



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

NACRT

**ANALIZA TRŽIŠTA VELEPRODAJNOG ZAVRŠAVANJA
(TERMINACIJE) POZIVA U SOPSTVENOJ MOBILNOJ
TELEFONSKOJ MREŽI**

- Za javne konsultacije -

Podgorica, oktobar 2021.godine

SADRŽAJ

1. REZIME	4
2. UVOD	6
2.1. REGULATORNI OKVIR EVROPSKE UNIJE ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE	6
2.2. PRAVNI OSNOV ZA SPROVOĐENJE ANALIZE TRŽIŠTA USLUGA ELEKTRONSKIH KOMUNIKACIJA	10
2.3. SARADNJA SA AGENCIJOM ZA ZAŠTITU KONKURENCIJE	12
2.4. HRONOLOŠKI REDOSLJED AKTIVNOSTI AGENCIJE U POSTUPKU ANALIZE RELEVANTNIH TRŽIŠTA	12
3. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA	14
3.1. OPIS POSTUPKA DEFINISANJA TRŽIŠTA	14
3.2. RELEVANTNO TRŽIŠTE U DIMENZIJI USLUGA - TRŽIŠTE MOBILNIH MREŽA U CRNOJ GORI	15
3.2.1. Struktura tržišta	15
3.2.2. Trendovi na maloprodajnom tržištu mobilne telefonije	16
3.2.3. Tržišno učešće na maloprodajnom nivou	17
3.2.4. Supstitucija na strani tražnje - maloprodajni nivo	18
3.2.5. Supstitucija na strani ponude i tražnje - veleprodajni nivo	22
3.3. DODATNI FAKTORI KOJI UTIČU NA ODREĐIVANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA U DIMENZIJI USLUGA	23
3.5.1. Tehnološka neutralnost	23
3.4. RELEVANTNO TRŽIŠTE U GEOGRAFSKOJ DIMENZIJI	24
3.5. Zaključak Agencije o definiciji relevantnog tržišta	24
4. ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA	25
4.1. CILJ I PREDMET ANALIZE	25
4.2. TRŽIŠNI UDIO OPERATORA NA TRŽIŠTU ZAVRŠAVANJA (TERMINACIJE) POZIVA U ODREĐENU MOBILNU MREŽU	26
4.3. KOMPENZACIONA KUPOVNA MOĆ	28
4.4. EKONOMIJA OBIMA	31
4.4.1. Odnos saobraćaja unutar mreže i prema drugim mrežama	31
5. PREPREKE RAZVOJU KONKURENCIJE	33
5.1. ODBIJANJE DOGOVORA-USKRAĆIVANJE INTERKONEKCIJE	34
5.2. PREVISOKE CIJENE USLUGE ZAVRŠAVANJA (TERMINACIJE) POZIVA	34
5.3. PREĆUTNI SPORAZUMI	35
5.4. DISKRIMINACIJA NA CIJENOVNOJ OSNOVI	36
5.5. DISKRIMINACIJA NA OSNOVAMA KOJE NISU POVEZANE SA CIJENAMA	36
5.5.1 Diskriminacija kvalitetom usluge	37
5.6. NERAZUMNI/NEOPRAVDANI ZAHTJEVI	37
5.7. NEOPRAVDANO KORIŠĆENJE INFORMACIJA O KONKURENTIMA	37
5.8. UNAKRSNO SUBVENCIONIRANJE	38
5.9. TAKTIKE ODGAĐANJA	38
6. ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORIMA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM, ILI UKIDANJE ILI IZMJENA PROPISANIH OBAVEZA	39

6.1. OBAVEZA OBJAVLJIVANJA PODATAKA	39
6.2. OBAVEZA PRISTUPA ELEMENTIMA MREŽE I NJIHOVOG KORIŠĆENJA	42
6.3. OBAVEZA OBEZBJEĐIVANJA NEDISKRIMINATORNOSTI	45
6.4. OBAVEZA ODVOJENOG VOĐENJA RAČUNOVODSTVENIH EVIDENCIJA	46
6.5. OBAVEZA KONTROLE CIJENA I TROŠKOVNOG RAČUNOVODSTVA	47
PRILOG	49
MIŠLJENJE AGENCIJE ZA ZAŠTITU KONKURENCIJE NA NACRT ODLUKE O POKRETANJU PONOVOG POSTUPKA ANALIZE RELEVANTNIH TRŽIŠTA.....	49

1. REZIME

U skladu sa odredbama člana 11 Zakona o elektronskim komunikacijama¹ („Sl. list Crne Gore“, br. 040/13, 056/13, 002/17 i 049/19) kojim je propisana nadležnost Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost² da sprovodi analizu relevantnih tržišta, utvrđuje operatore sa značajnom tržišnom snagom i preduzima regulatorne mjere za sprečavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora i preporukom Evropske komisije 2014/710/EU o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja su podložna prethodnoj regulaciji, predmet analize je tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži .

Analiza veleprodajnog tržišta završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži odnosi se na period 2018. - 2020. godine.

U uvodnom dijelu analize dat je pregled regulative Evropske unije u oblasti elektronskih komunikacija sa naglaskom na razvoju efikasne konkurencije i sprečavanja monopolskog ponašanja operatora koji imaju značajnu tržišnu snagu. Na pregled regulative Evropske unije nadovezuje se pravni osnov za sprovođenje postupka analize tržišta u Crnoj Gori.

Na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži, u cjelokupnom periodu koji obuhvata analiza, prisutna su tri operatora: Crnogorski Telekom ad Podgorica (u daljem tekstu: Crnogorski Telekom), Telenor d.o.o. Podgorica (u daljem tekstu: Telenor), i MTel d.o.o. Podgorica (u daljem tekstu: MTel).

Analiza veleprodajnog tržišta završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži je podijeljena u nekoliko djelova. Prvi dio se bavi definisanjem relevantnog tržišta. Postupak definisanja obuhvata analizu supstitucije na strani ponude, analizu supstitucije na strani potražnje, utvrđivanje postojanja potencijalne konkurencije i određivanje geografske dimenzije tržišta.

Analiza je pokazala da na posmatranom tržištu ne postoji supstitucija na strani tražnje i ponude, kao ni potencijalna konkurencija. U skladu sa tim, Agencija je odredila tri relevantna tržišta veleprodajnog završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži:

- završavanje (terminacija) poziva u mreži Telenora nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo;
- završavanje (terminacija) poziva u mreži Crnogorskog Telekoma nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo;
- završavanje (terminacija) poziva u mreži MTel-a nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo.

¹ U daljem tekstu - ZEK

² U daljem tekstu - Agencija

Takođe, Agencija je odredila da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji, za veleprodajnu uslugu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži, teritorija Crne Gore.

Nakon definisanja relevantnog tržišta slijedi dio koji se bavi analizom relevantnog tržišta sa ciljem da se utvrdi da li postoje faktori koji bi spriječili ili narušili konkurenciju, odnosno da li postoje operatori koji imaju dominantan položaj na tržištu.

Za potrebe ocjene postojanja značajne tržišne snage na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži, Agencija je kao najznačajnije istakla i analizirala sljedeće kriterijume:

- 1) tržišni udio operatora na relevantnom tržištu;
- 2) kompenzaciona kupovna moć;
- 3) ekonomija obima.

Na osnovu analize prethodno navedenih kriterijuma za utvrđivanje značajne tržišne snage na veleprodajnom tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži, Agencija zaključuje da su na posmatranom tržištu Crnogorski Telekom, Telenor i MTel operatori sa značajnom tržišnom snagom.

U dijelu koji govori o preprekama u razvoju tržišne konkurencije analizirana su moguća ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja mogu da budu usmjerena na izbacivanje postojećih konkurenata sa tržišta, sprečavanje ulaska novih konkurenata na tržište, kao i ponašanja koja mogu da štete interesima krajnjih korisnika.

Za identifikovane operatore sa značajnom tržišnom snagom, Agencija je, uvažavajući relativnu snagu operatora i moguće prepreke za razvoj tržišne konkurencije, utvrdila moguće obaveze:

1. Obaveza objavljivanja podataka
2. Obaveza pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja
3. Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti
4. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija
5. Obaveza kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva

2. UVOD

2.1. Regulatorni okvir Evropske unije za elektronske komunikacije

Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, koji je dopunjen i izmijenjen 2009. i 2018. 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 Evropske unije danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama koje nijesu članice Evropske unije, među kojima je i Crna Gora. Regulatorni okvir je u skladu sa tendencijom konvergencije i obuhvata sve mreže i usluge elektronskih komunikacija. Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, sadrži sljedeće direktive:

- Direktiva Evropske komisije o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge („Okvirna direktiva“)³;
- Direktiva Evropske komisije o pristupu i interkonekciju elektronskih komunikacionih mreža i pripadajućih kapaciteta („Direktiva o pristupu“)⁴;
- Direktiva Evropske komisije o odobrenju na području elektronskih komunikacionih mreža i usluga („Direktiva o odobrenju“)⁵;
- Direktiva Evropske komisije o univerzalnom servisu i pravima korisnika vezanim za elektronske komunikacione mreže i usluge („Direktiva o univerzalnom servisu“)⁶;
- Direktiva Evropske komisije o zaštiti privatnosti i povjerljivosti komunikacija u sektoru elektronskih komunikacija („Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama“)⁷.

Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, dopunjen je i izmijenjen 2009. godine, donošenjem jednog pravilnika i dvije direktive. Regulatorni okvir izmijenjen je i dopunjen sljedećim dokumentima:

- Uredba 1211/2009 o uspostavljanju Tijela evropskih regulatora za elektronske komunikacije (BEREC)⁸;
- Direktiva 2009/136/EC kojom se mijenjaju Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu, Direktiva 2002/58/EC o korišćenju podataka o ličnosti i Pravilnik

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

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

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

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

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

8 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.

2006/2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za primjenu propisa o zaštiti prava potrošača – Direktiva o pravima građana⁹;

- Direktiva 2009/140/EC, 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 – Direktiva o boljoj regulaciji¹⁰.

Evropska komisija je u decembru 2018. godine usvojila Direktivu (EU) 2018/1972 Evropskog parlamenta i Savjeta od 11. decembra 2018. godine¹¹ o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge, koja predstavlja trenutno važeći regulatorni okvir na području elektronskih mreža i komunikacionih usluga. U uvodnom dijelu Direktive pod stavkom (125) stavljaju se van snage Direktive 2002/19/EC, 2002/20/EC, 2002/21/EC, 2002/22/EC, a pri tome se upućivanja na direktive stavljene van snage smatraju upućivanjima na ovu Direktivu i čitaju se u skladu s korelacionom tablicom kako je definisano u Prilogu XIII navedene Direktive.

Evropska Komisija je na osnovu navedenih direktiva, preporuka i smjernica dodatno definisala regulatorni okvir. 2002. godine Evropska komisija je objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela o definisanju i analizi relevantnih tržišta¹², utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom i nametanju regulatornih obaveza. Osnovna svrha Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela, i konzistentnosti regulacije. Korišćenjem iste metodologije definisanja i analize tržišta obezbjeđuje se 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)¹³ o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja je sadržala 18 tržišta koja podliježu *ex ante* regulaciji, a koja je zamijenjena i
- Preporuku (2007/879/EC)¹⁴ o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 7 tržišta koja podliježu *ex ante* regulaciji.

9 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.

10 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.

11 Directive (EU) 2018/1972 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2018 establishing the European Electronic Communications Code

12 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).

13 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).

- Preporuku (2014/710/EU)¹⁵ o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 4 tržišta koja podliježu *ex ante* regulaciji.

Na osnovu direktive iz 2018. godine (Direktiva (EU) 2018/1972), Evropska komisija je usvojila sljedeću preporuku o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija:

- Preporuku (EU) 2020/2245 o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 2 tržišta koja podliježu *ex ante* regulaciji.¹⁶

Preporuka iz februara 2003. godine (2003/311/EC) je sadržala 18 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji (Tabela 1), 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 (2007/879/EC), postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio Preporuke o relevantnim tržištima iz 2007. godine, 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).

Evropska komisija je 9. oktobra 2014. godine usvojila Preporuku (2014/710/EC) o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja podliježu *ex ante* regulaciji u skladu sa Direktivom Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge. Preporukom su definisana sljedeća tržišta usluga i to:

- 1) Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj telefonskoj mreži koji se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- 2) Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u mobilnoj telefonskoj mreži;
- 3) a) Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji;
b) Veleprodajni centralni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji za proizvode za masovno tržište;
- 4) Veleprodajni visokokvalitetni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji.

Tržišta obuhvaćena Preporukom (2014/710/EC) su relevantna tržišta koja su podložna *ex ante* regulaciji, s obzirom na činjenicu da su na istim istovremeno zadovoljeni svi uslovi iz Testa tri kriterijuma. Međutim, nacionalna regulatorna tijela imaju ovlaštenja sama da

¹⁴ 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.

¹⁵ 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 2014/710 from 9 October 2014).

¹⁶ COMMISSION RECOMMENDATION (EU) 2020/2245 of 18 December 2020 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance with Directive (EU) 2018/1972 of the European Parliament and of the Council establishing the European Electronic Communications Code

utvrde, imajući u vidu specifičnosti nacionalnih tržišta, da su pojedina tržišta van liste od četiri gore navedena relevantna tržišta, podložna *ex ante* regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljeni uslovi Testa tri kriterijuma.

Evropska komisija je 29. decembra 2020. godine usvojila Preporuku (EU) 2020/2245 o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja podliježu *ex ante* regulaciji u skladu sa Direktivom (EU) 2018/1972 Evropskog parlamenta i Savjeta od 11. decembra 2018. godine o Evropskom elektronskom komunikacionom kodu. Preporukom su definisana sljedeća tržišta usluga i to:

1. Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji;
2. Veleprodajni garantovani kapaciteti.

Kako ZEK Crne Gore nije usklađen sa odredbama Direktive (EU) 2018/1972, niti je Evropska komisija donijela smjernice za primjenu Preporuke (EU) 2020/2245, a države Evropske unije još uvijek nijesu počele sa njenom primjenom, iz tih razloga nijesu se stekli preduslovi za primjenu navedene Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima usluga u Crnoj Gori.

U tabeli 1 dat je pregled svih tržišta podložnih *ex ante* regulaciji u skladu sa odredbama preporuka Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2003, 2007, 2014. i 2020. godine.

