



CRNA GORA

**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE
I POŠTANSKU DJELATNOST**

**Tržište javno dostupnih telefonskih usluga u mrežama
mobilnih operatora na nivou maloprodaje
(Test tri kriterijuma)**

Podgorica, mart 2013.godine

SADRŽAJ

1	UVOD.....	4
1.1	Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije.....	4
1.2	Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta	6
1.3	Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije	7
1.4	Hronološki redosled aktivnosti Agencije u postupku sprovođenja testa tri kriterijuma na relevantnom tržištu.....	8
2	DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA.....	9
2.1	Opis postupka definisanja tržišta.....	9
2.2.	Analiza stepena supstitucije na strani tražnje	10
3	TEST TRI KRITERIJUMA.....	18
3.1	Prvi kriterijum: Prisustvo visokih i trajnih prepreka ulasku na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne ili regulatorne prirode.....	18
3.1.1	Strukturne prepreke ulasku na tržište.....	18
3.1.2.	Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište.....	21
3.1.3.	Zaključak o prvom kriterijumu	23
3.2.	Drugi kriterijum: Procjena povećanja konkurentnosti relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera.....	24
3.2.1.	Tržišna učešća operatora	25
	Prepaid tarifni paketi u Crnoj Gori:	28
	Postpaid tarifni paketi u Crnoj Gori:	29
3.2.3.	Zaključak o drugom kriterijumu.....	33
3.3.	Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti konkurencije sama po sebi ne omogućava na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu	34
3.3.1	.Stepen opšteg nekonkurentnog ponašanja	34
3.3.2.	Stepen kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja.....	34
3.3.3.	Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu	35

3.3.4. Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu	35
3.3.5. Zaključak o trećem kriterijumu.....	36
4. Zaključak Agencije da relevantno tržište nije podložno ex-ante regulaciji	36

1 UVOD

1.1 Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije

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

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

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

Evropska komisija je 2002. godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela, o definisanju i analizi relevantnih tržišta, utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom

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

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

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

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

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

snagom i nametanju regulatornih obaveza.⁶ Osnovna svrha pomenutih Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela i konzistentnosti regulacije. Korišćenje iste metodologije definisanja i analize tržišta osigurava da većina tržišta definisanih za potrebe sektorski specifične regulacije odgovaraju definicijama koje bi bile primjenjene saglasno propisima o zaštiti konkurencije.

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

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

Preporuka iz februara 2003. godine je sadržala 18 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji, što znači da je Evropska komisija zaključila da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), te na taj način utvrdila da su navedena tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Evropske unije. Navedena Preporuka o relevantnim tržištima izmijenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnim tržištima iz decembra 2007. godine, postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu tretirati, ali na način da prethodno dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

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

- Pravilnika 1211/2009 Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta, o uspostavljanju Tijela evropskih regulatora za elektronske komunikacije (BEREC)⁹;

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

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

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

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

- Direktive 2009/136/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta¹⁰, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu, Direktiva 2002/58/EC o korišćenju podataka o ličnosti i Pravilnik broj 2006/2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za primjenu propisa o zaštiti prava potrošača;
- Direktiva 2009/140/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta¹¹, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom okviru, Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonenciji i Direktiva 2002/20/EC o izdavanju odobrenja za mreže i usluge.

1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta

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

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

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

Ovom Odlukom su određena sledeća relevantna tržišta usluga:

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

S obzirom da relevantno tržište javno dostupnih telefonskih usluga u mrežama mobilnih operatora na nivou maloprodaje, nije sadržano važećom Preporukom Evropske komisije o

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

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

relevantnim tržištima usluga iz 2007. godine potrebno je dokazati da su na ovom tržištu zadovoljena tri kriterijuma, tj. da je podložno ex ante regulaciji.

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

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

Shodno navedenom, u slučaju istovremene ispunjenosti sva tri kriterijuma, u skladu sa članom 41 ZEK, Agencija je u mogućnosti da vrši *ex-ante* regulaciju, kako preostalih tržišta koja su bila sastavni dio stare Preporuke o relevantnim tržištima, tako i bilo kojih drugih tržišta koja su specifična za područje elektronskih komunikacionih mreža i usluga u Crnoj Gori. Stoga je Agencija, saglasno ovom članu, utvrdila Odluku kojom se određuju relevantna tržišta usluga na koja se primjenjuje test tri kriterijuma.

1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije

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

1.4 Hronološki redosled aktivnosti Agencije u postupku sprovođenja testa tri kriterijuma na relevantnom tržištu

- Agencija je dana 20.07.2012.godine inicirala javne konsultacije, saglasno članu 41 Zakona, povodom predloga Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma. Rok za dostavljanje primjedbi i sugestija je bio 30 dana. Pregled komentara, sugestija i primjedbi na tekst predloga Odluke koji je bio predmet javnih konsultacija u periodu 20.07.-20.08.2012.godine je dostupan na web site-u Agencije, www.ekip.me;
- Agencija je, dana 20.07.2012.godine, u skladu sa odredbama člana 41 i 42. ZEK-a, zatražila mišljenje Uprave za zaštite konkurencije o predlogu predmetne Odluke;
- Uprava za zaštitu konkurencije je dana 07.09.2012.godine dala pozitivno mišljenje na osnovu analize usklađenosti predloženog nacрта Odluke sa odredbama Zakona o zaštiti konkurencije;
- Savjet Agencije je, po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije, na sjednici od 18.09.2012.godine usvojio konačan tekst Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma. (Sl.list Crne Gore, broj. 50/2012);
- Agencija je uputile Upitnike dana 03.12.2012 godine operatorima koji pružaju javnodostupne usluge mobilne telefonije na maloprodajnom nivou. Upitnicima su specificirani statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od posljednje tri godine (na polugodišnoj osnovi) a koji su neophodni za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnih tržišta, kao i za provjeru ispunjenosti uslova iz testa tri kriterijuma. Rok za dostavljanje odgovora po Upitnicima je bio mjesec dana. Ovaj rok je, u naknadnoj komunikaciji sa operatorima, produžen još 15 dana;

2 DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

2.1 Opis postupka definisanja tržišta

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

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

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

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

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

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

2.2. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

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

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

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

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

U ovom poglavlju Agencija utvrđuje postoji li supstitutivna usluga usluzi poziva iz mobilnih mreža. Krajnji korisnici pristup mobilnim mrežama, s ciljem korišćenja usluga, ostvaruju kupovinom SIM kartice odabranog pristupnog operatora. SIM kartica, osim pristupa mreži, krajnjim korisnicima omogućava i upućivanje svih vrsta odlaznih poziva. Korisnik, koji želi uputiti poziv iz mobilne mreže, prvenstveno mora ostvariti pristup mobilnoj mreži na način da postane korisnik s pretplatničkim odnosom (eng. *post-paid customer*) ili korisnik bez pretplatničkog odnosa (eng. *pre-paid customer*). Korisnik od odabranog pristupnog operatora

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

dobija uslugu koja uključuje pristup mreži i mogućnost odlaznih poziva, jer mobilni operatori u Crnoj Gori ne nude odvojeno usluge pristupa mreži i usluge odlaznih poziva, iz čega proizilazi da krajnji korisnik opredjeljivanjem za bilo koji tarifni paket/uslugu automatski dobija mogućnost pristupa mreži i upućivanja svih vrsta odlaznih poziva. Iz navedenog proizilazi da krajnji korisnici uslugu pristupa i uslugu poziva posmatraju kao integrisane usluge i sa tehničkog i sa ekonomskog stanovišta.

Nadalje, krajnji korisnik u slučaju odabira pretplatničkog tarifnog paketa određeni fiksni iznos plaća kroz mjesečnu pretplatu, a drugi dio plaća kroz upućivanje odlaznih poziva po minuti razgovora, zavisno od mreže i vrste poziva koji je uputio. U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore u podizanju cijene svojih usluga.

Na osnovu navedenog, zaključujemo da se maloprodajne usluge pristupa i poziva (javno dostupna telefonska usluga u mobilnim mrežama) odnose na pristup i sve vrste poziva krajnjeg korisnika iz javne mobilne mreže, a to su:

- Pristup mobilnoj mreži infrastrukturnog operatora;
- Upućivanje poziva na geografske brojeve;
- Upućivanje poziva na negeografske brojeve (usluge s dodatom vrijednosti);
- Upućivanje poziva na brojeve u mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama;
- Upućivanje poziva na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- Upućivanje poziva na međunarodne brojeve;
- Upućivanje poziva iz inostranstva (eng. *international roaming calls*).

