih je postavljanje recipročnih cijena završavanja (terminacije) poziva između svih ili određenih operatora mobilnih mreža. Prećutni sporazum je karakterističan za tržište na kojem djeluju operatori sličnog tržišnog učešća, i za tržište na kojem je saobraćaj između operatora simetričan. U navedenom slučaju operatori bi mogli dogovoriti prećutni sporazum o nivou cijene za uslugu završavanja (terminacije) poziva. Naime, strategija operatora se može odnositi na postavljanje visokih cijena završavanja (terminacije) poziva i visokih maloprodajnih cijena u cilju ostvarivanja većih zarada. Takođe, operatori mogu postaviti visoke cijene završavanja (terminacije) poziva i malu marginu na maloprodajnom nivou čime operatore koji nisu u prećutnom sporazumu stavljaju u nepovoljan položaj. Nadalje, operatori unutar prećutnog sporazuma mogli bi dogovoriti da međusobno plaćaju nižu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva dok bi svi ostali plaćali višu cijenu. Mobilni operatori su krajem 2008.godine imali slično tržišno učešće, simetričan saobraćaj između mreža iz čega proizlazi da bi navedeni operatori mogli dogovoriti prećutan sporazum.

### **4.3.3. Diskriminacija na cjenovnoj osnovi**

Prepreka razvoju konkurencije koja se odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom nudi različite cijene usluge završavanja (terminacije) poziva svom maloprodajnom dijelu, odnosno za sopstvene potrebe i povezanim društvima u odnosu na sadašnje i potencijalne konkurente na maloprodajnom tržištu. Postoje različite vrste diskriminacije na cjenovnoj osnovi koje se mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu. Naime, operatori sa značajnom tržišnom snagom su u mogućnosti napraviti razliku u cijeni usluge završavanja (terminacije) poziva, između operatora mobilnih mreža, između operatora fiksnih mreža ili između operatora mobilnih i fiksnih mreža.

Navedeni problem koji se može pojaviti na tržištu direktno utiče na podizanje troškova konkurencije, odnosno može ostale operatore dovesti u nepovoljan položaj i u krajnjem ih prisiliti da prestanu nuditi svoje usluge na tržištu.

#### **4.3.4. Diskriminacija na osnovama koje nisu povezane s cijenama**

Osim diskriminacije na cjenovnoj osnovi operatori su u mogućnosti vršiti diskriminaciju i na drugim osnovama kao što su diskriminacija u uslovima, kvalitetu, rokovima ili informacijama. Navedeni oblici diskriminacije odnosno svi oblici diskriminacije koji nisu povezani sa cijenama, a koji se mogu pojaviti na tržištu, direktno utiču na podizanje troškova konkurencije, odnosno mogu ostale operatore dovesti u nepovoljan položaj i u krajnjem ih prisiliti da prestanu nuditi svoje usluge na tržištu.

#### **4.3.5. Diskriminacija kvalitetom usluge**

U odsustvu regulacije postojala bi mogućnost da postojeći operatori na tržištu Promonte, T-Mobile i Mtel novim operatorima koji ulaze na tržište ponude kvalitet usluge interkonekcije ispod nivoa kvaliteta usluge koju nude za sopstvene potrebe. Nadalje, postoji mogućnost da u slučaju pada mreže ili problema u mreži, operator sa značajnom tržišnom snagom daje prioritet u završavanju (terminaciji) poziva upućenih iz sopstvene mreže na štetu poziva upućenih iz drugih mreža. Ovakva praksa ima za posledicu da sadašnji ili potencijalni konkurenti gube povjerenje krajnjih korisnika što dovodi do štete na maloprodajnom nivou. Na taj način bi moglo doći do neopravdanog povećanja troškova sadašnjih ili potencijalnih konkurenata na maloprodajnom nivou, čime operator sa značajnom tržišnom snagom izvršio vertikalno prenošenje tržišne snage.