Naziv relevantnog tržišta	Preporuke Evropske komisije			
	2003/311/E3	2007/879/E3	2014/710/EU	(EU) 2020/2245
Maloprodajno tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji	1-2	1		
Maloprodajno tržište javno dostupne telefonske usluge	3-6			
Maloprodajno tržište osnovnog skupa iznajmljenih linija	7			
Veleprodajno tržište originacije poziva u javnoj telefonskoj mreži	8	2		
Veleprodajno tržište terminacije poziva u javnoj telefonskoj mreži	9	3	1 Veleprodajno tržište terminacije poziva u javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji	
Veleprodajno tržište usluge tranzitiranja saobraćaja u fiksnoj javnoj telefonskoj mreži	10			
Veleprodajno tržište (fizičkog) pristupa infrastrukturi mreže (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup na utvrđenoj lokaciji)	11	4	3a) Veleprodajno tržište lokalnog pristupa mreži na fiksnoj lokaciji	1 Veleprodajno tržište lokalnog pristupa mreži na fiksnoj lokaciji
Veleprodajno tržište širokopojsnog pristupa	12	5	3b) Veleprodajno tržište središnjeg pristupa za masovno tržište	
Veleprodajno tržište iznajmljivanja završnih segmenata telekomunikacione mreže	13	6	4) Veleprodajno tržište visokokva-litetnog pristupa koji se pruža na fiksnoj	2 Veleprodajni garantovani kapaciteti

			lokaciji	
Veleprodajno tržište iznajmljivanja prenosnih segmenata telekomunikacione mreže	14			
Veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva u mobilnoj mreži	15			
Veleprodajno tržište terminacije poziva u mobilnoj mreži	16	7	2 Veleprodajno tržište terminacije poziva u mobilnoj mreži	
Veleprodajno tržište za međunarodni roming	17			
Veleprodajno tržište usluga emitovanja prenosa	18			

Tabela 1: Tržišta podložna prethodnoj regulaciji (ex ante) prema preporukama Evropske komisije

2.2. Pravni osnov za sprovođenje analize tržišta usluga elektronskih komunikacija

Prethodno navedene direktive (osim posljednje iz 2018. godine) implementirane su u crnogorsko zakonodavstvo kroz ZEK, kojim je u članu 11 utvrđena, između ostalih, nadležnost Agencije da sprovodi analizu relevantnih tržišta, utvrđuje operatore sa značajnom tržišnom snagom i preduzima regulatorne mjere za sprečavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

U cilju obezbjeđenja konkurencije na tržištu elektronskih komunikacija prema ZEK-u u Poglavlju VI (članovi 63 – 78) definisan je postupak analize tržišta usluga elektronskih komunikacija, određivanja i analize relevantnih tržišta, određivanje operatora sa značajnom snagom i nalaganje obaveza, kao i skup obaveza koje se mogu naložiti operatoru sa značajnom tržišnom snagom. Osnovni cilj postupka analize tržišta je utvrđivanje efikasnosti tržišne konkurencije na tom tržištu, tj. postojanje jednog ili više operatora koji imaju značajnu ili zajedničku značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu. Na osnovu rezultata sprovedene analize ili Testa tri kriterijuma određuju se, zadržavaju, mijenjaju ili ukidaju mjere iz članova 71 do 78 ZEK, pri čemu Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera.

ZEK-om je propisano da se prilikom određivanja relevantnih tržišta iz člana 64 uzima u obzir praksa Evropske unije, što znači da se bez dokazivanja kumulativne ispunjenosti tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), može vršiti *ex ante* regulacija samo onih relevantnih tržišta iz Preporuka.

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

1. Postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne i regulatorne prirode;

2. Struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine;
3. Primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.

Shodno navedenom, u slučaju istovremene ispunjenosti sva tri kriterijuma, u skladu sa članom 65 ZEK-a, Agencija je u mogućnosti da vrši *ex ante* regulaciju, kako preostalih tržišta koja su bila sastavni dio starih Preporuka o relevantnim tržištima, tako i bilo kojih drugih tržišta koja su specifična za područje elektronskih komunikacionih mreža i usluga u Crnoj Gori.

U cilju određivanja relevantnog tržišta, ovim dokumentom Agencija će utvrditi relevantno tržište usluga, kao i geografsku dimenziju utvrđenog relevantnog tržišta. Ovaj postupak će se sprovesti shodno Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, a u skladu sa zajedničkim regulatornim okvirom za elektronske komunikacione mreže i usluge, kao i relevantnom pravnom praksom Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Nakon određivanja prethodno navedenih dimenzija relevantnog tržišta, Agencija će, u saradnji sa Agencijom za zaštitu konkurencije, ocijeniti efikasnost tržišne konkurencije na tom tržištu.

Agencija će u slučaju nedostatka efikasne tržišne konkurencije, a u skladu sa ZEK-om, procijeniti postoji li na tom relevantnom tržištu jedan ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Shodno članu 69 ZEK-a, Agencija rješenjem određuje operatora, odnosno operatore sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu, pri čemu nalaže preduzimanje najmanje jedne od mjera iz člana 71 do 78 ovog zakona, uz primjenu načela racionalnosti i proporcionalnosti.

Predmetno veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenim mobilnim mrežama (Tržište broj 2), navedeno je Preporuci (2014/710/EU), što znači da je Evropska komisija zaključila da su na ovom tržištu zadovoljena sva tri kriterijuma, i da je podložno *ex ante* regulaciji u većini zemalja Evropske unije. Iz tog razloga Agencija je u mogućnosti ovo tržište prethodno regulisati, a samim tim i utvrditi bez dokazivanja da su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma navedena u članu 65 stav 3 ZEK-a.

Savjet Agencije je na sjednici od 18.03.2021. godine usvojio **Odluku o pokretanju ponovnog postupka analize relevantnih tržišta** („Sl. list Crne Gore“, broj 32/21) za slijedeća relevantna tržišta:

- Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj telefonskoj mreži koji se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži;
- a) Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji;

- b) Veleprodajni centralni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji za proizvode za masovno tržište;
- Veleprodajni visokokvalitetni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji.

Agencija sprovodi ponovni postupak analize gore navedenih relevantnih tržišta u 2021. godini, shodno članu 64 stav 4 ZEK-a kojim se propisuje obaveza Agencije da sprovodi postupak analiza relevantnih tržišta najmanje jednom u tri godine, a saglasno Odluci o relevantnim tržištima ("Sl.list Crne Gore", broj: 02/17) iz 2017. godine.

2.3.Saradnja sa Agencijom za zaštitu konkurencije

Imajući u vidu činjenicu da član 65 ZEK-a 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 66 ZEK-a Agencija sprovodi postupak određivanja relevantnog tržišta u skladu sa propisima kojima se uređuje zaštita konkurencije. Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i Agencija 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.

Agencija je 18.03.2021. godine, po pribavljenom Mišljenju Agencije za zaštitu konkurencije broj: 01–354/21–177/4 od 15.03.2021. godine kojim je Agencija za zaštitu konkurencije iskazala saglasnost na predloženi tekst Odluke, donijela ***Odluku o pokretanju ponovnog postupka analize relevantnih tržišta*** („Sl. list Crne Gore“, broj 32/21) na osnovu prvog stava člana 15 Okvirne direktive, te preporuke Evropske komisije iz 2014. godine o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja su podložna prethodnoj regulaciji.

2.4. Hronološki redosljed aktivnosti Agencije u postupku analize relevantnih tržišta

Evropski regulatorni okvir (Okvirna Direktiva Evropske komisije¹⁷) 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 četiri relevantna tržišta, saglasno Preporuci Evropske komisije (2014/710/EU) o relevantnim tržištima.

- Savjet Agencije je na sjednici od 28.01.2021. godine usvojio Nacrt Odluke o pokretanju postupka ponovne analize na relevantnim tržištima usluga, saglasno Odluci o relevantnim tržištima iz 2017. godine ("Sl.list Crne Gore", broj: 02/17), a na osnovu

¹⁷ Directive 2002/21/EC of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive)

člana 64 stav 4 ZEK-a koji propisuje obavezu da Agencija sprovodi postupak analize relevantnih tržišta najmanje jednom u tri godine.

- Tokom javnog konsultativnog postupka na Nacrt Odluke o pokretanju postupka ponovne analize na relevantnim tržištima usluga, koji je trajao do 01.03.2021.godine, Crnogorski Telekom je jedini dostavio komentare na Nacrt Odluke.
- Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 18.03.2021. godine, po pribavljenom Mišljenju Agencije za zaštitu konkurencije broj: 01–354/21–177/4 od 15.03.2021. godine godine (u prilogu dokumenta) donio ***Odluku o pokretanju postupka ponovne analize na relevantnim tržištima usluga*** („Sl.list Crne Gore“, broj 32/21).
- Pripremljen je Upitnik koji se odnosi na relevantno veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj mreži. Upitnikom su specificirani tehnički, statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od poslednje tri godine od 2018. do 2020. (na polugodišnjoj osnovi) neophodni za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnih tržišta;
- Agencija je dostavila operatorima, dana 27. 05. 2021. godine, Upitnik uz obavezu da se traženi podaci po Upitnicima dostave najkasnije do 10. 06. 2021. godine.

Upitnik je upućen sljedećim operatorima:

1. Crnogorski Telekom. a.d., Moskovska 29, Podgorica
2. Telenor d.o., Rimski trg 4, Podgorica
3. M:tel do.o.o., Bulevar Svetog Petra Cetinjskog 143, Podgorica.

3. Definisanje relevantnog tržišta

3.1. Opis postupka definisanja tržišta

Definisanje relevantnog tržišta je prvi korak u postupku sprovođenja analize relevantnog tržišta. Prilikom definisanja određenog relevantnog tržišta uzimaju se u obzir očekivani ili predviđeni tehnološki ili ekonomski razvoj u nekom budućem vremenskom periodu koji se obično podudara sa rokom za sprovođenje narednog kruga analize relevantnog tržišta. Dakle, sagledavanje operativnih podataka i performansi, koji se odnose na raniji vremenski period, omogućava Agenciji projekciju razvoja i trendova na relevantnom tržištu do očekivanog roka za sprovođenje sljedeće analize relevantnog tržišta.

Relevantno tržište je skup svih javno ponuđenih elektronskih komunikacionih usluga, koje su po svojim karakteristikama i namjeni međusobno supstitutivne 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. Definicija relevantnih tržišta se može mijenjati i mijenja se sa promjenom osobina usluga i mogućnostima supstitucije kod ponude i tražnje. Saglasno propisima Evropske unije o zaštiti konkurencije, relevantna tržišta imaju dvije dimenzije i to: relevantno tržište usluga i relevantno geografsko tržište.

Relevantno tržište usluga čine one usluge, koje su, posmatrano sa pozicije krajnjeg korisnika, međusobno supstitutivne zbog svojih karakteristika, cijena ili namjene. Drugim riječima, dimenziju relevantnog tržišta usluga čine sve ponuđene usluge koje su po svojim karakteristikama, namjenama i cijenama međusobno supstitutivne, tako da postoje efekti supstitucije na strani tražnje, na strani ponude ili mogućnost ulaska potencijalne konkurencije.

U svrhu definisanja tržišta, pri određivanju supstituta, može se koristiti se tehnika hipotetičkog monopolističkog testa (eng. *SSNIP test – Small but Non Transitory Increase in Price*) 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. Primjena pomenutog testa ogleda se u postavljanju pitanja i traženju odgovora šta se događa u situaciji malog, ali značajnog i trajnog povećanja cijena usluge uz pretpostavku da cijene svih drugih usluga ostanu iste, pri čemu se po pravilu u obzir uzima trajni rast cijena od 5–10%.

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

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

Kod analiza stepena supstitucije na strani tražnje utvrđuje se asortiman usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Stepenn supstitucije na strani tražnje predstavlja stepenn supstitucije javno dostupnih elektronskih komunikacionih usluga na relevantnom tržištu zbog kojih krajnji korisnici mogu odgovoriti na povećanje cijene jedne usluge prelaskom na korišćenje druge usluge istog operatora ili iste, odnosno supstitutivne usluge drugih operatora na relevantnom tržištu. Supstitucija na strani tražnje dešava se u trenutku kada korisnik određene usluge prelazi na druge, supstitutivne usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi. Ukoliko operator koji nudi određenu uslugu, poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti da pređu na supstitutivne usluge drugih operatora, pa na taj način operatora koji je povećao cijenu svoje usluge prisile da cijene vrati na nivo na koji su bile prije povećanja, iz razloga što će početi da gubi svoje korisnike, a samim tim i prihode. Primjena ovog argumenta zavisi od supstitucije na strani tražnje, odnosno, što je supstitucija na strani tražnje jače izražena, operatori su više ograničeni u povećanju cijena svojih usluga krajnjim korisnicima.

Kod supstitucije na strani ponude vrši se analiza koja treba da pokaže da li potencijalni pružalac javnih elektronskih komunikacionih usluga, koji pruža druge usluge, a koje ne pripadaju istom tržištu usluga, može brzo (u kratkom, odnosno srednjem roku) i uz relativno male troškove ponuditi konkretnu uslugu na relevantnom tržištu kao odgovor malom, ali značajnom, trajnom povećanju cijena usluge od strane hipotetičkog monopoliste. Kod supstitucije na strani ponude operator koji nudi uslugu odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja nenadoknadivih troškova (eng. *sunk costs*) za pružanje istovjetne usluge na tržištu.

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.

Geografsku dimenziju relevantnog tržišta čini područje na kojem su određeni operatori ili pružaoci usluga uključeni u ponudu i tražnju za proizvodima i uslugama, a na kojem su uslovi konkurencije dovoljno homogeni da se to područje razlikuje od susjednih područja gdje su uslovi konkurencije bitno drugačiji.

3.2. Relevantno tržište u dimenziji usluga - Tržište mobilnih mreža u Crnoj Gori

3.2.1. Struktura tržišta

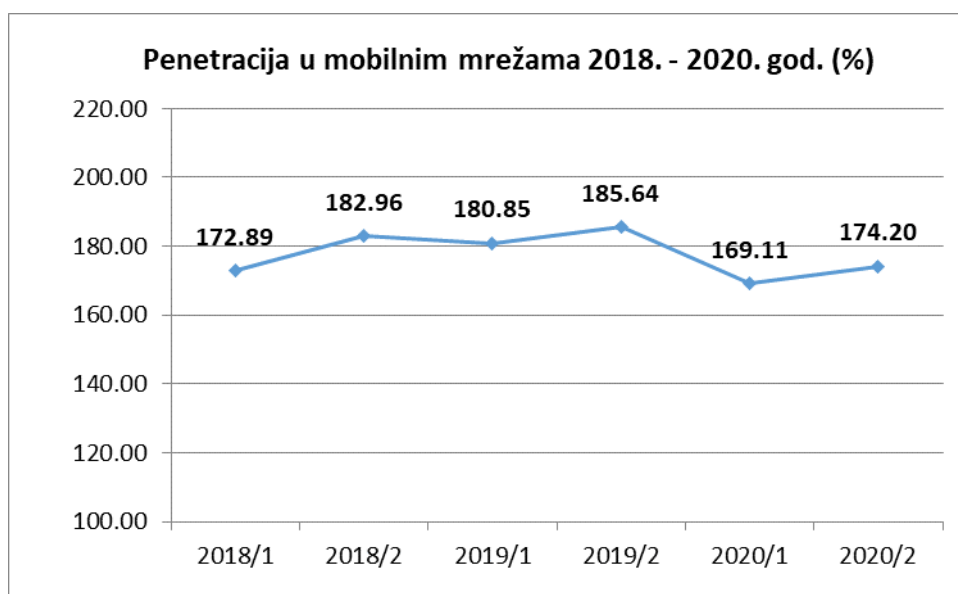
Na kraju 2020. godine u Crnoj Gori su postojala tri mobilna operatora koji pružaju elektronske komunikacione usluge na komercijalnoj osnovi i to:

1. Telenor d.o.o. Podgorica
2. Crnogorski Telekom a.d. Podgorica
3. MTel d.o.o. Podgorica

Sva tri operatora koja posluju na tržištu su potpisala ugovor o interkonekciji čime je omogućeno direktno povezivanje njihovih korisnika.