Sve navedene vrste poziva za krajnjeg korisnika nisu međusobno zamjenjive usluge, već ih doživljava kao cjelinu jer ostvarivanjem pristupa mreži nekog od operatora, ima mogućnost ostvariti sve gore navedene vrste poziva.

S tim u vezi, Agencija je razmotrila i druge načine komunikacije kao moguće supstitutivne usluge uslugama poziva iz mobilnih komunikacionih mreža, te razmotrila da li se sve prethodno navedene vrste poziva i eventualne supstitutivne usluge odnose na poslovne i rezidencijalne korisnike, kao na prepaid i postpaid korisnike.

a) Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

U slučaju da određeni operator mobilnih mreža poveća maloprodajne cijene pristupa i usluge poziva, krajnji korisnik će biti prisiljen potražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno pomenute usluge. Potencijalna supstitutivna usluga bi mogla biti usluga poziva kod operatora fiksnih mreža.

Operatori fiksnih javnih telefonskih mreža omogućavaju krajnjem korisniku pristup mreži i upućivanje poziva samo na lokaciji fiksnog telefona, odnosno fiksnoj lokaciji, dok operatori mobilnih mreža krajnjem korisniku omogućavaju pristup mreži i mogućnost upućivanja poziva nezavisno od lokacije. Isto tako, krajnji korisnici žele imati pristup mreži operatora mobilnih mreža i pored činjenice da već imaju pristup mreži preko operatora fiksne mreže.

U skladu sa prethodno navedenim, stav Agencije je da se pozivi sa fiksnih brojeva ne mogu smatrati supstitutivnom uslugom pozivima sa mobilnih brojeva, odnosno da krajnji korisnik u slučaju povećanja cijena neće uslugu poziva iz mobilnih mreža zamijeniti uslugom poziva iz fiksnih mreža.

b) SMS usluge

U trenutku kada korisnik ostvari pristup mreži on ostvari pristup koji mu omogućava i upućivanje poziva i slanje SMS poruka. SMS poruke se od poziva razlikuju u sledećem:

- SMS poruka može prenijeti ograničen broj znakova po poruci (160 alfanumeričkih znakova);
- SMS poruke se ne prenose u realnom vremenu;
- Kod prenosa SMS poruke, za razliku od govornih poziva, postoji kašnjenje u prenosu.

Imajući u vidu ove razlike između poziva i SMS poruka, korisnik će se u slučaju potrebe za dužom konverzacijom opredijeliti za uslugu poziv umjesto SMS poruka. Dakle, navedene usluge se ne mogu smatrati supstitutivnim uslugama.

Mobilni operatori u Crnoj Gori nude SMS poruke prepaid i postpaid unutar svih tarifnih paketa zajedno sa govornim uslugama. Drugim riječima, svaki korisnik operatora mobilnih mreža ima mogućnost i uputiti poziv i poslati SMS poruku.

U skladu s prethodno navedenim, stav Agencije je da se usluga poziva i SMS poruke mogu smatrati komplementarnim uslugama odnosno, sa strane krajnjeg korisnika, smatraju se dijelom istog maloprodajnog tržišta.

c) Neupravljeni pozivi putem internetskog protokola (VoIP) kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

Usluga prenosa govora putem internetskog protokola (VoIP), obuhvata sve vrste prenosa govora putem internetskog protokola, a koje mogu biti upravljane i neupravljane. U slučaju „neupravljenih“ (eng. *non-managed*) poziva govori se o usluzi prenosa govora koja se pruža putem Internet protokola, ali koja u isto vrijeme u jednom svom dijelu prolazi kroz javni internet (eng. *Vol*) i kao takva nema garantovani kvalitet.

Prilikom analize zamjenjivosti tražnje na maloprodajnom nivou važno je naglasiti da navedena usluga nema garantovani kvalitet pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži, i kao takva ne predstavlja supstitutivnu uslugu pozivima započetim u mobilnim mrežama.

d) Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici

Iako svi postojeći operatori mobilnih mreža nude tarifne pakete za prepaid i postpaid korisnike, tarifni paketi se nude i za rezidencijalne i za poslovne korisnike. Isto tako, i rezidencijalni i poslovni korisnici su u mogućnosti kupovati i koristiti prepaid i postpaid tarifne pakete, te prelaziti s jednih tarifnih paketa na druge bez ili sa vrlo malom dodatnom naknadom. U skladu s navedenim, Agencija će rezidencijalne i poslovne korisnike posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

e) Usluge za prepaid i postpaid korisnike

U Crnoj Gori je znatno veći broj prepaid korisnika od broja postpaid korisnika, iako je maloprodajna cijena poziva viša kod prepaid tarifnih paketa u poređenju sa postpaid tarifnim paketima. Međutim, osnovni razlog za prethodno navedenu činjenicu je u tome što kod prepaid tarifnih paketa korisnici imaju potpuno kontrolu troškova i ne primaju račun za obavljene usluge elektronskih komunikacija.

U slučaju hipotetičkog povećanja cijena u tarifnim paketima bez pretplatničkog odnosa korisnici će prelaziti na tarifne pakete sa pretplatničkim odnosom iz razloga što je korist od nižih cijena na postpaid tarifnim paketima veća od štete što korisnik nema potpuno kontrolu nad

svojim troškovima. Nadalje, navedeno je takođe moguće iz razloga što ne postoji razlika u kvalitetu usluge između postpaid i prepaid tarifnih paketa s obzirom da se pružaju preko iste infrastrukture.

2.3. Analiza stepena supstitucije na strani ponude

Operator mobilnih mreža, koji pruža samo uslugu pristupa mreži, može, u slučaju da ostali operatori koji djeluju na tržištu hipotetički povise cijene za usluge poziva za 5% do 10%, u vrlo kratkom vremenskom razdoblju ponuditi osim usluge pristupa i uslugu poziva, s obzirom da se obje usluge nude preko istih mrežnih elemenata.

Međutim, operatori usluge pristupa i usluge poziva nude kao povezane usluge iz razloga što krajnji korisnici ne bi bili u mogućnosti komunicirati ako ne ostvaruju pristup mreži i mogućnost upućivanja poziva, tako da je mogućnost navedene supstitutivnosti u praksi vrlo mala.

Na bazi navedenog, Agencija je mišljenja da usluge pristupa mreži i upućivanja poziva treba posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

a) Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

U slučaju da operatori mobilnih mreža hipotetički povećaju za 5% do 10% cijenu mobilnih poziva potrebno je razmotriti mogućnost mogu li postojeći operatori fiksnih mreža započeti nuditi mobilne usluge. Imajući u vidu ulaganja u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza navedena zamjenjivost se neće ostvariti.

b) SMS usluge

Operator mobilnih mreža je u mogućnosti ponuditi skup maloprodajnih usluga umjesto individualnih usluga u slučaju da ostali operatori koji djeluju na tržištu hipotetički povećaju cijene nekih od maloprodajnih usluga za 5% do 10%. Drugim riječima u slučaju da ostali operatori povećaju cijene za uslugu originacije SMS poruka, operator će biti u mogućnosti u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi navedenu uslugu na tržištu iz razloga što navedeno od operatora ne bi zahtijevalo visoka dodatna ulaganja.

Međutim, s obzirom da operatori svoje usluge nude kao povezane proizvode kako bi privukli korisnike, mogućnost pojave supstitutivnosti na individualnoj osnovi je vrlo mala.

Na osnovu navedenog, Agencija je mišljenja da govorne usluge i SMS poruke treba tretirati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

c) Usluge za prepaid korisnike i usluge za postpaid korisnike

U slučaju da jedan od operatora na tržištu hipotetički poveća cijene usluga za prepaid korisnike, ostali operatori koji nude usluge za prepaid korisnike mogu vrlo lako ponuditi usluge po cijenama čime će doprinijeti da operator koji je povećao cijene svojih usluga neće od toga profitirati. Takođe, u slučaju da neki operator ne nudi usluge prepaid korisnicima moći će u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi po atraktivnijoj cijeni usluge prepaid korisnicima. Međutim, u praksi je mogućnost da se prethodno navedeno dogodi vrlo mala, jer svi operatori nude i usluge za prepaid korisnike i usluge za postpaid korisnike.

