



Република Србија
РАТЕЛ
Регулаторна агенција за
електронске комуникације
и поштанске услуге

ИЗВЕШТАЈ О АНАЛИЗИ МАЛОПРОДАЈНОГ ТРЖИШТА ДИСТРИБУЦИЈЕ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА

(ТРЖИШТЕ 8 – Тест 3 (три) критеријума)

Београд, децембар 2015. године

САДРЖАЈ

1. КРАТАК ПРЕГЛЕД АНАЛИЗЕ ТРЖИШТА.....	4
2. УВОД.....	5
2.1. Регулаторни оквир у Европској унији	5
2.2. Правни оквир за спровођење анализе тржишта у Републици Србији.....	8
2.3. Преглед досадашњих активности	10
3. ДЕФИНИСАЊЕ РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА.....	12
3.1. Карактеристике релевантног тржишта	12
3.1.1. <i>Производна димензија тржишта</i>	14
3.2. Супституција на страни тражње	15
3.3. Супституција на страни понуде	17
3.4. Потенцијална конкуренција.....	18
3.5. Географска димензија тржишта	19
3.6. Закључак о релевантном тржишту.....	19
4. АНАЛИЗА РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА	21
4.1. Тест 3 критеријума	22
4.1.1. <i>Први критеријум – Да ли је тржиште изложено високим и трајним улазним баријерама</i>	22
4.1.2. <i>Други критеријум - Да ли тржиште има карактеристике због којих се током времена неће кретати у правцу успостављања конкуренције?</i>	22
4.1.3. <i>Трећи критеријум – Да ли је, у одсуству ex-ante регулације, довољан Закон о заштити конкуренцији да се ограничи тржишни недостаци?</i>	24
4.2. Закључак о примени Теста три критеријума.....	24
5. ЗАКЉУЧАК.....	25

ДЕФИНИЦИЈЕ КОРИШЋЕНИХ ПОЈМОВА

У поступку анализе малопродајног тржишта дистрибуције медијских садржаја коришћени су појмови који имају следеће значење:

Медијски садржаји обухватају радијске и телевизијске програме, односно аудио-визуелне садржаје, као и са њима повезане интерактивне услуге, које се дистрибуирају и емитују, односно пружају корисницима путем електронских комуникационих мрежа, на основу програмске шеме или на захтев корисника.

Услуга дистрибуције медијских садржаја (у даљем тексту: услуга дистрибуције) је електронска комуникациона услуга дистрибуције медијских садржаја коју, независно од технологије, пружа оператор претплатницима преко електронских комуникационих мрежа.

Кабловска дистрибутивна мрежа/систем (КДС) је електронска комуникациона мрежа која се користи за пружање услуге дистрибуције медијских садржаја и других услуга, а која се заснива на коришћењу коаксијалне, хибридне оптичко–коаксијалне и оптичке мреже.

IPTV (Internet Protocol Television) је мултимедијална услуга састављена од телевизије, видеа, звука, текста, графике и података, који се испоручују преко мрежа заснованих на Интернет протоколу (IP), а којима се управља како би се корисницима пружио захтевани ниво квалитета услуге, сигурности, интерактивности и поузданости. IPTV се заснива на употреби јавне фиксне телефонске мреже уз коришћење xDSL модема (ADSL 2+, VDSL) и/или на употреби оптичке мреже (FTTH).

VoD (Video on Demand) је услуга дистрибуције видеа на захтев.

DTH (Direct to the home) је технологија која за пружање услуге дистрибуције медијских садржаја користи сателит.

1. КРАТАК ПРЕГЛЕД АНАЛИЗЕ ТРЖИШТА

Тржиште дистрибуције медијских садржаја у Републици Србији се односи на малопродајно тржиште дистрибуције медијских садржаја, као и са њима повезаних услуга, које се пружају корисницима путем електронских комуникационих мрежа, на основу програмске шеме или на захтев корисника.