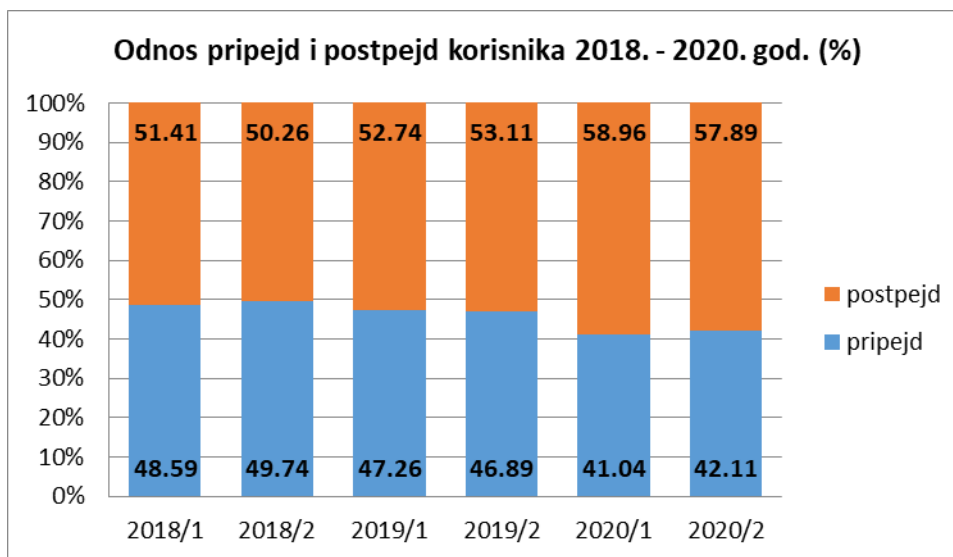
3.2.2. Trendovi na maloprodajnom tržištu mobilne telefonije

U Crnoj Gori, kao i u većini zemalja, penetracija korisnika je iznad 100%, odnosno broj korisnika mobilne telefonije je veći od broja stanovnika. Za izračunavanje penetracije, pod aktivnim prepaid korisnikom se smatra korisnik koji je u zadnjih 90 dana barem jednom koristio uslugu u mobilnoj mreži.



Slika br. 1 : Penetracija u mobilnim mrežama

Iz slike br. 1 vidimo da je najveća penetracija zabilježena je na kraju 2019. godine kada je iznosila 185,64%, a najniža na kraju prve polovine 2020. godine kada je iznosila 169,11% .

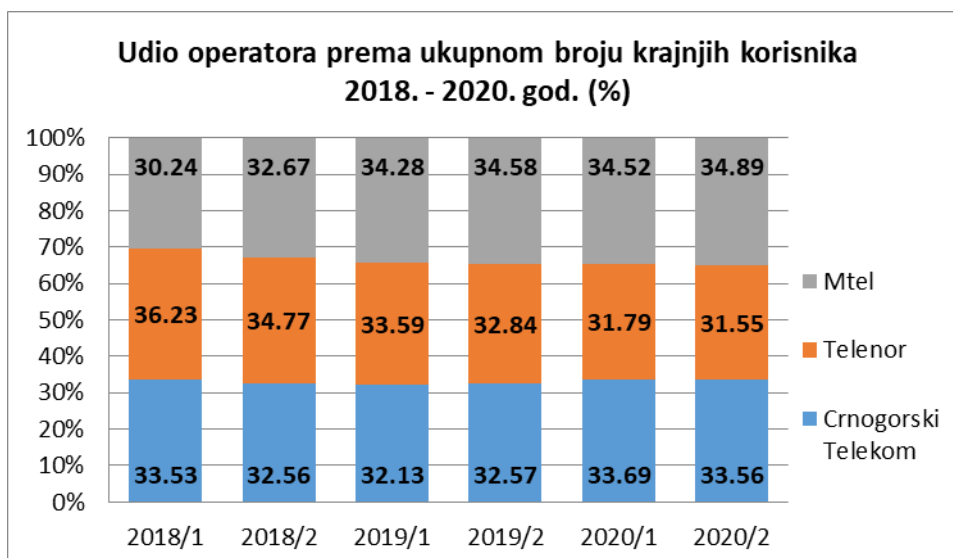


Slika br. 2: Odnos prepaid i postpaid korisnika

Iz slike broj br. 2 možemo vidjeti da je u posmatranom period evidentan rast broja postpaid, odnosno pad broja prepaid korisnika. Takođe, možemo zaključiti da će se taj trend i dalje nastaviti, najviše zbog činjenice što operatori sve više nude povoljnije cijene unutar mreže i mnoge druge pogodnosti svojim postpaid korisnicima.

Otvorenost samog tržišta ogleda se i kroz broj prenešenih brojeva kojih je na kraju 2020. godine iznosio 47.533. Korisnicima je uslugom prenosivosti broja omogućeno da uz zadržavanje korisničkog broja u svakom trenutku odaberu operatora koji najviše odgovara njihovim potrebama.

3.2.3. Tržišno učešće na maloprodajnom nivou



Slika br. 3: Učešće operatora prema ukupnom broju korisnika

Iz prethodne slike može se vidjeti značajan rast tržišnog učešća Mtel-a koji je od operatora sa najnižim udjelom na početku posmatranog perioda, postao vodeći operator. Evidentan je pad tržišnog učešća operatora Telenora, sa 36,23% na početku posmatranog perioda (2018/1) na 31,55% na kraju posmatranog perioda (2020/2). Tržišno učešće Crnogorskog Telekoma se tokom posmatranog perioda nije značajnije mijenjalo

3.2.4. Supstitucija na strani tražnje - maloprodajni nivo

Rezultati supstitucije na strani tražnje na maloprodajnom nivou predstavljaju učinke supstitucije javno ponuđenih elektronskih komunikacionih usluga na relevantnom tržištu zbog kojih korisnici mogu zbog povećanja cijene jedne usluge početi koristiti drugu uslugu ili druge supstitutivne usluge kod ostalih operatora na relevantnom tržištu. Drugim riječima, supstitucija na strani tražnje dešava se u trenutku kada korisnik određene usluge prelazi na druge supstitutivne usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi.

U teoriji, ako operator koji nudi uslugu poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti preći na supstitutivne usluge, te operatora koji je povećao cijenu svojih usluga primorati da cijene vrati na prethodni nivo, iz razloga što će u suprotnom suočiti sa padom broja korisnika, a samim tim i sa smanjenjem tržišnim učešćem. Što je supstitucija na strani tražnje jače izražena, operatori su više ograničeni u mogućnosti da povećavaju cijene usluga koje nude svojim korisnicima.

Pri određivanju mogućih prepreka potencijalnom povećanju cijena završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj mreži i učinka njihove supstitucije, potrebno je razmotriti i korisnikovu cjenovnu percepciju i osjetljivost na cjenovne promjene. Naime, u većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju, te na taj način ograničavaju operatore u povećavanju maloprodajnih cijena svojih usluga, a shodno tome i veleprodajnih cijena. Međutim, kod usluge završavanja poziva u sopstvenoj mobilnoj mreži to nije slučaj, iz razloga što tržište veleprodajnog završavanja poziva u mobilnim mrežama u Crnoj Gori, kao i u zemljama Evropske unije, karakteriše CPP princip tj. princip po kojem cijeli trošak poziva, uključujući i cijenu završavanja (terminacije) poziva, snosi strana koja poziva odnosno strana koja je uputila poziv. Na osnovu CPP principa, usluga poziva je započeta i plaćena od strane koja je započela poziv, a ne od strane koja je poziv primila.

U skladu sa navedenim, zbog CPP principa, operatori koji povećaju cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva se ne suočavaju s direktnim cjenovnim ograničenjima s maloprodajnog nivoa, s obzirom da se povećanje maloprodajne cijene odražava na krajnjeg korisnika operatora iz čije mreže je poziv upućen. Drugim riječima, operatori mobilnih mreža mogu slobodno, bez straha da će izgubiti korisnike, podizati cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva, iz razloga što se veća cijena te usluge neće prevaliti na njegove korisnike, već na korisnike operatora koji su uputili poziv njegovim korisnicima.

Operator čiji je korisnik uputio poziv platiće višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva koju može prevaliti na svog korisnika u obliku većih maloprodajnih cijena poziva prema drugim mrežama.

Usluga završavanja (terminacije) poziva, osim što je po svojim karakteristikama veleprodajna usluga, u slučaju kada su pozivalac i primalac poziva u istoj mreži definiše se kao usluga za sopstvene potrebe, što znači da usluga nije prodana drugom operatoru, već maloprodajnom dijelu istog operatora. Maloprodajna cijena usluge poziva upućenog prema brojevima u mobilnoj mreži 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 supstitutivna usluga tom pozivu, osim da poziv završi na broju i u mreži u koju je poziv i upućen.

Poziv upućen prema mobilnoj mreži može biti upućen iz iste mobilne mreže ili iz drugih mobilnih i fiksnih mreža nekog od nacionalnih ili međunarodnih operatora. Shodno navedenom, tržište veleprodajnog završavanja (terminacije) poziva čine svi pozivi koji su završili u mreži operatora mobilnih mreža, nezavisno jesu li pozivi započeti u mreži nacionalnog ili međunarodnog operatora mobilne ili fiksne mreže. Drugačija definicija tržišta i razlikovanje usluge završavanja (terminacije) poziva u određenu mrežu u odnosu na činjenicu gdje je poziv započeo bila bi u suprotnosti s logikom koja vrijedi za tržište veleprodajnog završavanja (terminacije) poziva i praksom koja se primjenjuje u zemljama Evropske unije. Na osnovu prethodno 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 supstitutivnim uslugama. Na kraju, tržište završavanja (terminacije) poziva treba da uključuje sve pozive nezavisno od elektronske komunikacione mreže u kojoj je poziv započeo.

U procjeni uzroka koji predstavljaju prepreke potencijalnom povećanju cijene završavanja (terminacije) poziva potrebno je uzeti u obzir postojanje alternativnih načina komunikacije koji bi se mogli smatrati supstitutivnim uslugama pozivima upućenim na brojeve u mobilnoj mreži. Naime, dostupnost takvih supstitutivnih usluga direktno utiče na cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva u određenoj mobilnoj mreži.

U slučaju postojanja odgovarajućih supstitutivnih usluga, prelazak korisnika koji su svjesni cijena, na te supstitutivne usluge, mogli bi smatrati preprekom potencijalnom povećanju cijene završavanja (terminacije) poziva.

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

Pozivi upućeni na brojeve u fiksnoj mreži

Pozivi upućeni na brojeve u fiksnoj mreži ne zadovoljavaju osnovni princip brojeva u mobilnoj mreži, a to je da su oni po svojoj prirodi mobilni odnosno nisu vezani za tačno

određenu lokaciju. Takođe, broj u mobilnoj mreži je jedinstven broj te korisnik koji poziva može biti siguran da će dobiti tačno onu osobu koju zove. Za razliku od brojeva u mobilnoj mreži, brojevi u fiksnoj mreži nisu personalizovani odnosno broj u fiksnoj mreži je broj domaćinstva. Drugim riječima, pozivajući osobu na broj u fiksnoj mreži korisnik ne mora dobiti osobu koju traži, već bilo koju osobu koja živi na lokaciji na koju se odnosi broj u fiksnoj mreži.

U skladu s prethodno navedenim, mišljenje Agencije je da se pozivi upućeni na brojeve u fiksnoj mreži ne mogu smatrati supstitutivnom uslugom pozivima upućenim na brojeve u mobilnoj mreži.

SMS kao alternativna usluga pozivima unutar iste mreže i pozivima prema drugim mobilnim i fiksnim mrežama

Agencija je mišljenja da se SMS ne može smatrati supstitutivnom uslugom usluzi poziva u mobilnoj mreži iz sljedećih razloga:

- SMS poruka može prenijeti ograničeni broj znakova po poruci (160 alfanumeričkih znakova);
- SMS poruke se ne prenose u realnom vremenu;
- Kod prenosa SMS poruke, za razliku od usluge poziva u mobilnoj mreži, postoji kašnjenje u prenosu s obzirom da se prenos SMS poruke odvija po principu „sačuvati i proslijediti“.

S obzirom da svaki operator mobilne mreže svojim korisnicima navedene usluge nudi kao povezane usluge, Agencija je mišljenja da su navedene usluge komplementarne, odnosno SMS usluga ne predstavlja prepreku potencijalnom povećanju usluge završavanja (terminacije) poziva u odsustvu regulacije.

Poruka putem e-maila ili elektronske poruke kao alternativna usluga pozivima unutar iste mreže i pozivima prema drugim mobilnim i fiksnim mrežama

Navedena usluga može predstavljati prepreku potencijalnom povećanju cijena usluge završavanja (terminacije) poziva jedino ukoliko dovoljan broj korisnika šalje poruke putem elektronske pošte umjesto poziva upućenih unutar iste mreže i pozivima prema drugim mobilnim i fiksnim mrežama. S obzirom da se ne prenosi u realnom vremenu, e-mail ima slične funkcionalne karakteristike kao i SMS. Međutim, postoji nekoliko razlika. Kako bi e-mail uopšte bio primljen, korisnik kojem je isti upućen (kao i korisnik koji šalje e-mail) moraju imati tzv. pametni telefon i na istom omogućen prenos podataka. Isto tako, za razliku od SMS-a ne postoji ograničenje u broju znakova koji se mogu poslati na e-mail.

Iako za neke korisnike e-mail može predstavljati supstitutivnu uslugu pozivima unutar iste mreže i pozivima prema drugim mobilnim i fiksnim mrežama, posebno za kratke pozive ili gdje neposredni kontakt nije prioritet, Agencija je mišljenja da to nije (i neće biti) slučaj za

značajan broj korisnika. Svijesnost korisnika na cijenu usluge koja se pruža će takođe imati veliki uticaj na stepen u kojem će korisnici iskoristiti e-mail kao potencijalnu supstitutivnu uslugu.