Na osnovu navedenog, Agencija je mišljenja da su usluge za prepaid korisnike i usluge za postpaid korisnike sastavni dio istog maloprodajnog tržišta.

2.4. Dodatni činilac koji utiče na određivanje relevantnog tržišta u dimenziji usluga

2.4.1. Mreže treće generacije (3G)

U Crnoj Gori postoje tri operatora mobilnih mreža. Agencija je u 2007. godini na osnovu provedenih javnih tendera donijela odluku o davanju novih koncesija u mobilnim mrežama i to na način da je dodijelila dvije koncesije za UMTS postojećim operatorima na tržištu, T-Com-u i Telenor-u, te jednu kombinovanu koncesiju novom operatoru na tržištu MTel koja je uključivala GSM i UMTS. U skladu s navedenim, svi operatori na tržištu imaju mogućnost pružati svoje usluge preko 2G i 3G tehnologije. 2G i 3G mobilni uređaji podržavaju govorne pozive te slanje i primanje SMS poruka. Na osnovu navedenog, korisnik mobilnog uređaja, koji podržava 2G tehnologiju, u mogućnosti je nazvati ili poslati SMS poruku korisniku koji koristi mobilni uređaj koji podržava 3G tehnologiju i obrnuto. Navedeno takođe znači da odabir uređaja s kojeg će poziv započeti (originirati) nema nikakav uticaj na samu uslugu odnosno odlazni poziv. U praksi, korisnik mobilnih mreža u trenutku kada upućuje poziv ne mora znati je li njegov mobilni uređaj podržava 2G ili 3G tehnologiju. Rezultat navedenog je da će korisnik za ostvarivanje poziva odnosno započinjanje (originaciju) poziva platiti istu naknadu nezavisno od tehnologije s koje je poziv uputio.

Agencija na osnovu prethodno navedenog, odnosno na osnovu principa tehnološke neutralnosti, smatra da ne postoji razlika između poziva koji je započeo u 3G mreži u odnosu na

poziv koji je započeo u 2G mreži, iz čega proizlazi da se navedene tehnologije smatraju supstitutivnom uslugom na strani tražnje, odnosno dijelom istog tržišta.

2.5. Relevantno geografsko tržište

Relevantno geografsko tržište uključuje prostor na kom operatori i pružaoci usluga su involvirani, sa aspekta ponude i sa aspekta tražnje za relevantnim proizvodima i uslugama. Preovladavajući uslovi konkurencije na tom prostoru su slični ili dovoljno homogeni i isti se bitno razlikuju od susjednog područja. Na relevantnom geografskom tržištu se primjenjuje ista cjenovna politika.

U skladu sa smjericama i preporukama Evropske komisije u sektoru elektronskih komunikacija geografska dimenzija relevantnih tržišta najčešće se određuje imajući u vidu kriterijume koji se odnose na područje pokrivenosti mrežom i područje regulatorne nadležnosti. Pravni i regulatorni okvir za predmetne usluge, odnosno pravni i regulatorni okvir vezan za područje elektronskih komunikacija je isti na čitavoj teritoriji Crne Gore.

Na osnovu gore navedenog, a uzimajući u obzir analizu stepena supstitucije usluge pristupa fiksnoj mreži, Agencija zaključuje da je relevantno geografsko tržište za pružanje navedene usluge u opsegu nacionalno, odnosno relevantno geografsko tržište čini teritorija Crne Gore.

2.6. Stav Agencije o definiciji relevantnog tržišta

Agencija je utvrdila da se relevantno tržište javno dostupne telefonske usluge u mobilnim mrežama sastoji od sledećih usluga:

- Pristup mobilnoj mreži infrastrukturnog operatora;
- Upućivanje poziva na geografske brojeve;
- Upućivanje poziva na negeografske brojeve (usluge s dodatom vrijednosti);
- Upućivanje poziva na brojeve u mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama;
- Upućivanje poziva na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- Upućivanje poziva na međunarodne brojeve;
- Upućivanje poziva iz inostranstva (eng. *international roaming calls*).

Relevantno tržište javno dostupne telefonske usluge u mobilnim mrežama jedinstveno je za prepaid i postpaid korisnike, kao i za rezidencijalne i poslovne korisnike.

Takođe, ovo relevantno tržište uključuje upućivanje poziva i slanje SMS poruka u mobilnim mrežama nezavisno od toga da li je poziv upućen ili SMS poruka poslata sa mobilnog uređaja koji podržava 2G ili 3G tehnologiju.

Agencija je odredila da je geografsko tržište za tržište javno dostupne telefonske usluge u mobilnim mrežama koju nude operatori Telenor, Crnogorski Telekom i Mtel nacionalna teritorija Crne Gore.

3 TEST TRI KRITERIJUMA

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

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

Prvi kriterijum je, shodno dokumentu Evropske asocijacije regulatora o testu tri kriterijuma¹³, statičkog karaktera na osnovu kojeg se procjenjuje da li su u relevantnom periodu prisutne visoke i trajne strukturne, pravne ili regulatorne prepreke ulasku na tržište.

3.1.1 Strukturne prepreke ulasku na tržište

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

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

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

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

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

U prethodnom poglavlju ovog dokumenta Agencija je utvrdila da, između ostalog, sastavni dio ovog tržišta čine sve vrste pristupa koje je operator mobilnih mreža, zavisno od tehničkih mogućnosti i slobodnih kapaciteta, u mogućnosti ponuditi.

a) Ostvareni ulazak na tržište od strane ostalih operatora

Na navedenom tržištu posluju tri operatora i to:

1)Telenor d.o.o - prva mobilna mreža u Crnoj Gori koja je osnovana 1996. godine. Kompanija Telenor je društvo sa ograničenom odgovornošću i od prvog dana dio Telenor porodice – Telenor Mobile Holding AS.

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 Telenor-a, tako da je izvršena promjena podataka o osnivaču u skladu sa zakonskom procedurom. Dana 13.04.2007.godine Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je izdala Telenor-u 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.

2)Crnogorski Telekom A.D – ima u svom sastavu i mobilni segment. Većinski vlasnik Crnogorskog Telekoma je Magyar telekom Plc-Mađarska. T-Mobile je osnovano 2000 godine kao Monet d.o.o. Nakon rebrendiranja 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 eksploatisanje mobilne javne telekomunikacione mreže, na period od 15 godina od dana stupanja na snagu Licence.

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

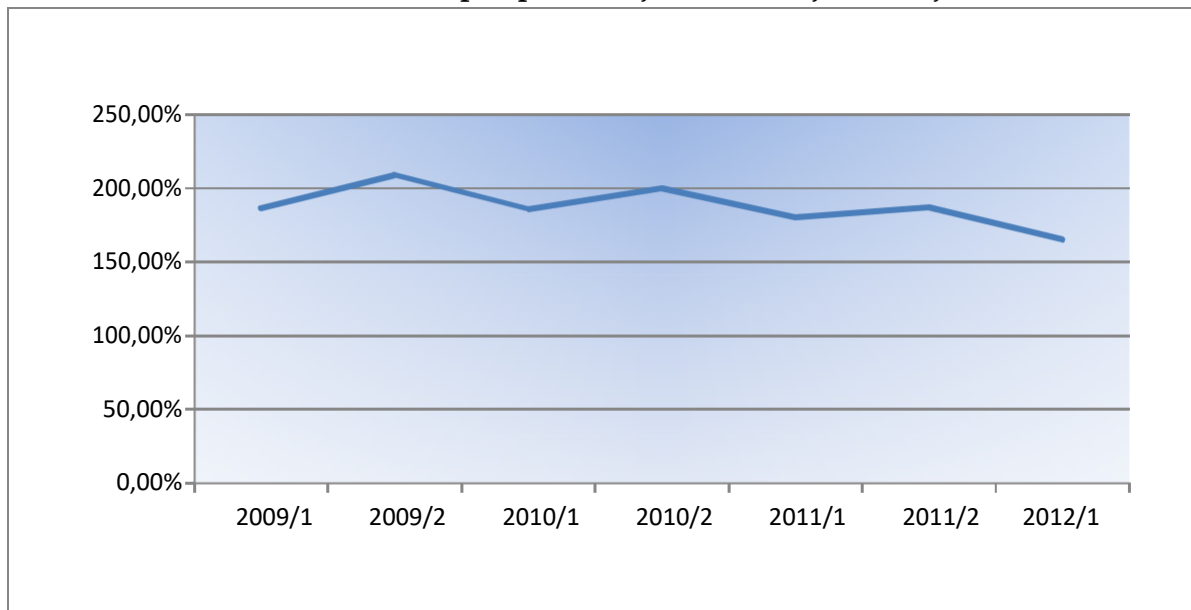
bežična pristupna tehnologija koja omogućava usluge fiksne telefonije i interneta kako za rezidencijalne tako i za poslovne korisnike. Od samog početka rada, pored GSM ponudio je i 3G usluge, za sve svoje korisnike mobilne telefonije.