#### **4.3.6. Nerazumni/neopravdani zahtjevi**

Pod nerazumnim/neopravdanim zahtjevima mogu se smatrati svi uslovi ugovora o interkonekciji u kojima operator sa značajnom tržišnom snagom zahtijeva da druga strana ispuni određeni zahtjev ili zahtjeve koji su u potpunosti neopravdani, a s ciljem da podigne troškove konkurenciji i dovede ih u nepovoljan položaj. U odsustvu regulacije postojeći operatori na tržištu Promonte, T-Mobile i Mtel mogli bi tražiti ispunjenje nerazumnih/neopravdanih zahtjeva prema novim operatorima koji ulaze na tržište. Instrumenti osiguranja plaćanja mogu se smatrati primjerom nerazumnog/neopravdanog zahtjeva. Naime, instrumenti osiguranja plaćanja, koji su sastavni dio ugovora o interkonekciji, u slučaju odsustva regulacije mogli bi predstavljati potencijalni problem na tržištu iz razloga što bi operatori bili u mogućnosti tražiti bilo koji od



instrumenata osiguranja plaćanja u neopravdano visokim iznosima kojima bi operatore, koji im predstavljaju konkurenciju na pripadajućem maloprodajnom tržištu, mogli dovesti u izrazito nepovoljan položaj.

Pored toga, operator sa značajnom tržišnom snagom bi mogao od druge strane zahtijevati (pre)detaljne informacije o korisnicima drugih operatora, čime bi se direktno ugrozilo tržišno učešće drugog operatora, a samim time i njegova pozicija na tržištu.

#### **4.3.7. Neopravdano korištenje informacija o konkurentima**

U ovom slučaju riječ je o postupcima operatora sa značajnom tržišnom snagom u kojima koristi podatke koje mu u okviru pružanja usluge interkonekcije daju postojeći ili novi operatori na tržištu.

Primjer neopravdanog korišćenja informacija mogao bi biti korišćenje informacija od strane jednog operatora u svrhu izrade tarifnih paketa u potpunosti prilagođenih korisnicima drugog operatora kako bi privukao korisnike drugih operatora.

#### **4.3.8. Unakrsno subvencioniranje**

Unakrsno subvencioniranje se odnosi na situaciju u kojoj postoje dva različita tržišta i dvije različite cijene na navedenim tržištima. Operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva, u odsustvu regulacije, mogao bi naplaćivati cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva iznad troška kako bi na pripadajućem vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu mogao pružiti cijenu ispod troška što bi dovelo do problema cjenovnog stezanja margina (eng. *margin squeeze*) i podizanja troškova. U navedenom slučaju novi operatori na tržištu zbog prethodno navedenih razloga bili bi prisiljeni da prestanu nuditi svoje usluge na vertikalno povezanom odnosno na maloprodajnom tržištu.

Praksa regulatora je da se nametne obaveza troškovne orijentisanosti, čime se onemogućava praksa unakrsnog subvencioniranja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu.

#### **4.3.9. Taktike odgađanja**

Taktike odgađanja se odnose na situacije u kojima operator sa značajnom tržišnom snagom ne odbija pružanje usluge završavanja (terminacije) poziva, ali istu pruža sa zakašnjenjem u odnosu na svoj maloprodajni dio, odnosno za sopstvene potrebe i na taj način dovodi sadašnje i potencijalne konkurente u neravnopravan položaj na pripadajućem maloprodajnom tržištu iz razloga što je usluga završavanja (terminacije) poziva neophodna za pružanje kompletne usluge krajnjim korisnicima.

## 5. Određivanje obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom, ili 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 tržištu poziva koji završavaju u određenim mobilnim javnim mrežama, ne postoji efikasna konkurencija, odnosno operatori ProMonte, T Mobile i Mtel imaju značajnu tržišnu snagu na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenim individualnim mrežama.

Imajući u vidu zakonsku obavezu ex ante regulacije i principe proporcionalnosti i adekvatnosti aktuelnim i potencijalnim preprekama razvoju konkurencije, ProMonte-u, T Mobile-u i Mtel-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom, određuju se sledeće regulatorne obaveze:

:

1. Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna interkonekciona ponuda;
2. Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost;
3. Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja;
4. Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva.

### **5.1.Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna interkonekciona 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 tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenim mobilnim javnim mrežama ProMonte-u, T Mobile-u i Mtel-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom, mora propisati obaveza u pogledu obezbjeđivanja preglednosti. Ova obaveza preglednosti se opredmećuje u obliku referentne interkonekcione ponude. Referentna interkonekciona ponuda mora biti u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i raščlanjena na način da drugi operatori, koji žele uslugu, neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu potrebni za pružanje zahtjevane usluge.