На тржишту дистрибуције медијских садржаја у 2014. години било је регистровано 98 оператора, од тога 92 евидентираних КДС оператора, 4 IPTV оператора и 3 DTH оператора. Узимајући у обзир остварене приходе и број претплатника, 7 оператора заузима око 88% тржишта. Како њихово пословање највише утиче на посматрано тржиште, они се у Анализи тржишта дистрибуције медијских садржаја посматрају као водећи оператори.

Малопродајно тржиште дистрибуције медијских садржаја (у даљем тексту: тржиште дистрибуције) није дефинисано као релевантно у директивама Европске комисије и Законом о електронским комуникацијама („Службени гласник РС“, број 44/10, 60/13 – УС и 62/14, у даљем тексту: Закон). Регулаторна агенција за електронске комуникације и поштанске услуге (у даљем тексту: Агенција) је за утврђивање његове релевантности применила Тест 3 (три) критеријума, у складу са Препоруком о релевантним тржиштима и услугама Европске комисије из децембра 2007. године (*Recommendation 2007/879/EC*), који је дао следеће резултате:

1. тржиште није изложено високим и трајним улазним баријерама структурне природе,
2. тржиште нема карактеристике због којих се током наредног периода неће кретати у правцу успостављања пуне конкуренције.

Како прва два критеријума нису задовољена, Агенција је закључила да тржиште дистрибуције не подлеже претходној регулацији.

2. УВОД

2.1. Регулаторни оквир у Европској унији

На нивоу Европске уније област електронских комуникација је регулисана већим бројем директива, одлука, смерница и препорука које доносе Савет Европе, Европски парламент и Европска комисија.

На иницијативу Европске комисије, Европски парламент и Комитет министара Савета Европе су 25. новембра 2009. године донели нови регулаторни оквир у области електронских комуникација који се састоји од:

1. Правилника број 1211/2009 Европског парламента и Савета Европе о успостављању Тела европских регулатора за електронске комуникације (BEREC);
2. Директиве 2009/136/ЕС Европског парламента и Савета Европе којом се мењају: Директива 2002/22/ЕС о универзалном сервису и правима корисника која се односе на електронске комуникационе мреже и услуге (*Universal Service Directive*), Директива 2002/58/ЕС о коришћењу података о личности и заштити приватности у сектору електронских комуникација (*Directive on Privacy and Electronic Communications*), Правилник број 2006/2004 о сарадњи националних органа надлежних за примену прописа о заштити права потрошача;
3. Директива 2009/140/ ЕС Европског парламента и Савета Европе којом се мењају: Директиве 2002/21/ ЕС о заједничком оквиру (*Framework Directive*), Директиве 2002/19/ ЕС о приступу и међусобном повезивању (*Access Directive*) и Директиве 2002/20/ ЕС о издавању одобрења за мреже и услуге (*Authorization Directive*).

Од 2009. до 2014. године, Европска комисија донела је следеће препоруке у вези са тржиштем електронских комуникација:

- 1) Препорука 2009/396/ЕС од 7. маја 2009. године о регулацији цена фиксне и мобилне терминације позива;
- 2) Препорука 2010/572/EU од 11. септембра 2010. године о регулисаном приступу приступним мрежама следеће генерације;
- 3) Препорука 2013/466/EU од 11. септембра 2013. године о јединственим обавезама недискриминације и трошковним методологијама у циљу промоције конкуренције и побољшања инвестиционе климе на подручју широкопојасног приступа.

Према Смерницама Европске комисије (2002/С 165/03) донетим у јулу 2002. године, одлука о проглашењу оператора са значајном тржишном снагом (у даљем тексту: оператор са ЗТС) се доноси не само на основу тржишног учешћа већ и низа других критеријума којима се оцењује појединачна и/или заједничка значајна тржишна снага и

који укључују: укупну величину привредног друштва, контролу инфраструктуре која не може лако да се реплицира, технолошке предности, недостатак преговарачке моћи купаца, лак и повлашћен приступ тржишту капитала и изворима финансирања, диверсификацију производа и услуга, економију обима, економију опсега, вертикалну интеграцију, развијеност дистрибуције и мреже продаје, недостатак тржишног такмичења, баријере за експанзију. Поступак анализе тржишта се спроводи у четири корака:

1. дефинисање релевантних тржишта,
2. анализа идентификованих тржишта,
3. идентификовање оператора са ЗТС,
4. увођење мера и обавеза за спречавање монополског понашања.