Sva tri operatora koja posluju na tržištu potpisala su međusobne ugovore o interkonekciji čime je omogućena direktna komunikacija njihovih korisnika.

Iz svega gore navedenog očigledno je da je ostvaren ulazak na relevantno tržište od strane tri različita operatora koji su dobili dozvolu za upotrebu radiofrekventnog spektra.

Svaki navedeni ulazak je rezultirao dodatnim povećanjem ukupnog broja krajnjih korisnika usluga mobilne telefonije u Crnoj Gori.

Grafik br 1: Stepen penetracije u mobilnoj telefoniji



Na osnovu podatka o visim stopama penetracije u mobilnoj telefoniji tokom vremenskog razdoblja koje je obuhvaćeno analizom, Agencija konstatuje da je ostvaren uspješan razvoj tržišta.

Agencija smatra da ne postoje prepreke ulasku na tržište strukturne prirode i iz razloga što su operatori koji nude predmetnu uslugu, ostvarili uspješan ulazak na tržište i uspješno ostvaruju svoje poslovne strategije. Nadalje, usluge mobilne telefonije, podrazumijevaju niža investiciona ulaganja u izgradnju alternativnih mobilnih elektronskih komunikacionih mreža od ulaganja u alternativne fiksne elektronske komunikacione mreže, te su stoga i niže barijere uvođenju konkurencije.

Agencija smatra relevantno tržište obuhvaćeno ovim dokumentom ne karakterišu velike troškovne prednosti, ekonomije obima ili razmjere, i veliki nepovratni troškovi koji bi doveli do zaključka da navedeno relevantno tržište treba biti podložno ex ante regulaciji.

Takođe, Agencija je nametnula svim mobilnim operatorima kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih mreža obavezu omogućavanja operatorskog pristupa određenim mrežnim elementima, uključujući i omogućavanje nacionalnog roaminga, omogućavanje pristupa mobilnim virtuelnim operatorima, kao i uslugu izbora operatora. Dakle, time su stvoreni preduslovi da i potencijalni alternativni mobilni operatori pružaju maloprodajne usluge mobilne telefonije krajnjim korisnicima.

Na osnovu svega navedenog, Agencija zaključuje da ne postoje visoke i trajne strukturne prepreke ulasku na tržište.

3.1.2. Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište

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

Na osnovu dokumenta evropske grupe regulatora (eng. ERG), glavne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište odnose se na sledeće:

- potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom;
- ograničenja i uslovi vezani za upotrebu radiofrekvencijskog spektra;
- uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ući na tržište.

a) Potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom

Zakon o elektronskim komunikacijama je objavljen u Službenom listu RCG broj 89/2008, 19 avgusta 2008 godine i stupio je na snagu 8 dana od dana objavljivanja. Shodno članu 31 ovog zakona za početak korišćenja javnih elektronskih komunikacionih mreža ili pružanja javnih

elektronskih komunikacionih usluga dovoljno je podnijeti Agenciji prijavu u pisanoj formi koja sadrži propisane elemente, a Agencija je u roku od 7 dana, nakon uredne prijave, dužna da upiše operatora u Registar. Prijava povlači sljedeća plaćanja: jednokratnu naknadu za upis u registar, koja odgovara stvarnim troškovima upisa, redovnu godišnju naknadu za troškove regulacije i nadzora tržišta u sektoru elektronskih komunikacija (ova naknada ne obuhvata troškove koje Agencija ima u sprovođenju odredbi zakona koje se odnose na korišćenje ograničenih resursa frekvencija i numeracija i adresa.

Zakonom o telekomunikacijama iz 2000 godine za dobijanje dozvole-licence za građenje, eksploatisanje i pružanje telekomunikacionih servisa bilo je potrebno platiti jednokratnu naknadu, čija visina je zavisila od vrste licence koja se izdaje (opšta ili posebna) i jednokratnu naknadu za registraciju koja je odgovarala stvarnim troškovima upisa. Korisnici posebne licence su takodje plaćali godišnju naknadu koja je pokrivala troškove regulacije i nadzora tržišta i troškove koje je Agencija imala u regulaciji i nadzoru korišćenja ograničenih resursa.

b) Ograničenja i uslovi vezani za upotrebu radiofrekvencijskog spektra

U Crnoj Gori frekvencijski spektar ima slobodnih kapaciteta. Naime, frekvencijski spektar GSM 900 ima slobodnih 26 kanala, dok frekvencijski spektar GSM/DCS 1800 ima 70 slobodnih kanala. Takode, na tržištu su slobodna i 3 kanala UMTS(3G).

Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku ne postoje visoke i trajne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište s obzirom da postoji mogućnost ulaska novih operatora koji svoje usluge mogu nuditi i na 2G i na 3G tehnologiji.

c) Uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju da uđu na tržište

Shodno Zakonu o telekomunikacijama i Pravilniku o utvrđivanju visine naknade za registraciju i naknada za licence telekomunikacionih operatora i pružalaca telekomunikacionih servisa iz 2002, koji je bio na snazi do stupanja na snagu Zakona o elektronskim komunikacijama, operatori koji su za pružanje telekomunikacionih servisa trebali posebnu licencu, koja je podrazumijevala korišćenje ograničenih resursa, bili su obavezni, platiti:

- troškove registracije (odgovaraju troškovima prijave iz Zakona o elektronskim komunikacijama),

- jednokratnu naknadu za izdavanje posebne licence, koja ako nosioci posebne licence po prvi put stiču to pravo se utvrđuje prema najpovoljnijoj ponudi u postupku javnog tendera. Minimalni iznos te naknade je utvrđivalo resorno ministarstvo. Primjera radi MTEL je za dobijanje posebne licence platio 16.000.000,00 Eur-a. (Zakon o elektronskim komunikacijama također propisuje mogućnost izdavanja odobrenja za korišćenje ograničenih resursa na osnovu tendera ali samo u slučaju da procijeni da opredijeljene radio frekvencije nijesu dovoljne za zainteresovane strane. Takav tender sadrži minimalnu cijenu. Inače se frekvencije, shodno Zakonu o elektronskim komunikacijama, izdaju samo na zahtjev, uz plaćanje troškova obrade zahtjeva, koja naknada je postojala i u starom regulatornom režimu),
- naknadu utvrdjenu tom licencom u iznosu od 1% ukupnih mjesečnih prihoda.(shodno Zakonu o elektronskim komunikacijama se dakle plaćaju: godišnja naknada za regulaciju i nadzor tržišta do 1,5%, godišnja regulatorna naknada za korišćenje radio frekvencija, godišnja regulatorna naknada za korišćenje numeracija I adresa).

Dakle, procedure i plaćanja za samo počinjanje pružanja elektronskih komunikacionih servisa su jednostavnije i jeftinije u odnosu na stari regulatorni okvir. Godišnje naknade koje se plaćaju na bazi pružanja servisa i korišćenja ograničenih servisa, shodno Zakonu o elektronskim komunikacijama su u principu u granicama visine godišnje naknada iz starog regulatornog režima. Iako je Zakon o elektronskim komunikacijama dao mogućnost da godišnja naknada za regulaciju i nadzor tržišta može ići do 1,5% godišnjih prihoda operatora u prethodnoj godini, Agencija na ime ove naknade, od dana stupanja na snagu Zakona, nije obračunala iznos veći od 1%. Odnosno, za 2009, 2010 i 2011 na ime ove naknade je obračunato manje od 1% ukupnih prihoda operatora.