U skladu sa navedenim, Agencija je mišljenja kako se poruka putem elektronske pošte (e-mail ili e-poruka) ne može smatrati supstitutivnom uslugom pozivima unutar iste mreže i pozivima prema drugim mobilnim i fiksnim mrežama.

Pozivi preko internet protokola (VoIP) odnosno pozivi upućeni ka VoIP brojevima kao supstitutivna usluga pozivima upućenim na brojeve u mobilnim mrežama

Maloprodajna usluga poziva (javno dostupna telefonska usluga u fiksnoj mreži) je i upravljani VoIP poziv kod koga se prenos govora pruža putem internet protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora fiksne mreže, a pritom osigurava poseban virtuelni kanal za govor. Prilikom razmatranja supstitucije na strani tražnje na maloprodajnom nivou, Agencija stavlja u odnos pozive upućene na VoIP brojeve kao potencijalne supstitutivne usluge pozivima upućenim na brojeve u mobilnim mrežama.

Usluga prenosa govora putem internet protokola (VoIP) obuhvata sve vrste prenosa govora putem internet protokola, a koje mogu biti upravljane i neupravljane. Kod „neupravljanih“ VoIP poziva govori se o usluzi prenosa govora koja se pruža putem internet protokola i koja istovremeno u jednom svom dijelu prolazi kroz javni internet (VoIP), te kao takva nema garantovan kvalitet. Prilikom analize supstitucije tražnje na maloprodajnom nivou važno je napomenuti da navedena usluga nema garantovan kvalitet pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži zbog čega i ne predstavlja supstitutivnu uslugu pozivima upućenim na broj u mobilnoj mreži.

U slučaju „upravljanih“ VoIP poziva riječ je o usluzi prenosa govora koja se pruža putem internet protokola i koja u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, te kvalitetom odgovara u potpunosti kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži.

Bez obzira na garantovani kvalitet usluge u slučaju poziva upućenih na VoIP brojeve, „upravljeni“ VoIP pozivi ne zadovoljavaju osnovni princip brojeva u mobilnoj mreži, a to je da su oni po svojoj prirodi „mobilni“ odnosno nisu vezani za tačno određenu lokaciju.

U skladu sa navedenim, Agencija smatra da se pozivi upućeni na VoIP brojeve ne mogu smatrati supstitutivnom uslugom pozivima upućenim na brojeve u mobilnim mrežama.

OTT usluge kao supstitutivna usluga pozivima upućenim na brojeve u mobilnim mrežama

Na maloprodajnom nivou, postoje sve veći zahtjevi za OTT uslugama i u mobilnoj mreži, što je rezultat povećane dostupnosti širokopojasnog pristupa internetu preko mobilnih

platformi. Uz to, određene OTT usluge se razvijaju na način da se smatraju alternativnim uslugama elektronskih komunikacija koje pružaju operatori, kao što su npr. Viber, Skype, Whatsapp i Telegram za prenos govora i poruka.

Iako se većina OTT usluga pruža besplatno, one još uvijek nisu na nivou na kojem bi se mogle smatrati pravim supstitutivnim uslugama pozivima upućenim na brojeve u mobilnim mrežama. Jedan od argumenata za takvu tvrdnju je i zahtjev da oba korisnika budu spojeni u isto vrijeme na internet kako bi usluga funkcionisala. Osim toga, kvalitet OTT usluga zavisi od kvaliteta ostvarene veze prema internetu, pa u slučajevima kad je taj kvalitet nizak, OTT usluge ne pružaju onaj nivo kvaliteta koji bi odgovarao kvalitetu tradicionalne govorne usluge u mobilnoj mreži, te je ni iz toga razloga korisnici ne smatraju supstitutivnoj govornoj usluzi u mobilnoj mreži.

Uzimajući u obzir gore navedeno, Agencija je mišljenja da se OTT usluge ne mogu smatrati supstitutivnim uslugama pozivima upućenim na brojeve u mobilnim mrežama. Agencija će u periodu na koje se odnosi ova analiza pratiti razvoj OTT usluga i njihov uticaj na tržište, te će u slučaju značajnijih promjena pokrenuti postupak izmjene analize.

Zaključak - maloprodajni nivo

U skladu sa svim navedenim, Agencija zaključuje da tražnja za uslugom završavanja (terminacije) poziva na veleprodajnom nivou proizlazi iz:

- tražnje za uslugama poziva na broj u određenoj mobilnoj mreži nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo.

3.2.5. Supstitucija na strani ponude i tražnje - veleprodajni nivo

Cilj analize na veleprodajnom nivou je da utvrdi postoji li supstitutivna usluga veleprodajnoj usluzi završavanja (terminacije) poziva na način da, u slučaju da operator koji nudi uslugu završavanja (terminacije) poziva poveća cijenu, korisnici usluge završavanja (terminacije) poziva mogu preći na neku istu ili sličnu uslugu, odnosno, uslugu koja se može smatrati supstitutivnom uslugom veleprodajnoj usluzi završavanja (terminacije) poziva. Postojanje supstitutivne usluge procjenjuje se sprovođenjem analize supstitucije na strani tražnje i supstitucije na strani ponude.

Prije procjene supstitucije na strani tražnje na veleprodajnom nivou, važno je istaknuti specifičnost usluge završavanja (terminacije) poziva. Naime, veleprodajnu uslugu završavanja (terminacije) poziva nude svi operatori mobilnih i fiksnih mreža na tržištu koji imaju krajnje korisnike priključene na sopstvenu mrežu.

Agencija je nakon sprovedene analize tržišta 2017. godine odredila operatore Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel operatorima sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj mreži. Navedeni operatori pružaju uslugu završavanja (terminacije) poziva u skladu sa uslovima i obavezama definisanim analizom iz

2017. godine. S obzirom na tehničke karakteristike usluge završavanja (terminacije) poziva svakog od operatora, može se reći da se radi o uporedivim uslugama iz čega bi se moglo zaključiti kako su usluge svakog od operatora međusobno supstitutivne usluge. Međutim, zbog specifičnosti usluge poziva na određeni broj u mobilnoj mreži, a koja je navedena na maloprodajnom nivou, iste usluge različitih operatora nisu međusobno supstitutivne usluge. Uzimajući u obzir tražnju na maloprodajnom nivou, odnosno činjenicu kako na istom ne postoji adekvatna supstitutivna usluga pozivu upućenom na broj u mobilnoj mreži, Agencija je mišljenja kako na veleprodajnom nivou, takođe ne postoji adekvatna supstitutivna usluga usluzi završavanja poziva u mobilnoj mreži. Naime, korisnik bilo kog operatora u mogućnosti je nazvati korisnika bilo kog operatora. U skladu s navedenim, operator čiji je korisnik započeo poziv nema druge mogućnosti nego ugovoriti i platiti naknadu za uslugu završavanja poziva operatoru čijeg je korisnika njegov korisnik nazvao.

Na osnovu navedenog proizilazi da na veleprodajnom nivou nijedan operator nema izbor u pogledu toga sa kim će dogovoriti odnosno kome će platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva, jer je može platiti samo onom operatoru čijeg je korisnika nazvao njegov korisnik. Iz tog razloga, usluge završavanja (terminacije) poziva koje nude operatori na tržištu nisu međusobno supstitutivne.

U skladu s navedenim, Agencija je mišljenja da na veleprodajnom nivou ne postoji supstitucija na strani tražnje, odnosno da je relevantno tržište veleprodajnog završavanja (terminacije) poziva posebno za svakog operatora mobilnih mreža na tržištu.

Agencija je analizirala može li operator koji bi se tek pojavio na tržištu, brzo i uz relativno niske troškove ponuditi uslugu završavanja (terminacije) poziva trećoj strani kao odgovor malom, ali značajnom i trajnom povećanju cijena usluge od strane hipotetičkog monopoliste. Supstitucija na strani ponude na veleprodajnom nivou bila bi moguća kada bi tehnički bilo moguće da poziv završi u mreži drugog operatora. Shodno navedenom, ako hipotetički monopolista poveća veleprodajnu cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva, niti jedan drugi operator neće moći zamijeniti ili početi pružati uslugu završavanja (terminacije) poziva u mrežu hipotetičkog monopoliste. Drugi operator može odgovoriti na povećanje cijena hipotetičkog monopoliste samo povećanjem sopstvene cijene završavanja (terminacije) poziva, a što ne ograničava povećanje cijena hipotetičkog monopoliste.

U skladu s prethodno navedenim, Agencija je mišljenja kako na veleprodajnom nivou ne postoji nikakva mogućnost supstitucije na strani ponude te smatra da se situacija, u periodu na koje se odnosi navedena analiza, neće promijeniti.

3.3. Dodatni faktori koji utiču na određivanje relevantnog tržišta u dimenziji usluga

3.5.1. Tehnološka neutralnost

Kako je ranije u dokumentu navedeno, na tržištu mobilnih mreža u Crnoj Gori postoje tri operatora - Telenor, Crnogorski Telekom i M:Tel. Agencija je nakon sprovedenog javnog tendera, a u skladu sa ZEK-om, pomenutim operatorima, dodijelila licence za građenje,

posjedovanje i eksploataciju mobilne javne telekomunikacione mreže i pružanje usluga preko 2G, 3G i 4G tehnologije.

Mobilni uređaji koji podržavaju 2G, 3G i 4G tehnologije za govorne pozive te slanje i primanje SMS poruka i prenos podataka. Uslijed obezbjeđene interoperabilnosti 2G, 3G, 4G tehnologije odabir uređaja na kojem će poziv završiti nema nikakav uticaj na samu uslugu. Korisnik ne zna hoće li poziv koji je uputio završiti na mobilnom uređaju koji podržava 2G, 3G ili 4G tehnologiju i platiće istu maloprodajnu cijenu za poziv koji završava na bilo kojem mobilnom uređaju nezavisno od tehnologije.

Na osnovu navedenog, Agencija smatra da ne postoji razlika između poziva koji je završio u 3G mreži u odnosu na poziv koji je završio u 2G mreži, ili u 4G mreži iz čega proizlazi da se navedene tehnologije smatraju supstitutivnom uslugom na strani potražnje odnosno dijelom istog tržišta. U tom smislu, u relevantno tržište veleprodajnog završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj mreži spadaju svi pozivi, bez obzira na tehnologiju preko koje se pružaju.

3.4. Relevantno tržište u geografskoj dimenziji

Relevantno tržište u geografskoj dimenziji obuhvata sva područja u kojima određeni operatori pružaju usluge pod istim uslovima, odnosno sva područja u kojima postoje isti uslovi tržišne konkurencije. U skladu sa smjernicama i preporukama Evropske komisije, geografska dimenzija relevantnog tržišta je uglavnom određena na osnovu pokrivenosti mrežom i postojanjem jednakog pravnog i regulatornog okvira na određenom geografskom području.

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 sljedeći operatori: Telenor, Crnogorski Telekom i MTel.

Agencija geografsku dimenziju posmatra pojedinačno za svakog operatora. Svaki od navedena tri operatora 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 sa navedenim, Agencija geografsku dimenziju relevantnog tržišta određuje kao teritoriju Crne Gore, i to za sva tri operatora koji nude usluge na tržištu.

3.5. Zaključak Agencije o definiciji relevantnog tržišta

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

- završavanje (terminacija) poziva u mreži Telenor-a nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo;
- završavanje (terminacija) poziva u mreži Crnogorskog Telekom-a nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo;
- završavanje (terminacija) poziva u mreži M:Tel-a nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo.

Prethodno navedena tržišta uključuju završavanje (terminaciju) poziva u mobilnim mrežama nezavisno da li je poziv završio na mobilnom uređaju koji podržava 2G, 3G ili 4G tehnologiju.

Agencija određuje da je relevantno tržište sa geografskog aspekta za završavanje (terminaciju) poziva koju nude operatori Telenor, Crnogorski Telekom i M:Tel teritorija Crne Gore.

4. Analiza relevantnog tržišta

4.1. Cilj i predmet analize

Zadatak Agencije u skladu sa ZEK-om je, da ocijeni tržišnu konkurenciju na određenom relevantnom tržištu i procijeni da li postoje na tom tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom, nakon čega će o istom donijeti odgovarajuću odluku u skladu sa ZEK-om i mišljenju Agencije za zaštitu tržišne konkurencije.

Smatra se da operator ima značajnu tržišnu snagu ako, pojedinačno ili zajedno s drugim operatorima, ima položaj koji odgovara vladajućem, što znači da se nalazi u takvom položaju koji mu omogućava da se u značajnoj mjeri ponaša nezavisno od konkurencije, korisnika usluga i potrošača.

Nakon utvrđivanja i određivanja relevantnog tržišta, što je opisano u prethodnim poglavljima ovog dokumenta, Agencija će, u svrhu procjene postojanja značajne tržišne snage operatora, izračunati tržišne udjele operatora na određenom relevantnom tržištu i tumačiti ih u skladu sa Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima kao i relevantnim pravnim okvirom Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Zatim će, analizom prikupljenih podataka u skladu sa ostalim obavezama iz ZEK-a, procijeniti postoji li na navedenom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom koji se nalazi u takvom povlašćenom položaju koji mu omogućava da se u značajnoj mjeri ponaša nezavisno od konkurencije, korisnika usluga i potrošača.

U procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage na relevantnom tržištu koje je predmet analize Agencija će primijeniti slijedeće:

- tržišni udio operatora na relevantnom tržištu,
- nedostatak kompezacione kupovne moći,
- ekonomija obima.

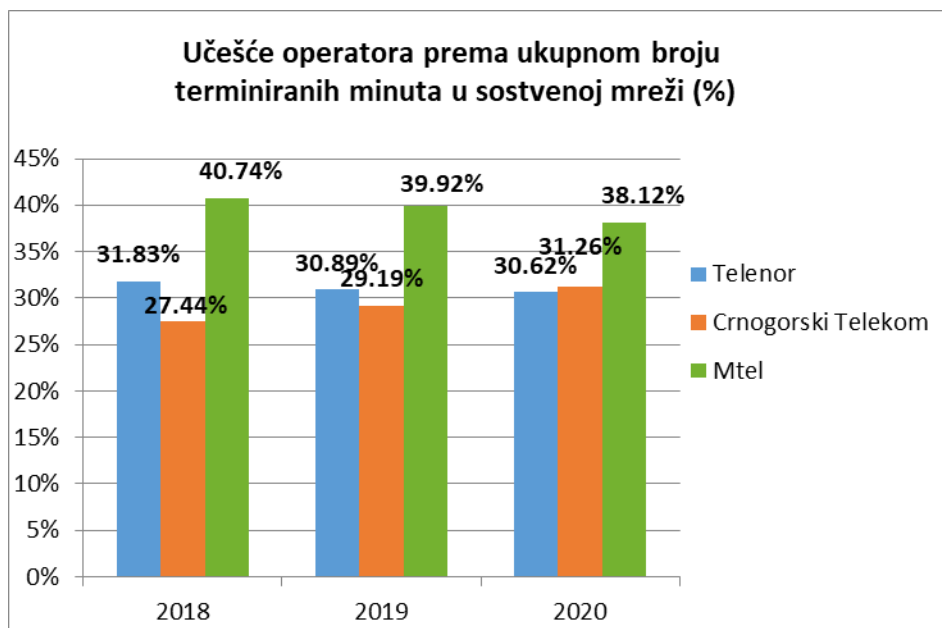
4.2. Tržišni udio operatora na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu

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 Smjericama 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.