У децембру 2007. године Европска комисија је донела нову Препоруку 2007/879/ЕС о релевантним тржиштима на подручју електронских комуникација која су подложна претходној регулацији. Овом Препоруком је број релевантних тржишта смањен са осамнаест на седам, од којих су шест велепродајна тржишта, а само једно је малопродајно тржиште. Реч је о следећим тржиштима:

1. малопродајно тржиште приступа јавној телефонској мрежи на фиксној локацији за резиденцијалне и нерезиденцијалне кориснике;
2. велепродајно тржиште оригинације позива у јавној телефонској мрежи на фиксној локацији;
3. велепродајно тржиште терминације позива у јавној телефонској мрежи на фиксној локацији;
4. велепродајно тржиште (физичког) приступа елементима мреже (укључујући дељени и потпуни рашчлањени приступ локалној петљи) на фиксној локацији;
5. велепродајно тржиште широкопојасног приступа;
6. велепродајно тржиште изнајмљивања завршних сегмената телекомуникационе мреже;
7. велепродајно тржиште терминације позива у мобилној мрежи.

Уважавајући специфичности различитих земаља по питању степена развијености и либерализације тржишта електронских комуникација, наведеном препоруком, је регулаторним телима остављена могућност да идентификују и додатна релевантна тржишта унутар дефинисаног географског подручја која ће бити предмет анализе. Одлука о томе која додатна тржишта треба да буду предмет анализе се доноси искључиво на бази Теста 3 (три) критеријума којим се истовремено утврђује:

1. да ли постоје високе и трајне баријере за улазак на тржиште;
2. да ли је могуће обезбедити развој делотворне конкуренције без претходне регулације;
3. да ли се утврђени недостаци могу отклонити само применом прописа о заштити конкуренције.

Уколико се утврди да постоје трајне баријере за улазак на тржиште на коме није могуће обезбедити развој конкуренције без регулаторних мера, и на коме се утврђени недостаци не могу отклонити применом прописа из области заштите конкуренције, онда је то тржиште предмет претходне регулације.

Такође, према важећој Препоруци Европске комисије регулаторна тела имају обавезу да сарађују са националним телом за заштиту конкуренције и да периодично извештавају о резултатима анализа.

На иницијативу Европске комисије, Европски парламент и Савет министара Европске уније су у децембру 2009. године донели нови регулаторни оквир у области електронских комуникација који се састоји из две директиве и једног правилника:

- 1) Правилник број 1211/2009 Европског парламента и Савета о успостављању Тела европских регулатора за електронске комуникације (BEREC);
- 2) Директива 2009/136/ЕС Европског парламента и Савета којом се мењају: Директива 2002/22/ЕС о универзалном сервису, Директива 2002/58/ЕС о коришћењу података о личности, Правилник број 2006/2004 о сарадњи националних органа надлежних за примену прописа о заштити права потрошача;
- 3) Директива 2009/140/ЕС Европског парламента и Савета којом се врше измене: Директиве 2002/21/ЕС о заједничком оквиру, Директиве 2002/19/ЕС о приступу и међусобном повезивању, Директиве 2002/20/ЕС о издавању одобрења за мреже и услуге.

Од 2009. до 2014. године, Европска комисија донела је следеће препоруке у вези са тржиштем електронских комуникација:

1. Препорука 2009/396/ЕС од 7. маја 2009. године о регулацији цена фиксне и мобилне терминације позива;
2. Препорука 2010/572/EU од 11. септембра 2010. године о регулисаном приступу приступним мрежама следеће генерације;
3. Препорука 2013/466/EU од 11. септембра 2013. године о јединственим обавезама недискриминације и трошковним методологијама у циљу промоције конкуренције и побољшања инвестиционе климе на подручју широкопојасног приступа.