Na osnovu navedenog, očigledno je da je novim operatorima koji žele ući na tržište znatno olakšan ulazak na tržište, na osnovu čega Agencija zaključuje da ne postoje visoke i trajne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište, koje bi mogle opravdati činjenicu da bi navedeno relevantno mjerodavno tržište trebalo biti podložno ex ante regulaciji.

3.1.3. Zaključak o prvom kriterijumu

Na osnovu svih činjenica konstatovanih u prvom kriterijumu, Agencija zaključuje da na relevantnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u mobilnim mrežama ne postoje značajne strukturne prepreke za ulazak na tržište. Takođe, na istom tržištu ne postoje pravne ili regulatorne prepreke ulasku na tržište.

Nadalje, Agencija je mišljenja, uzimajući u obzir zaključke analize veleprodajnog tržišta terminacije poziva u individualnim mobilnim mrežama i analize veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža, da su veleprodajni uslovi povoljni ili regulisani i da će na maloprodajnom tržištu uticati na veći stepen efikasnosti konkurencije. **U skladu sa navedenim, Agencija zaključuje da prvi kriterijum nije zadovoljen.**

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

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

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

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

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

Agencija je, u cilju u tvrdživanja stvarnog stanja na relevantnom tržištu, odnosno o utvrđivanja težili razvoj u efikasne tržišne konkurencije unutar predviđenog vremenskog okvira, koristila neke od gore pomenutih kriterijuma.

3.2.1. Tržišna učešća operatora

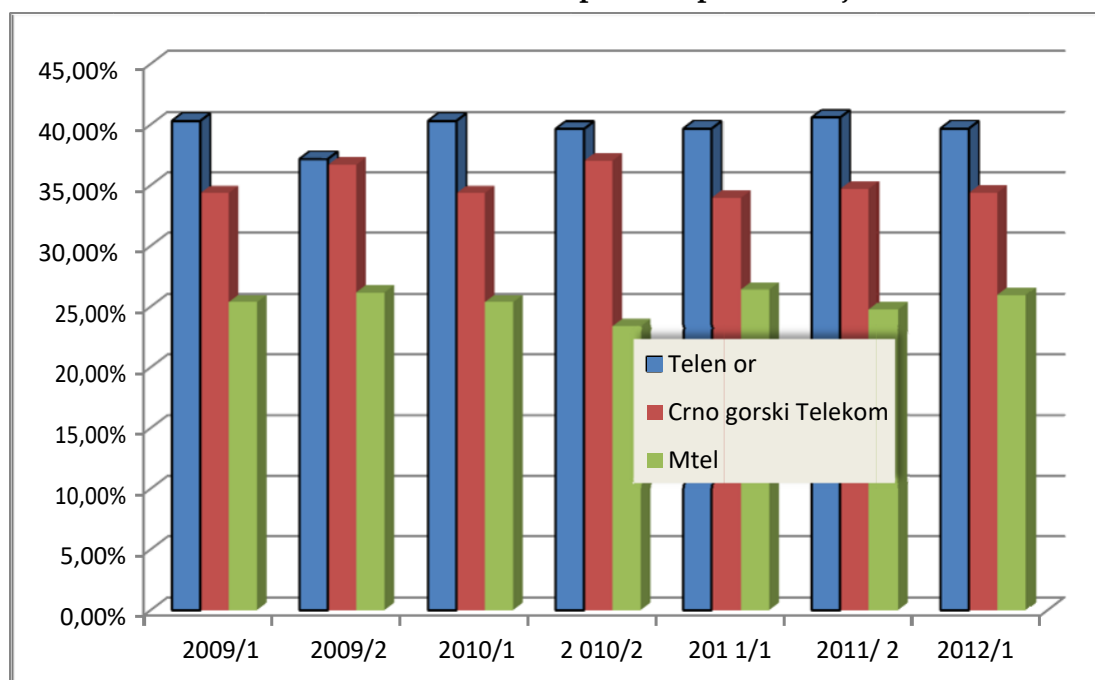
Tržišna učešća operatora smatra se glavnim pokazateljem činjenice težili tržište efikasnoj konkurenciji.

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

Operator ima značajnu tržišnu snagu ukoliko je njegovo tržišno učešće visoko i stabilno kroz određeni vremenski period. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeleli 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.

Agencija je prilikom utvrđivanja drugog, dinamičkog kriterijuma uzela u obzir tržišna učešća operatora prema broju korisnika.

Grafik br.2: Tržišna učešća operatora prema broju korisnika



Na osnovu grafika se može zaključiti da su sva tri operatora imala relativno stabilna tržišna učešća u analiziranom vremenskom razdoblju. Takođe, izvršena je analiza koncentracije tržišta. Opšte prihvaćena mjera tržišne koncentracije je Herfindal –Hiršmanov index (HHI) koji se izračunava kao zbir kvadrata tržišnih učešća svih operatora na relevantnom tržištu. Ovaj index uzima u obzir relativnu veličinu i raspodjelu tržišnih učešća operatora i teži nuli kada se tržište sastoji od velikog broja subjekata slične veličine. Ovaj index se povećava kako se broj firmi na tržištu smanjuje i kada se disparitet u veličini tih subjekata povećava.

Pragovi koncentracije su definisani Smjernicama o praćenju efekata horizontalnih koncentracija (*eng.mergers*) usvojenim od strane američkog Ministarstva pravde i Savezne trgovinske komisije. Na tržištima na kojima je HHI između 1000 i 1800 smatra se da je to tržište umjereno koncentrisano, a tržišta kod kojih je ovaj index viši od 1800 smatra se da je visoko koncentrisano.

Na osnovu podataka o tržišnim učešćima operatora izračunat su vrijednosti indeksa i to: HHI za 2009. godinu iznosi 3410, za 2010. godinu 3485, a za 2011.godinu iznosi 3521. Ovo znači da je tržište visoko koncentrisano u cijelom periodu analize i da se tržište nije mnogo mijenjalo u posmatranom vremenskom periodu.

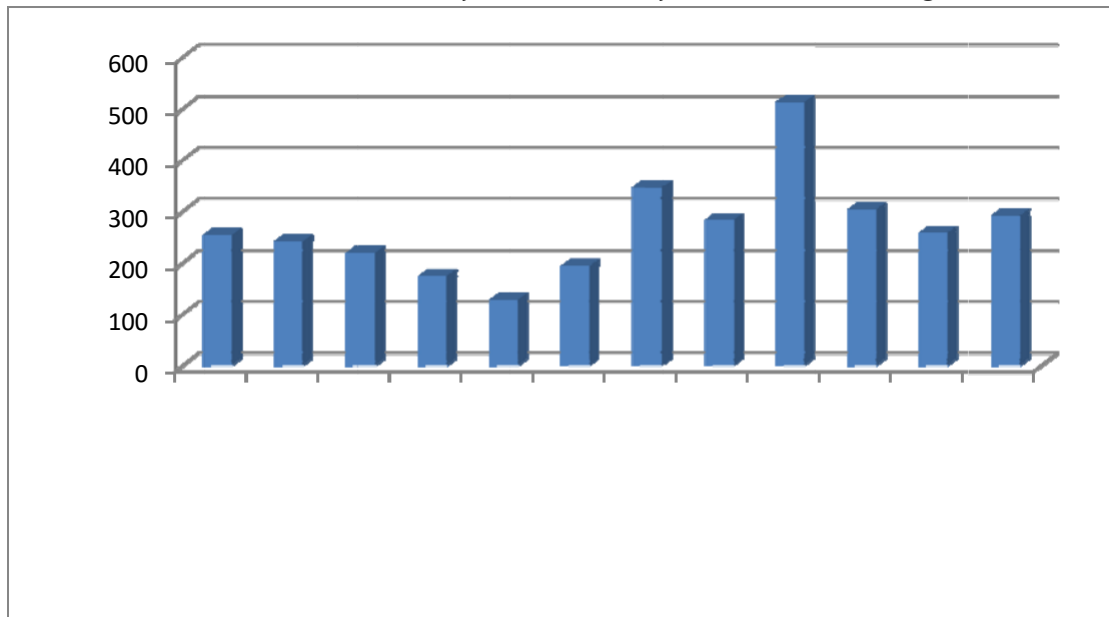
Agencija je prilikom utvrđivanja drugog kriterijuma uzela u obzir i sledeće okolnosti:

a) Krajnji korisnik ima mogućnost promjene operatora u slučaju povećanja cijene usluge mobilne telefonije