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

- (1) Opšte odredbe koje tiču predmeta ponude, načina usklađivanja interkonekcionih ugovora, primjene i važenja Referentne interkonekcione ponude, kao i zahtjeve za postupak pregovaranja i sl.;
- (2) Opis usluga koje su predmet Referentne interkonekcione ponude;
- (3) Ugovor o nivou relevantne usluge –**SLA (eng. Service Level Agreements)**

- (4) Arhitektura međupovezivanja i tehnički uslovi uspostavljanja interkonekcije, sinhronizacije, specifikacija protokola za interkonekciju i signalizacionih protokola i sl.;
- (5) Planiranje i naručivanje usluga interkonekcije;
- (6) Interkonekzione tačke i interkonekcioni linkovi;
- (7) Cijene usluga interkonekcije;
- (8) Obračun plaćanja, naplata i instrumenti osiguranja plaćanja;
- (9) Kvalitet usluga;
- (10) Upravljanje, rad i održavanje usluge;
- (11) Odgovornost i naknada štete;
- (12) Povjerljivost informacija i poslovna tajna;
- (13) Rješavanje sporova.

ProMonte, T-Mobile i Mtel su u obavezi da, u roku od 90 dana od dana donošenja Rješenja o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dostavi Agenciji na davanje saglasnosti tekst Referentne interkonekzione ponude, saglasno predloženom formatu Referentne ponude i i saglasno drugim regulatornim obavezama koje proističu iz analize relevantnog tržišta završavanja (terminacije) poziva u individualnim mobilnim mrežama.

Pored obaveze objavljivanja Referentne interkonekzione ponude, ProMonte, T-Mobile i Mtel su u obavezi dostavljati Agenciji (i/ili objavljivati) kvartalno detaljne izvještaje sa odgovarajućim glavnim pokazateljima efikasnosti (**eng. Key Performance Indicators- KPI**) koji se odnose na pružanje relevantne usluge. Konkretno, riječ je o vrijednostima pokazatelja koji se odnose na sledeće:

- stepen blokiranja mreže;
- prosječno vrijeme uspostavljanja usluge interkonekcionog linka;
- prosječno vrijeme otklanjanja kvara interkonekcionog linka.

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od ProMonte-a, T-Mobile-a i M:tel-a praćenje i izvještavanje i za neke druge pokazatelje efikasnosti (**eng. Key Performance Indicators- KPI**) u zavisnosti od potreba Agencije i zahtjeva tržišta.

Agencija smatra da je proporcionalno i opravdano nametnuti obavezu obezbjeđivanja preglednosti ProMonte-u, T Mobile-u i Mtel-u, imajući u vidu činjenicu da se na taj način eliminišu prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva, diskriminaciju na necjenovnim osnovama, diskriminaciju na cjenovnoj osnovi i nerazumne/neopravdane zahtjeve. Takođe, objavljivanjem referentne interkonekcionne 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. Objavljivanjem preciznih procedura i rokova za realizaciju interkonekcije otklanjaju se prepreke u vidu taktika odgađanja i neopravdanih zahtjeva od strane pružaoca usluga interkonekcije.

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 interkonekciona ponuda dokument koji je podložan izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju.

Ako Referentna interkonekciona 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 interkonekcionne ponude.

Agencija može narediti mjeru dostupnosti određenim djelovima važećih ugovora o interkonekciji ili pristupu, uz poštovanje principa povjerljivosti podataka.

## 5.2. 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.

Propisana mjera jednakog tretmana mora obezbijediti da operator sa značajnom tržišnom snagom primjenjuje suštinski jednake uslove i jednaki kvalitet pri pružanju usluge interkonekcije ili operatorskog pristupa, svim operatorima koji pružaju suštinski jednake usluge uključujući i one operatore koji su djelovi privrednog društva ili sa njime povezanog društva.

Promonte, T Mobile i M:tel su, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, u obavezi da:

- obezbijede jednake uslove u pogledu rokova, cijena, informacija drugim operatorima koji pružaju istovjetne usluge;
- pružaju usluge i podatke drugim operatorima pod istim uslovima i istog kvaliteta u odnosu na usluge koje pruža za sopstvene potrebe ili za potrebe svojih povezanih društava;
- dostave Agenciji ugovore o interkonekciji koji su zaključeni na osnovu Referentne interkonekcionije ponude predviđene obavezom preglednosti iz tačke 5.1. ovog dokumenta, najkasnije u roku od 10 dana od dana zaključivanja istih.