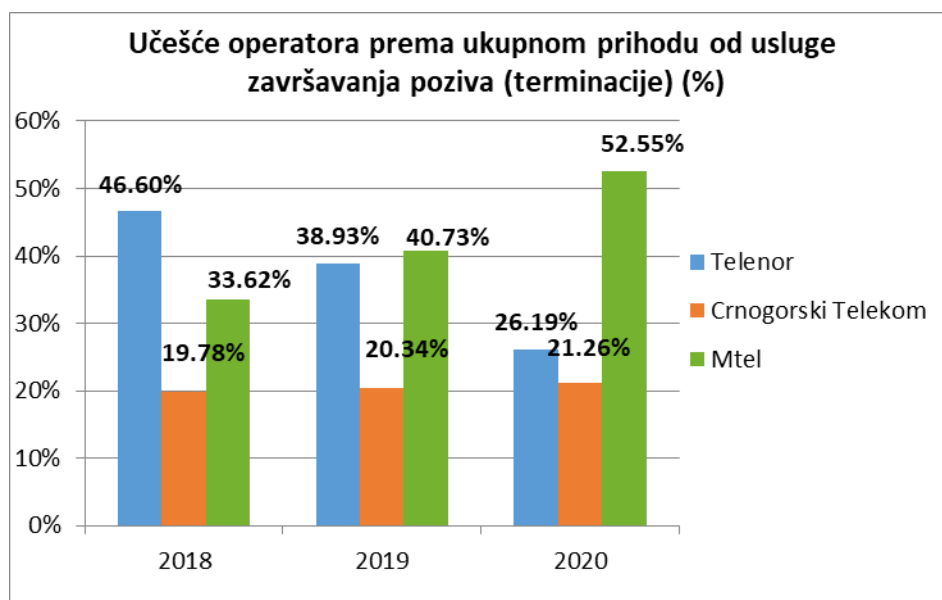
Nadalje, možemo smatrati da operator na određenom tržištu ima značajno tržišno učešće ukoliko je isti stabilan kroz određeni vremenski period. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su smanjivanja tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim udjelima ogledaju se u promjenama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



Slika br. 4. Tržišni udio operatora prema ukupnom broju završenih (terminiranih) min

Slika br. 4. pokazuje udio operatora prema ukupnom broju završenih (terminiranih) minuta nezavisno od mreže u kojoj je poziv započeo (uključuje minute započete u mreži nacionalnih operatora mobilnih i fiksnih mreža, kao i minute započete u mreži međunarodnih operatora). Analizom tržišnih udjela prema ukupnom broju završenih (terminiranih) minuta kroz period obuhvaćen analizom, možemo zaključiti da su MTel i Telenor blago smanjivali svoje tržišno učešće, dok je Crnogorski Telekom konstantno povećavao svoj udio. Međutim, i pored toga, na kraju posmatranog perioda, MTel je imao najveće tržišno učešće.



Slika br. 5. Učešće operatora prema ukupnom prihodu od usluge završavanja poziva

Kao što se vidi iz prethodne slike, Mtel ima najveće učešće prema ukupnom prihodu od terminacije tokom posmatranog perioda, za razliku od Telenora čije učešće konstantno opada. Tržišno učešće Crnogorskog Telekomu tokom posmatranog perioda ne trpi znatne promjene.

Kako je navedeno u poglavlju 3, poziv može završiti (terminirati) samo u mreži operatora koji je pristupni operator pozvanog korisnika. Uzimajući u obzir prethodno navedeno, Agencija je utvrdila tri relevantna tržišta koja se odnose na pružanje usluge završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu. Iz prethodno definisanog, proizlazi da svaki od tri operatora mobilnih mreža koji omogućavaju uslugu završavanja (terminacije) poziva u svoju mrežu, posjeduje 100% tržišnog udjela prema prihodima i prema trajanju, odnosno, u skladu sa Smjernicama Evropske komisije, a s obzirom na stabilnost tržišnog udijela, ima značajnu tržišnu snagu.

Važno je naglasiti da visoki tržišni udio nije jedino i odlučujući uslov u procijenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage. Tržišni udio jedino može ukazati na mogućnost postojanja značajne tržišne snage pojedinog operatora. Isto tako, iz Smjernica Evropske komisije proizlazi da: „dominantna pozicija može proizaći iz kombinacije uslova za određivanje značajne tržišne snage, koji uzeti u obzir odvojeni možda ne bi bili odlučujući“.

U skladu sa navedenim, Agencija je mišljenja kako u obzir treba uzeti i druge kriterijume kako bi utvrdila da li postoji na određenom tržištu operator koji djeluje nezavisno od konkurencije i korisnika.

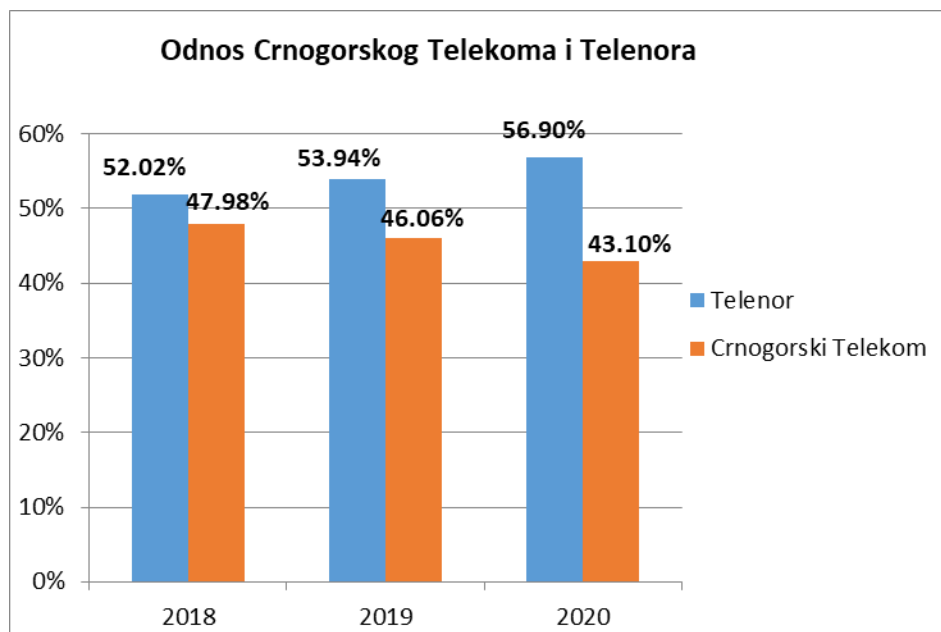
4.3. Kompenzaciona kupovna moć

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.

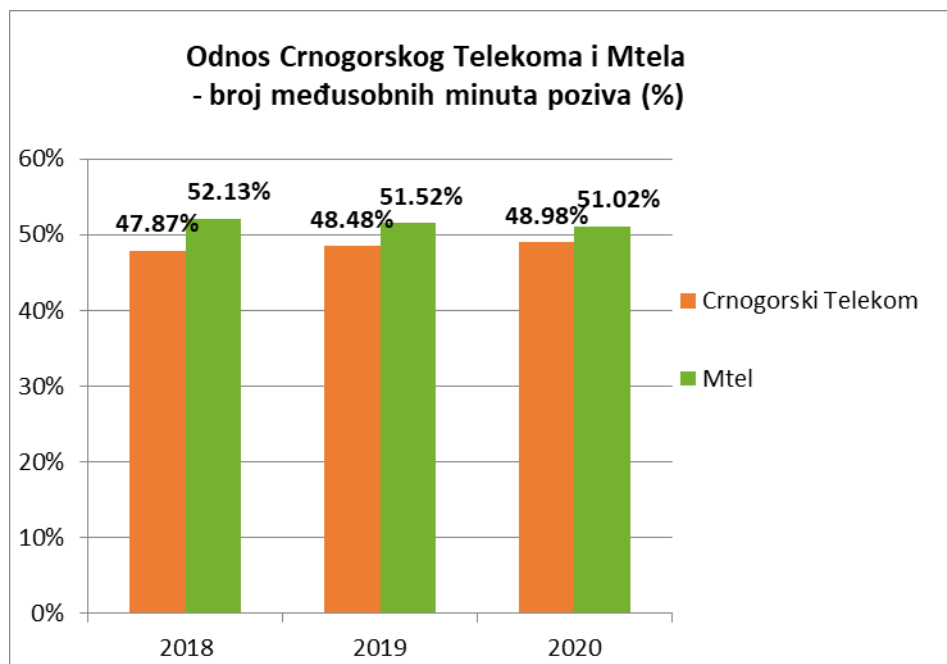
Postojanje kompezacione kupovne moći zavisi od sposobnosti operatora da spriječi porast cijena, na način da ili ne kupuje od konkurencije (dominantnog operatora) ili pruža uslugu sam sebi. Svaki operator na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu ima 100% tržišni udio, s obzirom da u potpunosti kontroliše svoju infrastrukturu. Činjenica je da svaki operator u ovom slučaju ima dominantan položaj na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mreži. Pri ovoj analizi uzeta je u obzir kompezaciona kupovna moć između pojedinih operatora. U tu svrhu, u odnos su stavljani pozivi iz mreže jednog

operatora prema drugom i obrnuto. U nastavku su prikazani međusobni odnosi između operatora koji pružaju uslugu završavanja (terminacije) poziva u Crnoj Gori, kako bi Agencija utvrdila stvarno stanje na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu.

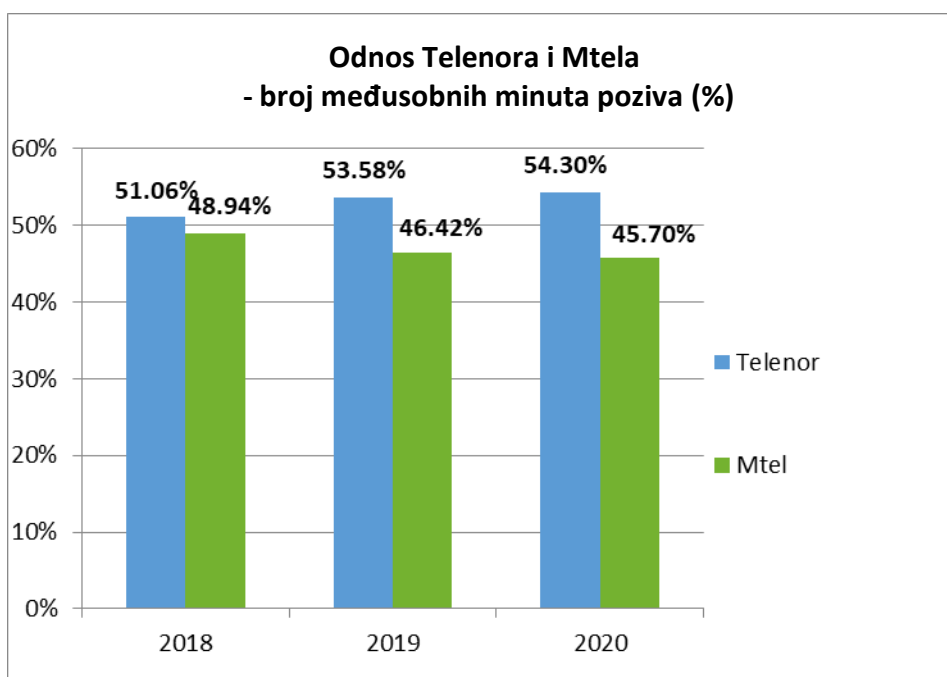


Slika br. 6. Odnos Crnogorskog Telekom i Telenora

Odnos međusobnih poziva između Crnogorskog Telekom i Telenora je stabilan u posmatranom periodu i iz navedenog grafika Agencija zaključuje da su troškovi i prihodi koje operatori imaju, odnosno ostvaruju za uslugu završavanja poziva veoma slični, odnosno, da se niti jedan od operatora ne nalazi u nepovoljnijem položaju u odnosu na drugog.



Slika br. 7. Odnos Crnogorskog Telekoma i Mtela



Slika br. 8. Odnos Telenora i MTela

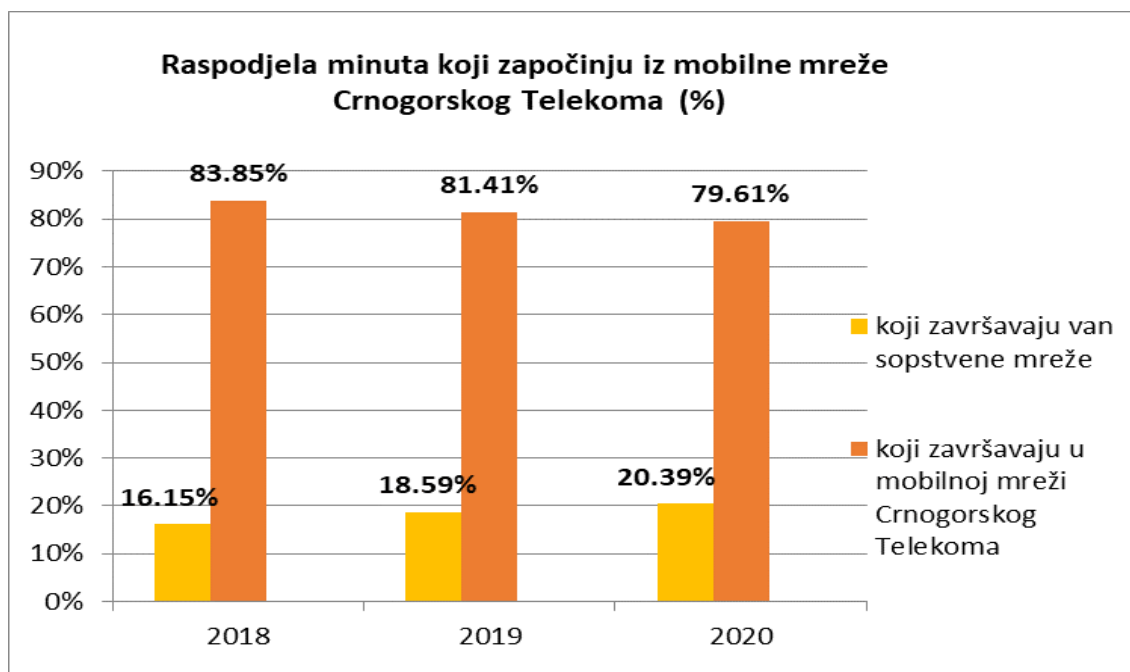
Iz prikazanog odnosa završenih (terminiranih) minuta između operatora Crnogorski Telekom i MTel, kao i odnosa završenih (terminiranih) minuta između operatora Telenor i MTel, Agencija zaključuje da su troškovi i prihodi koje operatori imaju, odnosno ostvaruju za uslugu završavanja poziva veoma slični, odnosno, da se ni jedan od operatora ne nalazi u nepovoljnijem položaju u odnosu na drugog.