Telekomunikacioni operatori u Crnoj Gori od 01.12. 2011. godine pružaju uslugu prenosivosti telefonskog broja koja omogućava svakom pretplatniku da zadrži broj pri promjeni operatora. Iz tog razloga, Agencija smatra da u slučaju povećanja cijene od strane jednog od mobilnih operatora krajnji korisnik u svakom trenutku može izabrati drugog operatora bez velikih troškova prelaska. Naknada koju pretplatnik plaća za prenos broja iznosi 3,5 eura. Ova naknada se dijeli između starog (operatora davaoca broja) i novog (operator primaoca broja) operatora u srazmjeri 80:20. Znači, 80% ovog iznosa, odnosno 2,8€ dobija stari operator, a preostalih 0,7€ pripadaju novom operatoru, koji može osloboditi pretplatnika plaćanja ovog dijela naknade. Telekomunikacioni operatori: Crnogorski Telekom a.d, Telenor d.o.o. i M:tel su odlučili da uslugu prenosa telefonskih brojeva, za sada, pružaju besplatno. Pretplatnici ne plaćaju naknadu za uslugu prenosa broja, ali u skladu sa odlukom Agencije operator u čiju se mrežu prenosi broj, plaća operatoru iz čije se mreže prenosi broj 2,8€ po prenesenom broju.

Uslugu prenosivosti broja u 2012. godini je iskoristilo 3.520 pretplatnika, koji su prenijeli broj između mobilnih mreža. Ova usluga je jedan od važnih pokazatelja dinamike tržišta i mogućnosti promjene operatora.

Grafik br.3: Preneseni brojevi u mobilnoj mreži tokom 2012.godine



Na grafiku je prikazan status prenesenih brojeva tokom 2012. godine po mjesecima od momenta implementacije usluge, a koji najbolje sugerira dinamiku kretanja krajnjih korisnika i samim tim dinamiku tržišne konkurencije na relevantnom tržištu koje je predmet ove analize.

b) Veliki broj novih tarifnih paketa i tarifnih opcija na tržištu

Krajnji korisnici pred mogućnosti promjene operatora uzadržavaju brojku rješavanjem usluge prenosivosti brojeva, imaju mogućnost izbora između velikog broja tarifnih paketa i tarifnih opcija svakog od operatora na tržištu.

Slijedi pregled ponuda mobilnih tarifnih paketa crnogorskih operatora u analiziranom vremenskom periodu:

Operator	Prepaid paketi	Postpaid paketi
T-Mobile	4	12
Telenor	20	48
M:tel	6	32

Prepaid tarifni paketi u Crnoj Gori:

Crnogorski Telekom A.D

Cijene uspostave poziva kreću se od 0,145€-0,242€ (samo u Monopaid paketu gdje je tarifiranje na 1 sekundu). Cijene on net poziva iznose 0,12 € , cijene off net poziva iznose od 0,12€-0,17€. Cijene SMS poruka kreću se od 0,012€-0,03€, dok Cijena MMS poruka se kreće od 0,12€-0,20€.

Telenor d.o.o

Većina tarifnih paketa ima obračunski period 60/1, 2 paketa imaju 60/60 tarifni interval, 1 paket na 1 sekundu i jedan na 60/15. Cijene on net poziva kreću se od 0,0600 €-0,15€ a cijene off net poziva kreću se od 0,1029 €-0,2100 €. Cijene SMS poruka se kreću od 0,0100 €- 0,0562 €, dok cijene MMS poruka se kreću od 0,10€-0,25€.

Mtel d.o.o

U Mtel-u svi tarifni paketi imaju tarifni interval 60/1, a samo jedan se obračunava na 1 sekundu. Uspostava poziva u Mtel Crna Gora postoji samo u sklopu paketa Hello one i iznosi 0,03 centa, Cijene on net poziva se kreću od 0,06€-0,12€ a cijene off net poziva se kreću od 0,1020 € -0,16€,

Osim toga, operatori nude brojne povoljnosti u svojim prepaid paketima, kao što su : jednake cijene poziva ka svim mrežama u Crnoj Gori, povoljnije cijene poziva u periodu od 22-08h, povoljnije cijene za pozive unutar mreže, besplatne pozive ka omiljenom broju, određene besplatne minute razgovora u mreži, određen besplatan broj SMS-ova i sl.

Postpaid tarifni paketi u Crnoj Gori:

Crnogorski Telekom A.D

Kod većine postpaid paketa tarifni intervali su 60/1 dok samo jedan paket ima 1/1 obračunski period. Cijene on net poziva se kreću od 0,07€-0,1035€ a cijene off net poziva se kreću od 0,0700 €-0,1600 €. Cijene SMS poruka kreću se od 0,02 € - 0,0351 €, dok cijena MMS poruka je 0,2 €.

Telenor d.o.o

Kod Telenora većina paketa ima obračunski period 60/1, dok nekoliko njih ima 60/60, a samo jedan paket se obračunava na 1 sekundu. Cijene on net poziva se kreću od 0,5850 €-0,1404 € a cijene off net poziva se kreću od 0,0800 €-0,1989 €. Cijene SMS poruka se kreću od 0,02€-0,0445 €, dok Cijene MMS poruka se kreću od 0,15€-0,1989€,

Mtel d.o.o

Većina paketa (19) u Mtel-u ima tarifni interval 60/1, 8 paketa ima 30/30, 3 paketa 15/15 i 1 paket ima tarifni interval na 1 sekundu. Mtel naplaćuje uspostavu poziva samo u sklopu paketa mtel one i to 0,03 eura. Cijene on net poziva se kreću od 0,0700 €- 0,1230 € a cijene off net poziva se kreću od 0,0690 €- 0,1890 €.

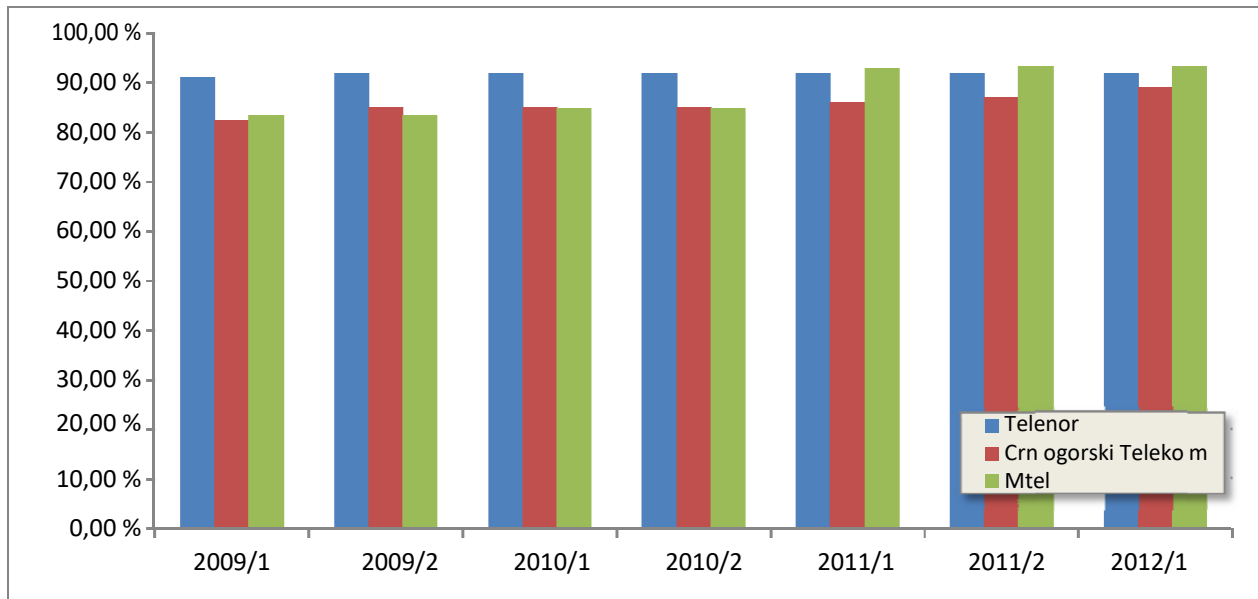
Na osnovu gore navedenih podataka mobilni operatori nude na tržištu oko 30 prepaid i 92 postpaid paketa koji su namijenjeni i za rezidencijalne i poslovne korisnike, što upućuje na činjenicu da krajnji korisnik u slučaju da je nezadovoljan cijenom ili kvalitetom pružene usluge u svakom trenutku se može opredijeliti za drugi tarifni paket istog ili drugog mobilnog operatora.