Nametanjem ove regulatorne obaveze Promonte-u, T Mobile-u i M:tel-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, otklanjaju se prepreke razvoju konkurencije koje se tiču diskriminacije na cjenovnoj osnovi i diskriminacije na necjenovnoj osnovi.

Naime, operatori sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu mogu, u odsustvu regulacije, sprovesti aktivnosti koje se odnose na pružanje usluge završavanja (terminacije) poziva koje su diskriminatorne u pogledu uslova, cijena, kvaliteta i predstavljaju prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu. Takođe, operatori sa značajnom tržišnom snagom mogu obračunavati usluge završavanja (terminacije) poziva konkurentskim operatorima po višim cijena u poređenju sa cijena koje nude svom maloprodajnom dijelu ili

povezanim društvima, čime primjenjuje praksu cjenovnog stezanja profitne margine (**eng. price squeeze**) drugih operatora. Pored aktivnosti prenošenja značajne tržišne snage na cjenovnim osnovama, operatori sa značajnom tržišnom snagom mogu primjenjivati i antikonkurentske taktike odgađanja, uskraćivanje informacija, insistiranje na neopravdanim zahtjevima i diskriminatorno korišćenje informacija. Ove aktivnosti dovode u neravnopravan položaj konkurentske kompanije, a u krajnjem i korisnike.

Sprovođenje obaveze nediskriminatornosti će podrazumijevati da alternativni pružaoci usluga obezbijede uslugu završavanja (terminacije) poziva od veleprodajnog operatora pod istim uslovima kao i njegov maloprodajni dio ili povezana društva. Agencija vjeruje da je važno da i informacije koje operator sa značajnom tržišnom snagom dobije od alternativnih pružaoca usluga ne iskoristi za potrebe svog maloprodajnog dijela i time dovede alternativnog pružaoca usluga u neravnopravan položaj.

Obaveza nediskriminatornosti je komplementarna obavezi obezbjeđenja preglednosti. Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su dužni da dostave sve ugovore o interkonekciji, kako bi Agencija mogla provjeriti poštovanje principa nediskriminatornosti.

Takođe, Agencija ocjenjuje da bi se uz ovu obavezu mogla efikasnije sprovoditi i regulatorna obaveza omogućivanja 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.

### **5.3. 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.

Pravilnik o operatorskom pristupu i interkonekciji ( Sl.list CG 79/09) propisuje uslove za obezbjeđenje operatorskog pristupa i interkonekcije, prava i obaveze operatora u vezi sa operatorskim pristupom i interkonekcijom, uslove pod kojima operatori mogu ograničiti interkonekciju ili operatorski pristup.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza veleprodajnog tržišta završavanja (terminacije) poziva u individualnim mobilnim mrežama, Agencija svim operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja.

ProMonte, T Mobile i Mtel su obavezni da omoguće 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) ne uskrate prethodno ostvareni operatorski pristup i interkonekciju ili korišćenje mogućnosti;
- 4) izvrše interkonekciju u skladu sa odredbama Pravilnika o operatorskom pristupu i interkonekciji;
- 5) obezbijedi određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- 6) odobri otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnosti koje su nezamjenljivo potrebne za interoperabilnost usluga ili mreža, uključujući i virtuelne meže;
- 7) obezbijedi zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja mogućnosti infrastrukture;
- 8) obezbijedi mogućnosti koje su potrebne za obezbjeđivanje korisnicima interoperabilnosti usluga, od tačke do tačke, uključujući usluge inteligentnih mreža, distributivnih sistema ili roaminga u mobilnim mrežama;
- 9) obezbijedi pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, koji su potrebni za obezbjeđivanje konkurencije prilikom vršenja usluga.

Operatori ProMonte, T Mobile i Mtel su dužni da zaključe ugovor o operatorskom pristupu ili interkonekciji u roku od 45 dana od dana podnošenja potpunog zahtjeva. Potpisani ugovori o operatorskom pristupu ili interkonekciji se dostavljaju Agenciji radi evidencije i ocjene usklađenosti sa Zakonom, u roku od 10 dana od dana potpisivanja.