4.4 Ekonomija obima

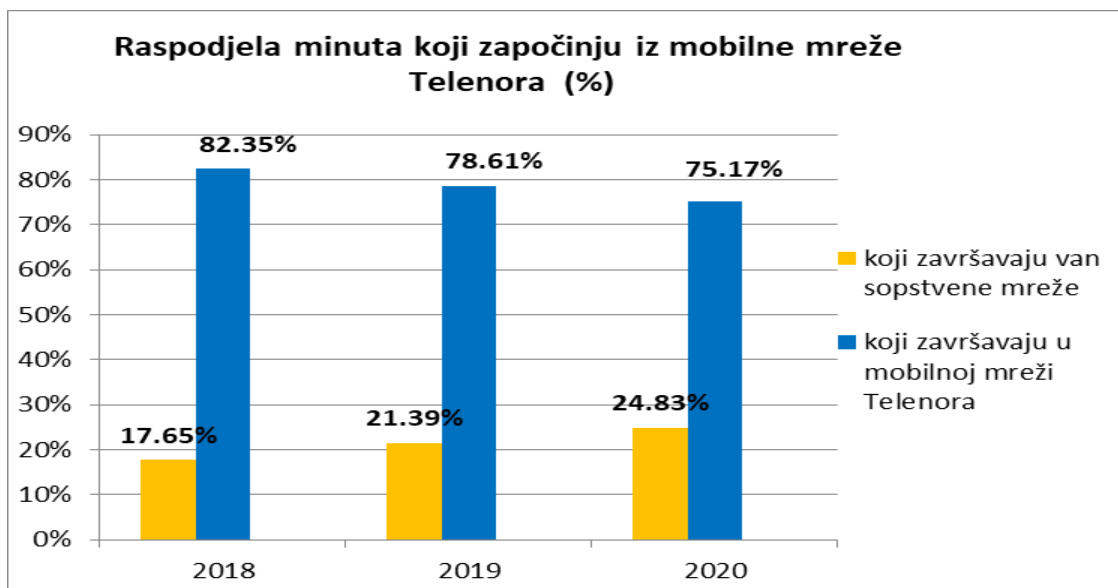
Ekonomija obima (**eng. *economy of scale***) nastaje smanjenjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obima proizvodnje. Ekonomija obima je važna zbog ostvarivanja troškovnih prednosti iz veličine pojedinih poslovnih operacija, odnosno, u industrijama gdje je efekat ekonomije obima veći, veća kompanija uvijek ima prednosti nad malom kompanijom.

Odnosom saobraćaja unutar mreže i poziva prema drugim mrežama, Agencija će utvrditi koliko saobraćaja svaki operator mobilnih mreža ostvaruje unutar svoje mreže odnosno koliko saobraćaja završava u drugim mrežama za koje mora platiti trošak završavanja poziva. Naime, na osnovu ekonomije obima, ukoliko operator ostvaruje više poziva unutar sopstvene mreže jedinični trošak za sopstvenu uslugu završavanja poziva je manji.

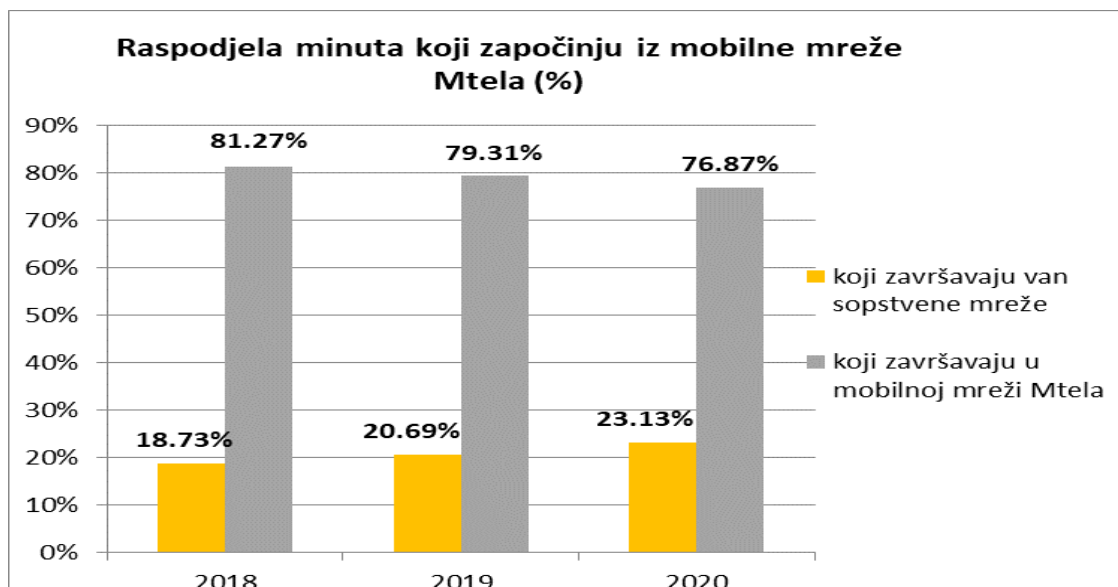
4.4.1. Odnos saobraćaja unutar mreže i prema drugim mrežama



Slika br. 9. Raspodjela minuta koji započinju iz mobilne mreže Crnogorskog Telekomu



Slika br. 10. Raspodjela minuta koji započinju iz mobilne mreže Telenora



Slika br. 11. Raspodjela minuta koji započinju iz mobilne mreže MTela

Na osnovu prethodne tri slike vidimo da Crnogorski Telekom, Telenor i MTel tokom analiziranog perioda ostvaruju značajno više minuta u okviru sopstvenih mreža nego što ostvaruju prema ostalim mrežama. Iz navedenog Agencija zaključuje da ova tri operatora imaju mogućnost da ostvare ekonomiju obima, s obzirom da im kod ogromne većine odlaznih poziva uslugu završavanja (terminacije) poziva ne naplaćuju drugi operatori, već odlazni saobraćaj završava u sopstvenoj mreži.

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

5. Prepreke razvoju konkurencije

Agencija je sagledala sve potencijalne prepreke razvoju tržišne konkurencije, koje bi, u odsustvu *ex ante* regulacije, mogle negativno uticati na interese krajnjeg korisnika. Time je omogućeno određivanje regulatornih obaveza koje će 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.

Agencija je, kao što je i navedeno u 4. poglavlju ovog dokumenta, zaključila da na tržištu terminacije (završavanja) poziva u određenu mobilnu mrežu postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom odnosno da svaki od tri mobilna operatora ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu. S obzirom da je Agencija na relevantnom tržištu odredila operatore sa značajnom tržišnom snagom može se zaključiti da u odsustvu regulacije ne bi postojala savršena konkurencija na tom tržištu i vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, na koje bi operatori sa značajnom tržišnom snagom mogli prenijeti svoj dominantni položaj, odnosno struktura tržišta ne bi težila razvoju tržišne konkurencije.

Prema dokumentu ERG (06) 33 u Evropskoj regulatornoj praksi postoji 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišne konkurencije koje su prepoznate u praksi. Većina prepreka je bazirana na iskustvima regulatornih tijela i pokazuje stvarne situacije u sektoru elektronskih komunikacija, no isto tako regulatorno tijelo ništa ne sprečava u prepoznavanju mogućih prepreka razvoju tržišne konkurencije izvan definisanog okvira, a koje su specifične za određenu državu ili određeno tržište.

Kako bi regulatorno tijelo bilo u mogućnosti da izabere regulatorne obaveze koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju tržišne konkurencije na relevantnom tržištu/tržištima, osnovno je utvrditi uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora. Naime, prema mišljenju Agencije, uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje određenih prepreka razvoju tržišne konkurencije u odsustvu regulacije.

Kod određivanja regulatornih obaveza, a u skladu s dokumentom ERG-a11, Agencija nije analizirala razliku između prepreka koje su se već dogodile u praksi na ovom relevantnom tržištu i onih koje bi se u odsustvu regulacije mogle dogoditi pa je u skladu s navedenim i određivala regulatorne obaveze. Drugim riječima, za određivanje regulatornih obaveza nije bitno je li se određena prepreka dogodila u praksi ili je Agencija predvidjela mogućnost pojavljivanja određene prepreke u budućnosti.

Agencija će u narednim poglavljima ovog dokumenta analizirati sve prepreke razvoju tržišne konkurencije koje se mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu, i ostale prepreke koje bi se mogle pojaviti na tržištu iz razloga što

operatori sa značajnom tržišnom snagom mogu svoj dominantni položaj s ovog tržišta prenijeti na vertikalno povezano maloprodajno tržište.

5.1. Odbijanje dogovora-uskraćivanje interkonekcije

U odsustvu regulacije, operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu, mogao bi odbiti zahtjev za interkonekcijom s novim operatorom na tržištu, odnosno, mogao bi postojećim operatorima na tržištu uskratiti već ostvarenu interkonekciju.

U slučaju da postojeći operatori na tržištu nemaju potpisan ugovor o interkonekciji najviše bi štete bilo nanešeno operatorima koji imaju malo učešće u saobraćaju koji ostvaruju u okviru svoje mreže. U pomenutom slučaju, novi i postojeći operatori na tržištu bi zbog izrazito ograničenih mogućnosti poslovanja bili prisiljeni da prestanu sa pružanjem svojih usluga na tržištu. Bez ugovora o interkonekciji, poslovanje novih (i postojećih) operatora bilo bi ograničeno iz razloga što bi svoje usluge mogli nuditi samo između sopstvenih korisnika, a navedeno se ne može smatrati dovoljnim za održivo poslovanje. Ako bi se navedeno dogodilo, bio bi doveden u pitanje ulazak potencijalnih konkurenata na tržište, a s obzirom da upravo novi operatori na maloprodajnim tržištima dovode do povećanja konkurencije i smanjenja cijena, spomenuta situacija ne bi bila dobra, ni sa aspekta ukupne tržišne konkurencije.

5.2. Previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva

Previsoke cijene završavanja (terminacije) poziva, kao oblik iskorišćavanja dominantnog položaja odnosi se na situaciju u kojoj je operator sa značajnom tržišnom snagom, zbog postojanja CPP principa, motivisan da poveća cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu, s obzirom da navedeni potez nema nikakvog uticaja na maloprodajne cijene njegovih krajnjih korisnika, odnosno povećanje cijena neće se odraziti na njegove krajnje korisnike, već će samo povećati troškove drugih operatora koji navedenu veleprodajnu uslugu koriste.

Zabrinutost oko cijena postoji u situaciji gdje su one u odsustvu regulacije postavljene trajno na visokom nivou i bez adekvatnog pritiska (od strane novih operatora koji bi mogli ući na tržište odnosno postojećih operatora koji posluju na tržištu) koji bi ih u određenom periodu spustio na konkurentski nivo.

Kao što je konstatovano u 3. poglavlju ovog dokumenta, poziv može završiti (terminirati) samo u mreži operatora čiji je korisnik nazvan i nijedan operator nije u mogućnosti ponuditi završetak (terminaciju) poziva u svoju mrežu, a da istovremeno poziv primi korisnik neke druge mreže. Drugim riječima, s obzirom na to da ne postoji supstitucija na strani ponude i tražnje, svaki od tri mobilna operatora ima 100% tržišni udio na sopstvenoj mreži, pa je u mogućnosti postaviti cijenu završavanja (terminacije) poziva na visokom nivou čime

istovremeno povećava troškove ostalih operatora na tržištu i shodno tome i sopstvene prihode. Postavljanje cijene završavanja (terminacije) poziva na visokom nivou dovodi operatore u nezavidnu situaciju iz razloga što nerealno podizanje troškova (cijena) utiče na efikasnost njihovog poslovanja pa se i negativno odražava na društvo u cjelini. U slučaju da mobilni operatori koji postoje na tržištu imaju istu ili sličnu tržišnu snagu, podizanje cijene završavanja (terminacije) poziva na visok nivo u isto vrijeme dovodi do rasta troškova za uslugu završavanja (terminacije) poziva, ali i rasta prihoda koji operatori ostvaruju od spomenute usluge. Shodno svemu navedenom, takvo podizanje cijena povećalo bi troškove i ostalim operatorima.

Agencija je mišljenja kako su svi operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu u mogućnosti iskoristiti navedeni status u odnosu na potencijalne nove operatore, što bi dovelo do povećanja troškova novih operatora i mogućeg sprečavanja ulaska na tržište ili izlaska s tržišta.

5.3. *Prećutni sporazumi*

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.

Takođe, operatori unutar prećutnog sporazuma mogli bi dogovoriti da međusobno plaćaju nižu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva dok bi svi ostali plaćali višu cijenu. Na navedeni način ti operatori bi mogli na relevantnom tržištu nuditi niske cijene pa bi na taj način konkurenciju doveli u vrlo težak položaj. Kod ove strategije operatori bi dogovorenu cijenu završavanja (terminacije) poziva naplaćivali samo međusobno te bi na taj način vršili diskriminaciju među operatorima.

Navedeni problem je objašnjen pod ovim kriterijumom, a ne pod diskriminacijom na cijenovnoj osnovi iz razloga što je navedena diskriminacija rezultat dogovora dva ili više operatora dok je pod preprekom diskriminacija na cijenovnoj osnovi objašnjena mogućnost diskriminacije koju može vršiti svaki operator individualno.

5.4. Diskriminacija na cijenovnoj osnovi

Prepreka razvoju tržišne konkurencije koja se odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom nudi različite cijene usluge završavanja (terminacije) poziva svom maloprodajnom dijelu (za sopstvene potrebe) i povezanim društvima u odnosu na sadašnje i potencijalne konkurente na maloprodajnom tržištu.

Postoje različite vrste diskriminacije na cijenovnoj osnovi koje se mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu javnu mobilnu mrežu. Naime, operatori sa značajnom tržišnom snagom su u mogućnosti da naprave razliku u cijeni, koju će im plaćati operatori za uslugu završavanja (terminacije) poziva, između mobilnih operatora, između fiksnih operatora ili između mobilnih i fiksnih operatora.