S obzirom da sva tri mobilna operatora nude širok spektar usluga u različitim kombinacijama i pod različitim povoljnostima, evidentno je prisutna snažna tržišna i marketinška „utakmica“, koja pokazuje dinamiku tržišnih događanja i smjer razvoja tržišta u pravcu jeftinijih usluga za krajnje korisnike.

c) Stepen pokrivenosti GSM signalom

U slučaju da krajnji korisnik želi koristiti usluge mobilne telefonije od bilo kojeg od postojećih operatera, nema ograničenja u pružanju usluge. Naime, pokrivenost teritorije GSM signalom u slučaju sva tri operatera je veoma visoka, na osnovu čega se može zaključiti da su svi korisnici dostupni putem bilo kojeg od operatera.

Grafik br. 4: Pokrivenost GSM signalom



d) Kontinuirano snižavanje cijena javno dostupnih telefonskih usluga u mobilnim mrežama

Imajući u vidu činjenicu da mobilni operatori u svojim ponudama nude širok spektar usluga u različitim kombinacijama i pod različitim povoljnostima, opšte prihvaćeni način za praćenje cijena je korišćenje metodologije koju je usvojio OECD, koja se odnosi na izračunavanje tzv. **korpi usluga telekomunikacionih servisa**.

Metodologijom se definišu tri OECD korpe mobilne telefonije, po jedna za svaku pretpostavljenu kategoriju korisnika (niskog nivoa, srednjeg nivoa i visokog nivoa). Prilikom izračunavanja vrijednosti korpi u obzir se uzimaju slijedeći parametri:

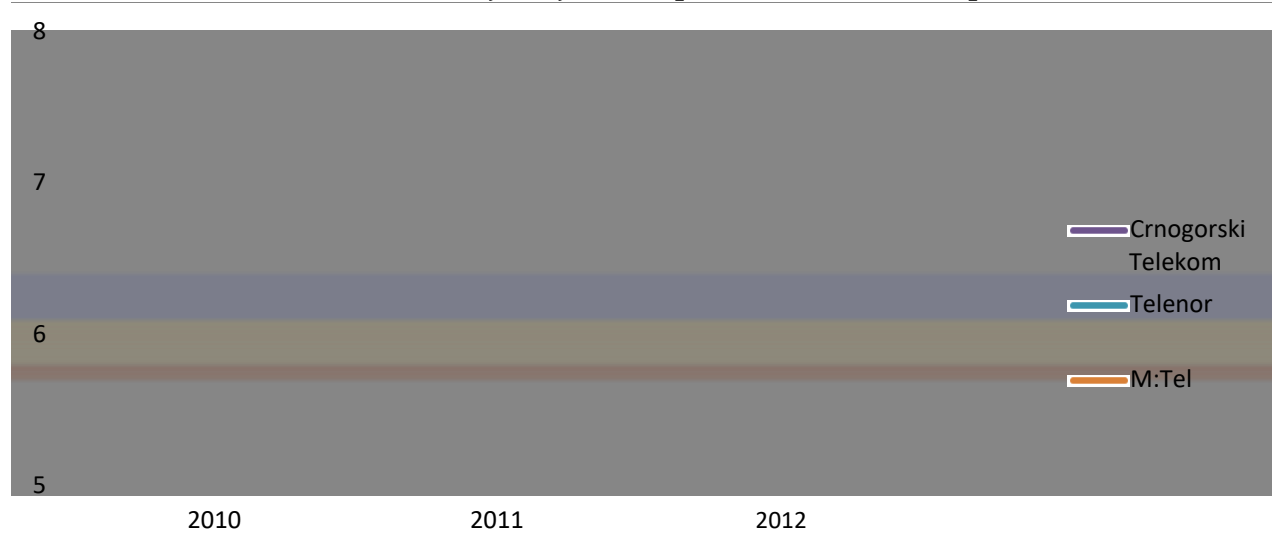
- Priključni i instalacioni troškovi
- Mjesečni troškovi, tj. pretplata
- Broj odlaznih poziva koje napravi korisnik u toku mjeseca
- Broj SMS poruka koje pošalje korisnik u toku mjeseca
- Destinacija odlaznih poziva na nacionalnom nivou

- Vrijeme obavljanja odlaznih poziva
- Dužina trajanja odlaznih poziva
- Uračunati krediti na mjesečnom nivou
- Uračunati besplatni minuti i SMS poruke na mjesečnom nivou

Vrijednosti korpe usluga mobilne telefonije za korisnike sa niskim nivoom potrošnje (*low user basket*) - Ovakav korisnik je tipičan predstavnik učeničke, studentske ili penzionerske populacije, čije mjesečne potrebe za ovim vidom telefoniranja nijesu velike. Takođe, ni mjesečna primanja ove populacije nijesu velika, što limitira iznos koji su spremni da u toku mjeseca izdvoje za ove servise. Najčešće se ovakav korisnik odlučuje za pre-paid varijantu, kako bi mogao da ima kontrolu svoje potrošnje.

Vrijednost korpe usluga mobilne telefonije za korisnike sa niskim nivoom potrošnje (*low user basket*) se smanjila u vremenskom periodu obuhvaćenom analizom u slučaju Crnogorskog Telekom-a i Mtel-a, dok je u slučaju Telenor-a zabilježeno neznatno povećanje. U svakom slučaju, vrijednost ove korpe usluga je kod sva tri operatora niža od prosjeka u regionu i u državama članicama EU.

Grafik br.5: Trend kretanja vrijednosti potrošačke OECD korpe-low user

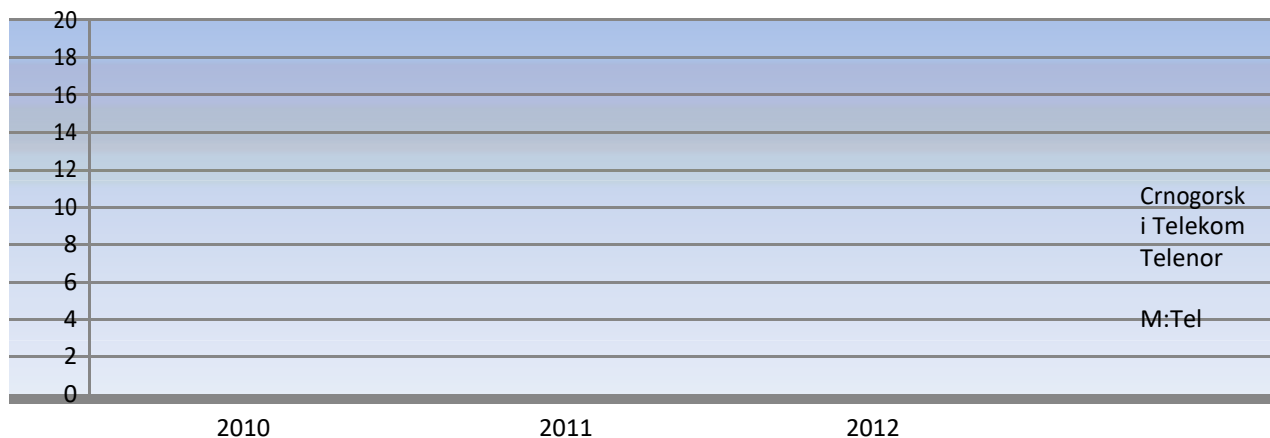


Vrijednosti korpe usluga mobilne telefonije za korisnike srednjeg nivoa potrošnje (*medium user basket*)

Ovakav korisnik je tipičan predstavnik radničke ili studentske populacije, čije su veće mjesečne potrebe za ovim vidom telefoniranja, a imaju mjesečna primanja koja mogu da podmire veće izdatke.