Agencija smatra da je potrebno obavezati ProMonte, T Mobile i Mtel da obezbijede ugovor o nivou usluge- **SLA (eng. Service Level Agreements)** za sve oblike relevantnih usluga, kao što su npr. rokovi uspostavljanja usluge, vrijeme otklanjanja kvarova. Sastavni dio svakog SLA treba da budu i odgovarajuće naknade (penali) u slučaju neispunjavanja određenih rokova u SLA. U skladu sa navedenim, Agencija smatra da operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu trebaju biti određena obaveza pružanja ugovora o nivou usluge (SLA), koji će činiti sastavni dio predmetne Referentne ponude. Kako bi se obezbijedila primjena nametnutog nivoa SLA, Agencija predlaže određivanje obaveze ProMonte-u, T Mobile-u i Mtel-u da objavljuju glavne pokazatelje efikasnosti-**KPI (eng. Key Performance Indicators)** na kvartalnoj osnovi ili na zahtjev Agencije, što je detaljno navedeno u dijelu obaveze preglednosti.

Operatorski pristup operatori mogu ograničiti samo u slučaju da operatorski pristup nije izvodljiv iz tehničkih razloga. U tom slučaju su dužni detaljno obrazložiti razloge odbijanja zahtjeva i dostaviti ih podnosiocu zahtjeva, u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva.

ProMonte, T Mobile i Mtel su obavezni u dobroj namjeri pregovarati sa operatorima o zahtjevima operatorskog pristupa određenim mrežnim elementima. U slučaju da se ova obaveza ne utvrdi operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu bi mogli nametnuti potencijalnim konkurentima razne oblike neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, bankarskih garancija, u pogledu uslova i iznosa ili neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija za pružanje usluge i to samo iz razloga povećanja troškova postojećih i potencijalnih konkurenata. Pored toga, operatori sa značajnom tržišnom snagom bi mogli tražiti nivo informacija iznad potrebnog i tehnički opravdanog za pružanje relevantne usluge.

ProMonte, T Mobile i Mtel su u obavezi da, shodno Pravilniku o operatorskom pristupu i interkonekciji, odgovore na zahtjev za operatorski pristup i interkonekciju u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva. Ukoliko zahtjev

za operatorski pristup ili interkonekciju nije potpun, operatori će tražiti da podnosilac dopuni svoj zahtjev u roku od 15 dana od dana podnošenja nepotpunog zahtjeva.

ProMonte, T Mobile i Mtel su dužni, shodno članu 4 Pravilnika o operatorskom pristupu i interkonekciji (Sl.list Crne Gore, 50/08), prilikom implementacije operatorskog pristupa i interkonekcije obezbijediti sljedeće:

- interoperabilnost usluga, uključujući i zadovoljavajući kvalitet elektronskih komunikacionih usluga,
- zaštitu podataka, do nivoa neophodnog za obezbjeđenje saglasnosti sa relevantnim regulatornim odredbama o zaštiti podataka uključujući zaštitu ličnih podataka, tajnost obrade, prenosa ili čuvanja podataka.

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu koje je predmet ove analize ne smiju uskratiti prethodno ostvareni operatorski pristup i interkonekciju, s obzirom da bi to imalo za rezultat povećanje troškova operatora koji su imali ostvaren pristup ili interkonekciju.

ProMonte, T Mobile i Mtel su u obavezi da se, shodno stavu 2. člana 33. Zakona, dogovaraju o zajedničkom korišćenju elektronske komunikacione infrastrukture, ukoliko je takvo korišćenje tehnički izvodljivo i ne uzrokuje štetne smetnje. Osiguranjem ove obaveze doprinosi se snižavanju troškova poslovanja kompanija kojima se pruža mogućnost zajedničkog korišćenja infrastrukture.

Agencija obavezuje ProMonte, T Mobile i Mtel da obezbijedi mogućnosti koje su potrebne za obezbjeđivanje korisnicima interoperabilnosti usluga, na način da osigura pružanje relevantne uluge po fer i razumnim uslovima, a koji se ne razlikuju od uslova koje nudi svom maloprodajnom dijelu ili povezanom društvu.

Agencija obavezuje ProMonte, T Mobile i Mtel 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 interkonekcijske ponude. Nadalje, obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva je prateća i neophodna obaveza sa aspekta obezbjeđenja efikasne konkurencije i zaštite interesa krajnjih korisnika.