Европска комисија је у октобру 2014. године донела Препоруку 2014/710/EU о релевантним тржиштима на подручју електронских комуникација у складу са Директивом 2002/21/ЕС Европског парламента и Савета о заједничком регулаторном оквиру за електронске комуникационе мреже и услуге (*Framework Directive*). Овом препоруком одређена су следећа тржишта подложна претходној регулацији:

- 1) велепродајно тржиште терминације позива у јавној телефонској мрежи на фиксној локацији, које одговара тржишту 3 Препоруке из 2007. године);
- 2) велепродајно тржиште терминације позива у мобилној мрежи, које одговара тржишту 7 Препоруке из 2007. године;
- 3) а) велепродајно тржиште локалног приступа елементима мреже који се пружа на фиксној локацији, које одговара тржишту 4 Препоруке из 2007. године;
б) велепродајни средишњи приступ који се пружа на фиксној локацији за производе за масовно тржиште, које одговара тржишту 5 Препоруке из 2007. године;
- 4) велепродајно тржиште висококвалитетног приступа који се пружа на фиксној локацији, које одговара тржишту 6 Препоруке из 2007. године.

2.2. Правни оквир за спровођење анализе тржишта у Републици Србији

Закон је усклађен са Европским регулаторним оквиром из 2002. године и Препоруком Европске комисије 2007/879/ЕС о релевантним тржиштима на подручју електронских комуникација која су подложна претходној регулацији.

Према Закону, анализу тржишта спроводи Агенција на основу надлежности које проистичу из Закона. Одредбе чл. 59. до 71. Закона садрже правила о тржиштима подложним претходној регулацији и обавезама оператора са ЗТС.

У одредбама члана 59. Закона је дефинисано да претходној регулацији подлежу тржишта на којима постоје структурне, регулаторне и друге трајније препреке које онемогућавају улазак нових конкурената, на којима није могуће обезбедити развој делотворне конкуренције без претходне регулације и на којима се уочени недостаци не могу отклонити само применом прописа о заштити конкуренције (у даљем тексту: релевантно тржиште). Тржишта која подлежу претходној регулацији, односно релевантна тржишта у смислу овог Закона одређује Агенција уз примену одговарајућих препорука Европске уније.

Агенција је донела Одлуку о одређивању релевантних тржишта подложних претходној регулацији („Службени гласник РС“, број 59/11), којом је утврђено да претходној регулацији подлежу следећа тржишта:

1. малопродајно тржиште приступа јавној телефонској мрежи на фиксној локацији;
2. велепродајно тржиште оригинације позива у јавној телефонској мрежи на фиксној локацији;
3. велепродајно тржиште терминације позива у јавној телефонској мрежи;

4. veleprodajno tržište (fizičkog) pristupa elementima mreže и припадајућим средствима (укључујући дељени и потпуни рашчлањени приступ локалној петљи);
5. veleprodajno tržište широкопојасног приступа;
6. veleprodajno tržište изнајмљених линија;
7. veleprodajno tržište терминације позива у мобилној мрежи;
8. малопродајно тржиште дистрибуције медијских садржаја;
9. малопродајно тржиште јавно доступне телефонске услуге са фиксне локације.

Према одредби члана 61. став 1. Закона, оператор има значајну тржишну снагу на релевантном тржишту, ако појединачно или удружено са другим операторима има положај који му омогућава да се у значајној мери понаша независно од конкурената, својих претплатника и коначно потрошача. За утврђивање појединачне значајне тржишне снаге Закон прописује следећи низ критеријума:

1. величину оператора и његових конкурената, посебно у погледу броја корисника и прихода на релевантном тржишту;
2. контролу над инфраструктуром чији обим не може лако да се реплицира;
3. технолошку предност оператора која му омогућава надмоћан положај на тржишту;
4. недостатак или низак ниво преговарачке моћи купаца;
5. лак или повлашћен приступ тржиштима капитала, односно финансијским ресурсима;
6. степен диверсификације производа или услуга (нпр. повезани производи или услуге);
7. економију обима;
8. економију опсега;
9. степен вертикалне интеграције;
10. висок степен развоја дистрибутивне и продајне мреже;
11. недостатак потенцијалне конкуренције;
12. постојање препрека за ширење.