Vrijednost korpe usluga mobilne telefonije za korisnike sa srednjim nivoom potrošnje (*medium user basket*) se smanjila tokom 2011.godine u poređenju sa prethodnom godinom kod sva tri operatora, da bi se u 2012.godini zadržala na istom nivou u slučaju Telenor-a i Mtel-a, dok je u slučaju Crnogorskog Telekom-a zabilježeno neznatno povećanje.

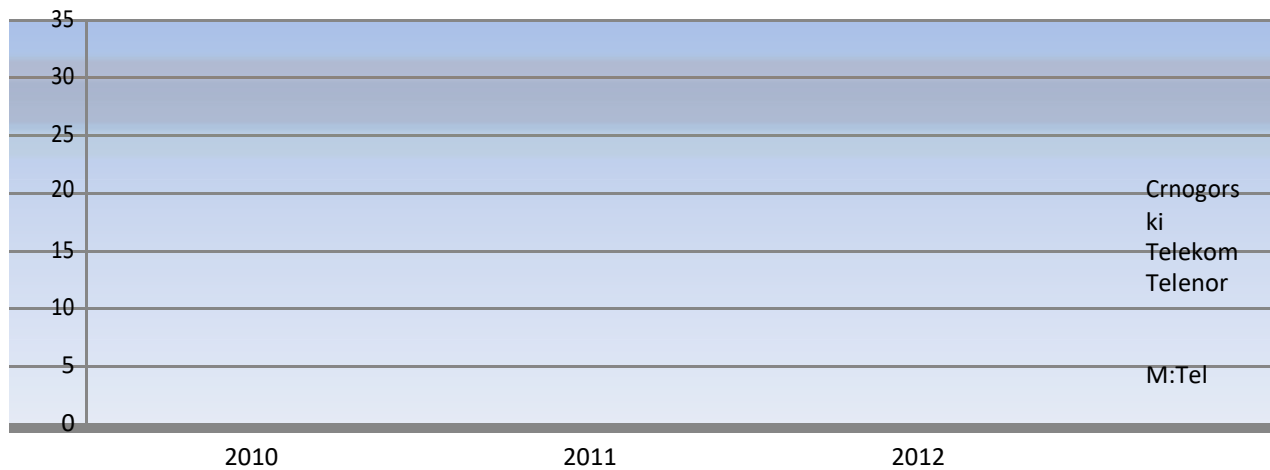
Grafik br.6: Trend kretanja vrijednosti potrošačke OECD korpe-medium user



Vrijednosti korpe usluga mobilne telefonije za korisnike višeg nivoa potrošnje (*high user basket*)

Ovo je tipičan poslovni korisnik, čije su mjesečne potrebe za ovim vidom telefoniranja velike i vezane za poslovne aktivnosti koje obavlja. Iznos koji ovakvi korisnici spremni da u toku mjeseca izdvoje za ove servise je duplo veći u poređenju sa korisnicima sa umjerenim nivoom potrošnje, tj. oko šest puta veći u poređenju sa korisnicima koji imaju nizak nivo potrošnje. Ovakav korisnik se najčešće odlučuje za postpaid varijantu, zbog mogućnosti plaćanja sa računa preduzeća.

Grafik br.7: Trend kretanja vrijednosti potrošačke OECD korpe-high user



Kod ove korpe može se konstatovati da se tokom analiziranom perioda smanjila vrijednost kod sva tri operatora u Crnoj Gori.

Na osnovu uporednog grafičkog pregleda kretanja vrijednosti OECD korpi usluga u mobilnoj telefoniji tokom analiziranog perioda može se zaključiti da je prisutno kontinuirano smanjenje nivoa cijena javno dostupnih telefonskih usluga koje nude operatori mobilnih mreža. Ovo je upravo i najbolji pokazatelj efikasne tržišne konkurencije koja rezultira praksom da mobilni operatori smanjuju nivo cijena svojih usluga, kako bi pridobili krajnje korisnike.

3.2.3. Zaključak o drugom kriterijumu

Na osnovu svih činjenica konstatovanih u drugom kriterijumu, Agencija smatra da struktura ovog relevantnog tržišta teži razvoju efikasne tržišne konkurencije tokom analiziranog vremenskog okvira. **U skladu sa navedenim, Agencija zaključuje da drugi kriterijum nije zadovoljen.**

3.3. Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti konkurencije sama po sebi ne omogućava na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu

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

3.3.1 .Stepen opšteg nekonkurentnog ponašanja

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

3.3.2. Stepem kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja

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

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

3.3.3. Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu

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

3.3.4. Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu

U nekim slučajevima primjena propisa o zaštiti konkurencije, odnosno *ex-post* regulacija može stvoriti određene probleme u podsticanju razvoja efikasne tržišne konkurencije u budućem razdoblju. Konkretno, u slučajevima u kojima je moguće udvostučiti infrastrukturu, odnosno u slučajevima u kojima je potrebno promovisati razvoj infrastrukturne konkurencije, primjena *ex ante* regulacije mogla bi se dugoročno smatrati efikasnijom od primjene samo *ex post* regulacije, odnosno od primjene propisa iz oblasti zaštite konkurencije. Naime, promovisanje razvoja infrastrukturne konkurencije zahtjeva unaprijed definisanje svih ključnih uslova, što propisima o zaštiti konkurencije nije moguće.

Nadalje, kod trećeg kriterijuma nije bitno uzeti u obzir samo činjenicu o tome jesu li propisi o zaštiti konkurencije dovoljni da se *ex post* regulacijom riješi potencijalni problem koji se javio na tržištu, već je potrebno u obzir uzeti i činjenicu u kojem razdoblju, u slučaju da se pojavi određeni problem, propisi o zaštiti konkurencije mogu isti riješiti. Agencija smatra da bi propisi o zaštiti konkurencije bili dovoljni da *ex post* regulacijom riješe potencijalni problem koji se dogodio na tržištu, međutim, smatra da isti u ovom trenutku nisu u mogućnosti dovoljno brzo riješiti potencijalni problem, gdje je pravovremena intervencija neophodna.

Dakle, naknadno sankcionisanje zloupotreba statusa značajne tržišne snage shodno Zakonu o zaštiti konkurencije moglo bi se pokazati kao neblagovremeno za zadržavanje postojećeg stepena liberalizacije i uslova tržišne konkurencije. Izmjenama i dopunama Zakona o zaštiti konkurencije od 04.04.2011 godine predviđeno je da Uprava za zaštitu konkurencije preduzima mjere prema učesnicima i udruženjima učesnika za učinjene povrede konkurencije ili radi njihovog sprječavanja, prestanka već nastale povrede i otklanjanja štetnih posljedica po učesnike i potrošače.

Naime, u članu 21 Zakona o zaštiti konkurencije ("Sl.list Crne Gore", br. 069/05-11. 037/07-10) propisano je da, ako nadležni organ preko ovlašćenog lica, utvrdi da je zloupotrijebljen dominantan položaj rješenjem utvrđuje povredu i može odrediti mjere koje su učesnici na tržištu dužni da preduzmu radi uspostavljanja konkurencije na relevantnom tržištu i otklanjanja štetnih posledica zloupotrebe dominantnog položaja, kao i rokove za njihovo izvršenje.

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

3.3.5. Zaključak o trećem kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za Tržište javno dostupnih telefonskih usluga u mrežama mobilnih operatora na nivou maloprodaje propisi o zaštiti konkurencije, odnosno ex post regulacija, ne omogućavaju na odgovarajući način otklanjanje nedostataka na tržištu. *U skladu sa navedenim, Agencija zaključuje da je treći kriterijum zadovoljen.*

4. Zaključak Agencije nakon sprovedenog testa tri kriterijuma

Prema mišljenju Agencije, što je i dokazano u poglavljima 3.1 i 3.2 ovog dokumenta, Tržište javno dostupnih telefonskih usluga u mrežama mobilnih operatora na nivou maloprodaje nije podložno *ex-ante* regulaciji, jer nijesu kumulativno zadovoljena sva tri kriterijuma testa, što je preduslov za utvrđivanje da li je relevantno tržište podložno *ex ante* regulaciji.