#### **5.4. Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva**

Agencija može, shodno članu 48. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom narediti preduzimanje obaveze kontrole troškova prema propisanoj metodologiji troškovnog računovodstva.

Operator kojem je naređeno preduzimanje mjera troškovne orijentacije, mora dokazati da su cijene izračunate na osnovu troškova uz 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 operatora Rješenjem takođe zahtijevati, da obrazloži i po potrebi koriguje cijene, pri čemu teret eventualnog dokazivanja snosi operator.

Član 48. stav 5. Zakona propisuje da Agencija može propisati mehanizam pokrivanja troškova ili metodologiju određivanja cijena, što mora biti primjereno ciljevima unaprijeđenja efikasnosti i održive konkurencije, ciljevima razvoja i povećanju koristi za krajne korisnike. Agencija može koristiti i upoređenja sa cijenama na uporedivim tržištima ili tržištima sa razvijenom konkurencijom, uzimajući u obzir specifičnosti domaćeg tržišta.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza relevantnog tržišta terminacije poziva u individualnim mobilnim mrežama, Agencija propisuje ProMonte-u, T Mobile-u i M:tel-u, kao operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, obavezu nadzora cijena i troškovnog računovodstva

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 i cijena u svrhu sprečavanja međusobnog subvencioniranja, zatim previsokih ili preniskih cijena i neefikasnog ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Nametanjem ove obaveze, Agencija će otkloniti prepreku razvoju konkurencije na ovom relevantnom tržištu koja se odnosi na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage i praksu unakrsnog subvencioniranja usluga.

Agencija može shodno članu 48. Zakona koristiti metodologiju "benchmarking-a" za potrebe određivanja cijena do trenutka kada Crnogorski Telekom, pomoću troškovnog modela, dokaže da je cijena relevantne usluge troškovno orijentisana ili Agencija utvrdi cijenu relevantne usluge preko svog troškovnog modela dugoročno projektovanih inkrementalnih troškova (**eng. Long Run Incremental Cost- LRIC**).

Agencija je u postupku određivanja cijene završavanja poziva u individualnim mobilnim mrežama koristila metodologiju benchmarkinga primijenjenu u Dokumentu evropske asocijacije regulatora ERG-a (**eng. European Regulators Group**) od jula mjeseca 2009.godine. Dokument ERG-a sadrži prikaz važećih cijena<sup>24</sup> (**eng. Snapshot**) terminacije poziva u mobilnim mrežama u 32 evropske zemlje. Prilikom izračunavanja prosječne cijene završavanja (terminacije) poziva u individualnim mobilnim mrežama u dokumentu ERG-a su se uzele u obzir sve vrijednosti i veličine koje utiču na konačnu cijenu usluge po minuti u svakoj zemlji. Određivanje jedinstvene cijena usluge završavanja (terminacije) poziva bazira se na sledećim pretpostavkama:

- "Benchmark" se bazira na cijenama terminacije poziva iz fiksne u mobilnu mrežu;

---

<sup>24</sup> ERG (09) 35 MTR Benchmark Snapshot(as of 1 st July 2009)

- Za zemlje koje naplaćuju različite cijene završavanja (terminacije) poziva za vrijeme jakog i slabog saobraćaja korišćen je odnos 50%-50%, da bi se dobila jedinstvena cijena završavanja (terminacije) poziva;
- Za zemlje koje naplaćuju različite cijene završavanja (terminacije) poziva za vrijeme jakog i slabog saobraćaja, kao i u vrijeme vikenda korišćen je odnos 50% -25% -25%,
- Tržišna učešća operatora u svakoj zemlji izračunavaju se prema broju korisnika, iz razloga što se cijena završavanja (terminacije) poziva za svaku zemlju izračunava na način da se određuje ponderisana prosječna cijena terminacije svih mobilnih operatora u zemlji, korišćenjem broja korisnika kao pondera.