Isto tako, diskriminacija na cijenovnoj osnovi može se dogoditi u slučaju da operator koji ima veliki tržišni udio na zajedničkom tržištu završavanja (terminacije) poziva pokuša svoj uticaj da prenese na maloprodajno tržište na način da za pozive koji dolaze iz drugih mreža naplaćuje višu cijenu završavanja (terminacije) poziva, nego što bi sebi naplatio za poziv koji je započeo i završio u njegovoj mreži ili njegovom povezanom društvu. U navedenom slučaju, operatori sa visokim tržišnim učešćem na zajedničkom tržištu završavanja (terminacije) poziva bili bi u mogućnosti, zbog neravnoteže u ukupnom učešću, operatore sa manjim tržišnim udjelom kao i fiksne operatore da dovedu u nezavidan položaj na tržištu. Navedeni problem koji se može pojaviti na tržištu direktno utiče na podizanje troškova konkurencije odnosno može ostale operatore dovesti u nepovoljan položaj, pa ih na kraju na taj način i prisiliti da prestanu da nude svoje usluge na tržištu.

Agencija je mišljenja, kao i u slučaju prepreke razvoju tržišne konkurencije koja se ogleda u postavljanju previsokih cijena, da bi u odsustvu regulacije, svi operatori sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu, mogli da pokušaju da iskoriste svoj položaj značajne tržišne snage diskriminacijom na cijenovnoj osnovi, što bi dovelo do povećanja troškova novih operatora i mogućeg izlaska s tržišta.

5.5. Diskriminacija na osnovama koje nisu povezane sa cijenama

Osim diskriminacije na cijenovnoj osnovi operatori su u mogućnosti da vrše 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.

5.5.1 Diskriminacija kvalitetom usluge

U odsustvu regulacije postojala bi mogućnost da postojeći operatori na tržištu novim operatorima koji ulaze na tržište ponude kvalitet usluge interkonekcije ispod nivoa kvaliteta usluge koju nude za sopstvene potrebe. Takođe, 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.

5.6. 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 Telenor, Crnogorski Telekom i M:Tel 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.

5.7. Neopravdano korišćenje 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.

5.8. 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 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.

5.9. 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.

Drugim riječima, taktike odgađanja se odnose na situacije na tržištu u kojima postojeći operatori na tržištu ne odbijaju da potpišu ugovor o interkonekciji sa novim operatorom/operatorima na tržištu, već pokušavaju što je moguće duže da odlože potpisivanje navedenog ugovora s ciljem očuvanja svog tržišnog udijela naodgovarajućem maloprodajnom tržištu.

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

U prethodnom poglavlju Agencija je analizirala prepreke koje bi se u odsustvu regulacije mogle pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu mobilnu mrežu na kojem Telenor, Crnogorski Telekom i MTel imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom i odgovarajućim maloprodajnim tržištem na kojem ovi operatori mogu da prenesu svoj dominantni položaj.

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.

Regulatorne obaveze određene u skladu sa ZEK-om moraju se zasnivati na utvrđenom nedostatku na tržištu, moraju biti opravdane s obzirom na regulatorna načela i ciljeve definisane ZEK-om. Svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom Agencija mora odrediti najmanje jednu regulatornu obavezu. Uzevši u obzir karakteristike i snagu svakog pojedinog operatora u periodu za koji je rađena analiza, a koje su detaljno opisane u ovom dokumentu, Agencija smatra da ne postoji razlika između operatora Telenora, Crnogorskog Telekoma i MTel-a koja bi zahtijevala da im se odrede različite regulatorne obaveze.

Shodno navedenom, Agencija u nastavku ovog dokumenta određuje regulatorne obaveze nametnute operatorima koji su predmet ovog postupka:

6.1. Obaveza objavljivanja podataka

Agencija može, shodno članu 71 ZEK-a operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu, nametnuti obavezu da objavi podatke o uslugama pristupa i/ili interkonekcije, kao što su: računovodstveni podaci, tehničke specifikacije, karakteristike mreže, uslovi korišćenja i cijene usluga.

Agencija smatra da se na veleprodajnom tržištu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži mora propisati Crnogorskom Telekom-u, Telenor-u i M:Tel-u kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom, obaveza objavljivanja podataka. Ova obaveza objavljivanja podataka se opredmećuje u obliku referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije. Referentna ponuda za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije priprema se u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i objektivnim potrebama drugih operatora i u njoj se navodi precizna specifikacija, koja omogućava drugim operatorima da plaćaju samo zahtijevanu uslugu. Specifikacija referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije obavezno sadrži spisak usluga i povezane

uslove u vezi njihovog pružanja, u skladu sa potrebama drugih operatora i cijene i popuste ili način njihovog određivanja. Referentna ponuda za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije obavezno sadrži i elemente usluga pristupa putem lokalne pristupne mreže, uključujući korišćenje elemenata pripadajuće infrastrukture.

Referentna ponuda za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije mora biti jasno definisana, i sadržati i sledeće elemente:

- (1) Opšte odredbe koje tiču predmeta ponude, načina usklađivanja interkonekcionih ugovora, primjene i važenja Referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije, kao i zahtjeve za postupak pregovaranja i sl.;
- (2) Opis usluga koje su predmet Referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije;
- (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 interkonekcion linkovi;
- (7) Cijene usluga interkonekcije koje se odnose na cijene terminacije poziva, kao i povezanih usluga;
- (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.

Referentna ponuda za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije mora sadržati dio koji se odnosi na uslove korišćenja zajedničkog prostora-kolokacije, u kojem će se definisati sledeći elementi:

- (1) Opšte odredbe koje tiču predmeta ponude, vremena stupanja na snagu i važenja Referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije, zahtjeva i odbijanja zahtjeva za kolokaciju, postupka uspostavljanja i otkazivanja kolokacije i sl.;
- (2) Opis usluge;
- (3) Tehnička realizacija koja se odnosi na tehničke uslove i pravila korišćenja kolokacijskog prostora, sigurnosne mjere u pogledu pristupa objektima operatora za interkonekciju koji pruža uslugu kolokacije;
- (4) Postupci planiranja i realizacije planiranih kapaciteta i rezervacije lokacije i kolokacijskog prostora;
- (5) Cijene i naknade svih usluga koje odnose na uslugu kolokacije;
- (6) Obračun, naplata i instrumenti osiguranja plaćanja;
- (7) Kvalitet usluga;
- (8) Povjerljivost informacija i poslovna tajna i
- (9) Izmjene ugovora o pružanju usluga kolokacije.

Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel su u obavezi da, u roku od 90 dana od dana dostavljanja Rješenja o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dostave Agenciji na davanje saglasnosti tekst Referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije, saglasno predloženom formatu Referentne ponude i i saglasno drugim regulatornim obavezama koje proističu iz analize relevantnog tržišta završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži.

Pored obaveze objavljivanja Referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije, Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel su u obavezi da dostavljaju Agenciji (i/ili da objavljuju) 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 i
- KPI koji se odnose na pružanje usluge zajedničkog korišćenja prostora (kolokacije).

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od Crnogorskog Telekom, Telenor-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 objavljivanja podataka Crnogorskom Telekomu a.d. Podgorica, Telenoru d.o.o. i M:Tel-u d.o.o. Podgorica, kako bi se osigurala praksa da veleprodajni operator nudi usluge istog kvaliteta drugim operatorima kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima. Drugim riječima, propisivanje ove obaveze osigurava da alternativni pružaoci usluga na osnovu transparentno objavljenih uslova veleprodajnog operatora mogu doći do zaključka o tome da li su diskriminisani rokovima, uslovima ili cijenama prilikom pružanja predmetne usluge.

Primarna funkcija obaveze objavljivanja podataka je da druge obaveze, učini još efikasnijim.

Sprovođenje obaveze objavljivanja podataka 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.

Obaveza objavljivanja podataka je, takođe, komplementarna obavezi vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija, koja podrazumijeva transparentnost izvještaja o troškovima i internih transfernih cijena operatora sa značajnom tržišnom snagom. Primjena obaveze objavljivanja podataka ima za cilj da ukaže i doprinese rješavanju antikonkurentskih aktivnosti i prepreka razvoju konkurencije koje se odnose na praksu unakrsnog subvencionisanja, cjenovnu diskriminaciju i praksu cjenovnog stezanja margina profita (eng. *price squeeze*) operatora.

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

Agencija naglašava da je Referentna ponuda za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije dokument koji je podložan izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju.

Ako Referentna ponuda za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije nije u skladu sa ZEK-om ili uslovima na tržištu, nakon sprovedenih javnih konsultacija, Agencija može operatoru rješenjem naložiti izmjenu ponude, u roku od 30 dana od dana dostavljanja rješenja Agencije. Ovim rješenjem se može odrediti i minimalna lista elemenata ponude. Operator može i samostalno izvršiti izmjenu Referentne ponude za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije. Referentnu ponudu za pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije Agencija objavljuje na svojoj internet stranici.

6.2. Obaveza pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja

Agencija može, shodno članu 75 ZEK-a naložiti preduzimanje mjera radi izvršavanja opravdanih zahtjeva za pristup i korišćenje mogućnosti određenih elemenata elektronskih komunikacionih mreža, elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme.

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 pristupu i interkonekciji (Sl.list CG 24/14) propisuje uslove za obezbjeđenje pristupa i interkonekcije, prava i obaveze operatora u vezi sa pristupom i interkonekcijom, uslove pod kojima operatori mogu ograničiti interkonekciju ili pristup.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza veleprodajnog tržišta završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži, Agencija svim operatorima koji

imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, određuje obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja.

Zbog specifičnosti tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu javnu komunikacionu mrežu koje se pruža na mobilnoj lokaciji, a koja se ogleda u postojanju CPP principa, svaki operator ima status značajne tržišne snage u sopstvenoj mreži. Drugim riječima, svi operatori sa značajnom tržišnom snagom imaju 100% tržišni udio prema završavanju (terminaciji) poziva u sopstvenu mobilnu telefonsku mrežu što im daje mogućnost donošenja odluka nezavisno od ostalih učesnika na tržištu i omogućava im sprječavanje ili otežavanje pristupa drugih operatora njihovim korisnicima.

Naime, nepostojanje navedene regulatorne obaveze onemogućilo bi pristup ostalih operatora njihovim korisnicima što bi u tom slučaju značilo da svaki operator ima mogućnost ponuditi komunikaciju samo između svojih korisnika. Navedeno bi otežalo ili u potpunosti onemogućilo operatorima ulazak na pripadajuće maloprodajno tržište što bi spriječilo efikasnu konkurenciju na maloprodajnom nivou i bilo bi suprotno interesima krajnjih korisnika.

Takođe, u prethodnom poglavlju ovog dokumenta Agencija je, između ostalog, analizirala prepreke koje se odnose na odbijanje dogovora/uskraćivanje interkonekcije i taktike odgađanja. Prema mišljenju Agencije, potrebno je spriječiti mogućnost da se prethodno navedene prepreke pojave na tržištu te se operatorima sa značajnom tržišnom snagom određuje regulatorna obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja, i to na sljedeći način:

Crnogorski Telekom, Telenor i MTel su obavezni da omoguće pristup elementima mreže njihovog korišćenja na način da:

- 1) u dobroj vjeri pregovaraju sa operatorima o zahtjevima za pristup elementima mreže i njihovom korišćenju;
- 2) omoguće pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nijesu aktivni ;
- 3) izvrše interkonekciju elektronske komunikacione mreže u skladu sa odredbama Pravilnika o pristupu i interkonekciji;
- 4) ne uskrate prethodno ostvareni pristup;
- 5) obezbijede određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- 6) odobre otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnostima koje su neophodne za interoperabilnost usluga ili mreža, uključujući i virtuelne mreže;
- 7) obezbijede zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme;
- 8) obezbijede mogućnosti koje su potrebne za ostvarivanje interoperabilnosti usluga za krajnje korisnike usluga, uključujući usluge inteligentnih mreža, distributivnih sistema ili rominga u mobilnim mrežama;
- 9) obezbijede pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima koji su potrebni za obezbjeđivanje lojalne konkurencije prilikom pružanja usluga;

- 10) obezbijede pristup povezanim uslugama, kao što su identifikacija, davanje podataka o lokaciji i usluge dostupnosti korisnika.

Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel su u obavezi da, shodno Pravilniku o pristupu i interkonekciji, odgovore na zahtjev za pristup i interkonekciju u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva. Ukoliko zahtjev za pristup ili interkonekciju nije potpun, Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel, će tražiti da podnosilac dopuni svoj zahtjev u roku od 15 dana od dana podnošenja nepotpunog zahtjeva.

Pristup Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel mogu ograničiti samo u slučaju da operatorski pristup nije izvodljiv iz tehničkih razloga. U tom slučaju operatori su dužni da detaljno obrazlože razloge odbijanja zahtjeva i dostavi ih podnosiocu zahtjeva, u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva.

Operatori su dužni da zakluče ugovor o pristupu ili interkonekciji u roku od 45 dana od dana podnošenja potpunog zahtjeva. Potpisani ugovori o pristupu ili interkonekciji se dostavljaju Agenciji radi evidencije i ocjene usklađenosti sa Zakonom, u roku od 15 dana od dana potpisivanja.

Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel su obavezni u dobroj vjeri 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.

Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel su u obavezi da omoguće operatorski pristup određenim mrežnim elementima, na način da operatori koji žele uslugu, neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu potrebni za pružanje zahtijevane usluge.

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

Crnogorski Telekom, M:Tel i Telenor su u obavezi da obezbijede određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu.

Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel su u obavezi da obezbijede zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja mogućnosti infrastrukture. Osiguranjem ove obaveze, ukoliko je to tehnički izvodljivo, doprinosi se snižavanju troškova poslovanja konkurentskih kompanija kojima se pruža mogućnost zajedničkog korišćenja infrastrukture.

Agencija obavezuje Crnogorski Telekom, Telenor i M:Tel, da obezbijede 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 dijelova mreže nije sama po sebi dovoljna da na efikasan način reguliše prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu. Drugim riječima, obaveza pristupa i korišćenja posebnih dijelova mreže je komplementarna obavezi obezbjeđenja objavljivanja podataka, odnosno objavljivanja referentne ponude.

6.3. Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti

Ovom regulatornom obavezom se obezbjeđuje da operator sa značajnom tržišnom snagom mora da omogući iste uslove za slične usluge i da osigura drugim operatorima isti nivo kvaliteta usluge koju obezbjeđuje za svoje sopstvene potrebe ili za potrebe svojih povezanih društava. Drugim riječima, svaki od operatora sa značajnom tržišnom snagom bi, u odsustvu ove regulatorne obaveze, mogao da diskriminiše postojeće ili nove operatore nuđenjem usluga slabijeg kvaliteta ili nuđenjem usluga po višoj cijeni nego što iste nudi svom maloprodajnom dijelu (za sopstvene potrebe) ili svojim povezanim društvima. Svako ponašanje, slično gore navedenom, dovelo bi do otežanog ulaska novih operatora na tržište, a samim time i do manje konkurencije na maloprodajnom tržištu, a što bi na kraju najviše pogodilo krajnje korisnike.