R.B.	Naziv države	Cijena (u €/min) završavanja (terminacije) poziva u mobilnim mrežama
1.	Austrija	4,00
2.	Belgija	8,68
3.	Bugarska	13,49
4.	Hrvatska	9,40
5.	Kipar	1,95
6.	Češka Republika	8,66
7.	Danska	7,37
8.	Estonija	8,69
9.	Finska	5,02
10.	Francuska	4,76
11.	Njemačka	6,76
12.	Grčka	7,86
13.	Mađarska	5,89
14.	Island	7,84
15.	Irska	9,64
16.	Italija	8,22
17.	Letonija	8,78
18.	Litvanija	6,26
19.	Luksemburg	8,98
20.	Malta	9,62
21.	Holandija	7,33
22.	Norveška	6,64
23.	Poljska	3,98
24.	Portugal	6,61
25.	Rumunija	5,44
26.	Slovačka	9,90
27.	Slovenija	5,43
28.	Španija	5,69
29.	Švedska	2,97
30.	Švajcarska	11,24
31.	Turska	3,19
32.	Velika Britanija	5,63
	<b>Prosjek</b>	<b>7,06</b>

### ***Cijena usluge terminacije u mobilne mreže operatora sa značajnom tržišnom snagom***

Agencija je izračunala cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva u mreže ProMonte-a, T-Mobile-a i M:tel-a koja se bazira na prosječnoj cijeni iz 32 zemlje čije su cijene korišćene kao referentne vrijednosti u dokumentu ERG-a.

Imajući u vidu činjenicu da je utvrđena cijena u iznosu od 7.06 €/min euro centi značajno niža od postojeće cijene terminacije poziva u mrežama mobilnih operatora, Agencija predlaže da se do ciljne cijene dođe postupkom linearnog smanjivanja cijene faznim pristupom (*eng. Glide path*).

	<b>Važeća cijena mobilne terminacije</b>	<b>Cijena koja stupa na snagu danom objavljivanja Referentne interkonekcionije ponude</b>	<b>Cijena koja će se primijeniti nakon 12 mjeseci od dana stupanja na snagu Rješenja</b>
Cijena u €/min	10,00	8,5	7,06

Agencija smatra da nema osnove za primjenu asimetrije cijena određenim operatorima sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, jer nijedan od njih nema tržišno učešće manje od 15%.

Naime, u dokumentu Asocijacije evropskih regulatora (ERG):<sup>25</sup> "Zajednički stav o simetričnosti naknada operatora za fiksnu terminaciju i simetričnosti naknada operatora za mobilnu terminaciju" istaknuto je da je asimetrija cijena opravdana u slučaju značajnih razlika među operatorima u pogledu tržišnog učešća, vremena ulaska na tržište i troškova izgradnje mreže koji su rezultat primjene različitih tehnologija, odnosno dodijeljenog radio-frekventnog spektra.

<sup>25</sup> ERG's Common Position on symmetry of fixed call termination rates and symmetry of mobile call termination rates

Nadalje, Agencija smatra da je dugoročno za tržište mobilnih mreža i za krajnje korisnike optimalna situacija da na tržištu postoje više mrežnih operatora stabilnog tržišnog učešća i gdje je prisutna konkurencija na nivou infrastrukture (*eng. infrastructure based competition*).

Broj: 0303-382/79

Podgorica, 12.11.2010.god.



## 6. Dodatak - Mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije



**Crna Gora**  
**Uprava za zaštitu konkurencije**

Crna Gora AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I POŠTANSKU DJELATNOST PODGORICA			
Priloga:	19-1. Nota		
Org. jed.	Broj	Prilog	Vrijednost
0102	1196/3		

Broj: 01 – 77/2  
Podgorica, 14.05.2010. godine

AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE  
I POŠTANSKU DJELATNOST

PODGORICA

Predmet: Mišljenje o analizama relevantnih tržišta

Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost dostavila je, dana 29.03.2010.godine, Upravi za zaštitu konkurencije na mišljenje, sljedeće nacрте analiza:

- Analiza relevantnog tržišta pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica;
- Analiza tržišta poziva koji potiču iz javne telefonske mreže i koji se pružaju na fiksnoj lokaciji- veleprodajni nivo;
- Analiza relevantnog tržišta poziva koji završavaju u individualnim javnim telefonskim mrežama i koji se pružaju na fiksnoj lokaciji-veleprodajni nivo;
- Analiza relevantnog tržišta terminalnih ili zaključnih segmenata iznajmljenih linija-veleprodajni nivo i
- Analiza relevantnog tržišta poziva koji završavaju u individualnim mobilnim mrežama-veleprodajni nivo.

---

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>



Nacrti Analize tržišta pristupa infrastrukturi mreže na nivou veleprodaje (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup na utvrđenoj lokaciji) i Analize relevantnog tržišta širokopojasnog pristupa na nivou veleprodaje su naknadno dostavljene Upravi, u elektronskoj formi, dana 22.04.2010.godine.

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.

S tim u vezi, Uprava za zaštitu konkurencije, na osnovu komparativne analize predloženih nacрта analiza 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, i to:

- Analiza relevantnog tržišta pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica;
- Analiza tržišta poziva koji potiču iz javne telefonske mreže i koji se pružaju na fiksnoj lokaciji- veleprodajni nivo;
- Analiza relevantnog tržišta poziva koji završavaju u individualnim javnim telefonskim mrežama i koji se pružaju na fiksnoj lokaciji-veleprodajni nivo;
- Analiza relevantnog tržišta terminalnih ili zaključnih segmenata iznajmljenih linija-veleprodajni nivo;
- Analiza relevantnog tržišta poziva koji završavaju u individualnim mobilnim mrežama-veleprodajni nivo;
- Analiza tržišta pristupa infrastrukturi mreže na nivou veleprodaje (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup na utvrđenoj lokaciji) i
- Analiza relevantnog tržišta širokopojasnog pristupa na nivou veleprodaje



su urađeni u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama, kao i u skladu sa odredbama Odluke o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu („Službeni list Crne Gore“, br.29/09).

Uprava za zaštitu konkurencije smatra:

- da je definicija relevantnih tržišta usluga i relevantnog geografskog tržišta u skladu sa važećim i u prethodnom tekstu navedenim pravnim osnovom;
- da iz nacрта analiza proizlazi da je Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost kod svih analiza pravilno i potpuno primjenila sve kriterijume, koji se koriste za definiciju relevantnog tržišta na području konkurencije, kao i kriterijume i analize koje se koriste kod analize potencijalnih ograničavanja konkurencije;
- da je definicija operatera sa značajnom snagom, kako na osnovu pojedine analize tako i analiza u cjelini, u skladu sa gore pomenutim pravnim osnovom;
- da se obaveze za operatere sa značajnom snagom, koje su određene po pojedinim analizama i analizama u cjelini, zasnivaju na odredbama zakona, na realnoj analizi pojedinačnog relevantnog tržišta i na realnoj procjeni proporcionalnosti obaveza sa neophodnim uslovima za uspostavljanje potrebnog stepena konkurencije, kako na pojedinom relevantnom tržištu, tako i na svim tržištima zajedno.

Pored toga, Uprava za zaštitu konkurencije dodatno mora da konstatuje:

- Cilj odredbi Zakona o elektronskim komunikacijama je uspostavljanje uslova za stvaranje potrebnog stepena konkurencije i u vezi sa tim „*ex ante*“ regulacije i ovim zakonom i Odlukom o relevantnim tržištima usluga i relevantnom geografskom tržištu, na opredijeljenim relevantnim tržištima. Međutim, u slučaju nastanka potencijalne zloupotrebe dominantnog položaja i/ili ograničavajućeg sporazuma, kao i potencijalne koncentracije, a u slučaju da uslovi na tržištu nijesu jednaki onima koji su i kako su opredijeljeni u gore navedenim analizama, Uprava za zaštitu konkurencije, kod sprovođenja postupka, nije vezana za definicije koje proizlaze iz predloženih analiza, iako Uprava za zaštitu konkurencije na iste daje pozitivno mišljenje;



- stanovište iz predhodnog stava zasniva se na odredbama Zakona o zaštiti konkurencije, kao i drugih pravnih akata, naročito odredbi SPP-a, koji Upravi za zaštitu konkurencije nalažu da, u svakom slučaju (osim u slučajevima kontrole koncentracija po skraćenom postupku), samostalno definiše relevantno tržište, utvrđuje definicije relevantnog tržišta i koncentracije snaga na tržištu, pogotovu imajući u vidu potencijalne razlike između veleprodajnih i maloprodajnih odnosa, razvoj i razlike između *ex ante* regulacije i *ex post* nadzora, a posebno razlika između operatera sa značajnom snagom i dominantnih učesnika na tržištu.

DIREKTOR



Miodrag Vujić