U odsustvu obaveze nediskriminacije operatori sa značajnom tržišnom snagom Telenor, Crnogorski Telekom i MTel bi mogli da odrede uslove završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu na način koji bi doveo njih ili njihova povezana društva u bolji položaj u odnosu na druge operatore, čime bi se ugrozila konkurentnost na tržištu i opstanak drugih operatora. Na osnovu svega navedenog, cijene završavanja (terminacije) poziva koje nude sami sebi ili svojem vertikalno integrisanom dijelu koji posluje na maloprodajnom nivou, moraju biti uporedive odnosno jednake s cijenama koje nude drugim operatorima jer bi inače moglo doći do istiskivanja konkurencije sa tržišta, iz prostog razloga što bi cijene za krajnje korisnike Telenora, Crnogorskog Telekomu i MTel-a bile puno niže od onih koje bi mogla ponuditi konkurencija.

Zadržavanjem obaveze obezbjeđivanja nediskriminatornosti Agencija samo djelimično uklanja prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva, diskriminaciju na osnovama koje nisu povezane s cijenama i diskriminaciju na cijenovnoj osnovi, a koje su definisane u poglavlju 5. ovog dokumenta. Za potpuno uklanjanje

navedenih prepreka Agencija mora zadržati i ostale regulatorne obaveze koje su određene dalje u dokumentu. Isto tako, zadržavanjem obaveze obezbjeđivanja nediskriminatornosti otklanjaju se i sve slične prepreke koje nisu direktno definisane, a mogle bi na isti način, kao prethodno definisane prepreke, onemogućiti efikasnu tržišnu konkurenciju.

Kao što je već rečeno pod obavezom pristupa elementima mreže i njihovo korišćenje, Agencija obavezom obezbjeđivanja nediskriminatornosti dopunjuje obavezu objavljivanja podataka, čime stvara uslove za efikasnu tržišnu konkurenciju.

Takođe, operatori sa značajnom tržišnom snagom Telenor, Crnogorski Telekom i MTel moraju omogućiti drugim operatorima uslugu završavanja (terminacije) poziva u sopstvenu mrežu na načelu nediskriminacije u smislu da je cijena završavanja (terminacije) poziva ista bez obzira radi li se o pozivima koji započinju iz mobilnih ili fiksnih mreža a završavaju (terminiraju) u pojedinačnoj mobilnoj mreži Telenora, Crnogorskog Telekoma i MTel-a.

Operatori su obavezni da dostave Agenciji ugovore o interkonekciji. U slučaju nedostavljanja istih, Agencija će reagovati.

U skladu sa svim navedenim pod obavezom obezbjeđivanja nediskriminatornosti, Agencija određuje da operatori sa značajnom tržišnom snagom Telenor, Crnogorski Telekom i MTel moraju:

- da osiguraju jednake uslove pod istim okolnostima za druge operatore koji pružaju istu uslugu;
- da pružaju usluge i podatke drugim operatorima uz jednake uslove i nivo kvaliteta usluge koju obezbjeđuju za svoje sopstvene usluge ili za potrebe svojih povezanih društava;
- da dostave Agenciji ugovore sklopljene na osnovu refrentnih ponuda u roku od 15 dana od dana sklapanja istih.

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

6.4. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija

Agencija može, shodno članu 74 ZEK-a operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, narediti preduzimanje mjera u cilju odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija radi odvojenog iskazivanja rezultata poslovnih aktivnosti koji se odnose na pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije sa ciljem kontrole sprovođenja mjera iz obaveze nediskriminatornosti ili sprječavanja neosnovanog unakrsnog subvencioniranja. Obaveza vođenja troškovnog računovodstva zahtjeva od operatora da predstavi informacije vezane za troškovno računovodstvo relevantnih proizvoda.

Nametanjem obaveze odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija, Agencija može, vertikalno integrisanom operatoru naročito naložiti da obezbijedi preglednost svojih veleprodajnih i internih transfernih cijena koje se odnose na transakcije između poslovnih jedinica, tržišta, segmenata tržišta i usluga vertikalno integrisanog operatora.

Crnogorski Telekom, Telenor i MTel su, shodno obavezi nadzora cijena i odvajanja računovodstvenih evidencija propisanih u sklopu regulatornih obaveza nakon objavljenih prethodnih krugova analize ovog relevantnog tržišta, a na osnovu Metodologije za računovodstveno odvajanje i troškovno računovodstvo propisane od strane Agencije, implementirali ovu obavezu i dostavili RFI i pripremili odvojene računovodstvene evidencije po relevantnim tržištima, odnosno uslugama.

Agencija može propisati metodologiju vođenja računovodstva i pravo potpunog pristupa svim relevantnim finansijskim podacima, što uključuje i podatke o prihodima ostvarenim naplatom od trećih strana. Takođe, Agencija može objavljivati ove podatke s ciljem unapređivanja transparentnosti tržišta, vodeći, pri tom vodeći računa o stepenu poverljivosti.

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

6.5. Obaveza kontrole cijena i troškovnog računovodstva

U skladu sa odredbama člana 76 ZEK-a, Agencija određuje Crnogorskom Telekomu, Telenoru i MTelu kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom, obavezu kontrole cijena usluga terminacije poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži i primjenu vođenja troškovnog računovodstva, u skladu sa pozitivnim pravnim aktima koji regulišu ovu oblast. Ova mjera ima za cilj da spriječi operatora sa značajnom tržišnom snagom da održava neopravdano visoke cijene ili da niskim cijenama istisne konkurente na štetu krajnjih korisnika.

Određivanjem navedene 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.

Crnogorski Telekom a.d. Podgorica, MTEL d.o.o., Telenor d.o.o. su, shodno obavezi nadzora cijena i odvajanja računovodstvenih evidencija propisanih u sklopu regulatornih obaveza nakon objavljenog prvog i drugog kruga analize ovog relevantnog tržišta, a na osnovu Metodologije za računovodstveno odvajanje i troškovno računovodstvo za mobilne mreže, propisane od strane Agencije, implementirali ovu obavezu i dostavili RFI, i pripremili odvojene računovodstvene evidencije po relevantnim tržištima, odnosno uslugama. Takođe, u prethodnom periodu, ovi operatori su dostavili Agenciji izvjestaje o jediničnim troškovima po relevantnim uslugama. Agencija je imajući u vidu rezultate troškovnih modela sadržane u Izvjestajima o jediničnim troškovima, pristupala kontroli cijena usluga i ovog relevantnog tržišta, na način što je nametnula obavezu uskladjivanja cijena sa rezultatima modela.

Vezano za cijene usluga veleprodajnog tržišta terminacije poziva u mobilnim mrežama, Agencija može pristupiti utvrđivanju cijena relevantnih usluga na osnovu jediničnih cijena iz troškovnih modela operatora kojima je određena obaveza vođenja troškovnog računovodstva i revidiranih regulatornih godišnjih finansijskih izvještaja ili primjenom nekog drugog metoda kontrole cijena u skladu sa odredbama člana 76 ZEK-a, u periodu do naredne analize relevantnog predmetnog tržišta.

Agencija je tokom 2021. godine započela Projekat izrade i implementacije *bottom-up* LRIC troškovnih modela za mobilne mreže za sljedeća veleprodajna tržišta: Veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva iz sopstvenih mobilnih mreža i Veleprodajno tržište terminacije poziva u individualnim mobilnim mrežama.

Na kraju Projekta je predviđena implementacija *bottom-up* LRIC troškovnih modela za fiksnu mrežu i primjena rezultata ovih modela uz primjenu i rezultata *top-down* LRIC troškovnih modela koji predstavljaju komplementarni regulatorni alat.

U izuzetnim slučajevima, kada se to ispostavi kao optimalni metod regulacije cijena, Agencija može vršiti upoređivanje sa cijenama na uporedivim tržištima ili tržištima sa razvijenom konkurencijom (eng. *benchmarking*).

Operatorima sa značajnom tržišnom snagom kojima je određena obaveza kontrole cijena, cijene veleprodajne usluge terminacije poziva u javnim komunikacionim mobilnim mrežama će biti iste, tj. simetrične.

Cijene za terminaciju poziva je ista bez obzira da li su pozivi započeti (originirani) u mrežama u Crnoj Gori ili u mrežama u inostranstvu.

PRILOG

Mišljenje Agencije za zaštitu konkurencije na Nacrt Odluke o pokretanju ponovnog postupka analize relevantnih tržišta

	Crna Gora Agencija za zaštitu konkurencije Savjet	Adresa: ul. Svetlane Kane Radević br. 3 81000 Podgorica, Crna Gora tel: +382 20 239010 fax: +382 20 239015 www.azzk.me
Br: 09-354/21-177/4		Podgorica, 15.03.2021. godine
Savjet Agencije za zaštitu konkurencije na osnovu člana 19 stav 1 tačka 16 i člana 22 stav 1 tačka 8 Zakona o zaštiti konkurencije ("Sl. list CG", br. 44/12 i 13/18), na osnovu Prijedloga mišljenja V.D. direktora Agencije za zaštitu konkurencije, dostavljenog shodno članu 22 stav 1 tačka 7 Zakona o zaštiti konkurencije, na sjednici održanoj dana 15.03.2021., donosi sljedeće		
MIŠLJENJE		
Agencija za zaštitu konkurencije je saglasna sa Nacrtom odluke o pokretanju ponovnog postupka analize relevantnih tržišta:		
I. Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj telefonskoj mreži koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, II. Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži, III. a) Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji, b) Veleprodajni centralni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji za proizvode za masovno tržište, IV. Veleprodajni visokokvalitetni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji,		
a za potrebe nadležnosti i rada Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, u skladu sa odredbama poglavlja VI Zakona o elektronskim komunikacijama („Sl. list Crne Gore“ broj 40/13, 56/13, 2/17 i 49/19), imajući u vidu Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i preduprjeđenja štetnih efekata, nedostataka konkurencije na tržištu elektronskih komunikacija, koji je potpisan 28.04.2009. godine između Uprave za zaštitu konkurencije i Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost.		
Obrazloženje		
Agencija za zaštitu konkurencije (u daljem tekstu: „Agencija“) je dana, 03.03.2021.		



godine, primila zahtjev¹ Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: „AEKIP”) za izjašnjenje i mišljenje na *Nacrt odluke o pokretanju ponovnog postupka analize relevantnih tržišta*:

- I. Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj telefonskoj mreži koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
- II. Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži,
- III. a) Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji,
b) Veleprodajni centralni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji za proizvode za masovno tržište,
- IV. Veleprodajni visokokvalitetni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji,

(u daljem tekstu: „**relevantna tržišta**”).

Pravni osnov za davanje mišljenja Agencije na predloženi tekst na *Nacrt odluke o pokretanju ponovnog postupka analize navedenih relevantnih tržišta*, predstavljaju odredbe čl. 19, 22 stav 1, tačka 7 i 20f *Zakona o zaštiti konkurencije* („Sl.list Crne Gore”, br. 44/12 i 13/18), kao i odredbe člana 65 *Zakona o elektronskim komunikacijama* („Sl.List Crne Gore” br. broj 40/13, 56/13, 2/17 i 49/19) (u daljem tekstu: „**ZEK**”), kojim je propisano da u postupku utvrđivanja, praćenja i preispitivanja relevantnih tržišta u Crnoj Gori na tržištu elektronskih komunikacija AEKIP sarađuje sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije, kao i da shodno članu 66 ZEK-a, AEKIP sprovodi postupak određivanja relevantnog tržišta i procjene postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima utvrđenim odlukama AEKIP-a, u skladu sa propisima kojima se uređuje zaštita konkurencije. Takođe, nekadašnja Uprava za zaštitu konkurencije je sa AEKIP-om potpisala Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i preduprjeđenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija² (u daljem tekstu: „**Sporazum**”).

Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je na sjednici od 28.01.2021.godine usvojio *Nacrt odluke o pokretanju postupka ponovne analize relevantnih tržišta usluga*, koja je Agenciji dostavljena na mišljenje, imajući u vidu član 64 stav 4 *Zakona o elektronskim komunikacijama* koji propisuje obavezu da AEKIP sprovodi postupak analiza relevantnih tržišta najmanje jednom u tri godine. Naime, riječ

¹ Broj 0102-601/1 od 01.02.2021.godine, zaveden kod Agencije za zaštitu konkurencije pod broj 04-354/21-177/2 od 03.03.2021.godine

² potpisan 28.04.2009. godine



je o relevantnim tržištima usluga saglasno Odluci o relevantnim tržištima ("Sl.list Crne Gore", broj: 02/17) na kojima su analize okončane krajem 2017. godine.

AEKIP sprovodi analizu relevantnih tržišta, sprovodi postupak određivanja relevantnog tržišta i procjene postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnim tržištima u skladu sa članom 64 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama i preporukama Evropske komisije o relevantnim tržištima proizvoda i usluga u sektoru elektronskih komunikacija, kao i preduzima regulatorne mjere za sprječavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

Agencija je **saglasna sa ovakvim načinom regulisanja**, a koje ne utiče na nadležnosti i postupke koje Agencija može voditi protiv tako utvrđenog operatora sa značajnom tržišnom snagom, a naročito u smislu što ovakvo regulisanje podrazumijeva i propisivanje i nametanje ex-ante obaveza identifikovanim operatorima sa značajnom tržišnom snagom od strane AEKIP-a.

AEKIP je tokom 2017. godine sprovela postupak analiza relevantnih tržišta određenih Odlukom o relevantnim tržištima ("Sl.list Crne Gore", broj: 02/17), donijetom u skladu sa Preporukom Evropske komisije 2014/710/EU od 9.12.2014.godine, **na kojima je utvrdila odsustvo efikasne konkurencije i propisala regulatorne obaveze operatorima sa značajnom tržišnom snagom**. Shodno članu 64 stav 4 Zakona o elektronskim komunikacijama koji propisuje obavezu da AEKIP sprovodi postupak analiza relevantnih tržišta **najmanje jednom u tri godine**, AEKIP pokreće postupak ponovne analize navedenih relevantnih tržišta za koja su saglasno Odluci o relevantnim tržištima ("Sl.list Crne Gore", broj: 02/17) analize okončane krajem 2017. godine.

Shodno svemu navedenom, Agencija je je **saglasna sa Nacrtom odluke o pokretanju ponovnog postupka analize relevantnih tržišta**: I.Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj telefonskoj mreži koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, II.Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj mobilnoj telefonskoj mreži, III.a) Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji, b) Veleprodajni centralni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji za proizvode za masovno tržište, IV.Veleprodajni visokokvalitetni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji.

ČLAN SAVJETA
Jovana Tošković

[Signature]



PREDSEDNIK SAVJETA
Miodrag Vujović

[Signature]

Dostavljeno:

- Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Bulevar Dzordza Vašingtona 56
- u spise predmeta i
- arhivi