За утврђивање заједничке тржишне снаге посматрају се и: засићеност тржишта, стагнација или спори раст тражње, ниска еластичност тражње, хомогеност производа, сличност структуре трошкова, високе препреке за улазак на тржиште, итд.

Када се на основу спроведене анализе тржишта утврди да на релевантном тржишту (као и на уско повезаном тржишту) не постоји делотворна конкуренција, Агенција, након спроведених јавних консултација, доноси решење којим одређује оператора са ЗТС на том тржишту и одређује му најмање једну обавезу из члана 63. Закона, водећи рачуна о врсти и природи утврђених недостатака на тржишту, претходним улагањима, и подстицању даљих улагања, и могућности за повраћај улагања по разумној стопи с обзиром на повезане ризике.

Према одредбама члана 63. Закона обавезе оператора са ЗТС су:

1. објављивање одређених података,
2. недискриминаторно поступање,
3. рачуноводствено раздвајање,
4. омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава,
5. контролу цена и примену трошковног рачуноводства,
6. пружање основног скупа изнајмљених линија,
7. обезбеђивање могућности за избор и предизбор оператора,
8. пружање малопродајних услуга под одређеним условима.

Одредбом члана 60. Закона је, између осталог, прописано да Агенција врши анализу релевантних тржишта најмање једном у три године, као и да у том процесу сарађује са органом надлежним за заштиту конкуренције.

2.3. Преглед досадашњих активности

Као што је наведено, Агенција је донела одлуку којом су одређена релевантна тржишта подложна претходној регулацији у Републици Србији, међу којима се, између осталих, налази и малопродајно тржиште дистрибуције медијских садржаја.

У вези са наведеним, у претходном периоду Агенција је извршила анализу малопродајног тржишта дистрибуције медијских садржаја на основу чега је донето решење број: 1-02-3491-568/11-41 од 29.11.2011. године, којим се Serbia Broadband – Srpske kablovske mreže d.o.o. из Београда, Булевар Зорана Ђинђића 8а, (у даљем тексту: SBB d.o.o.) одређује за оператора са ЗТС на том тржишту и одређује му се обавеза пружања малопродајних услуга под одређеним условима.

У циљу континуираног праћења развоја малопродајног тржишта дистрибуције, а у складу са Законом који предвиђа могућност вршења анализе тржишта и у краћем року од три године, Агенција је у октобру 2012. године поново извршила анализу посматраног тржишта и о томе саставила *Извештај о анализи малопродајног тржишта дистрибуције медијских садржаја*. У складу са наведеним извештајем донето је решење број: 1-02-3491-735/12-4 од 28.12.2012. године, којим се утврђује да оператор SBB d.o.o.из Београда остаје оператор са значајном тржишном снагом на релевантном тржишту, и којим остају на снази обавезе које су му одређене решењем број: 1-02-3491-568/11-41 од 29.11.2011. године.

За спровођење ове анализе подаци од значаја прикупљени су из редовних годишњих извештаја о раду оператора (ГИФ и ГИТ).

Агенција је, донела Правилник о општим условима за обављање делатности електронских комуникација по режиму општег овлашћења („Службени гласник РС“, бр. 38/11, 44/11-исправка и 13/14), на основу кога је дистрибуција медијских садржаја уведена у режим општег овлашћења. Поред тога, донет је и Правилник о примени

трошковног принципа, одвојених рачуна и извештавању од стране оператора са значајном тржишном снагом у области електронских комуникација („Службени гласник РС“, број 52/11), Правилник о минималном садржају, нивоу детаљности и начину објављивања стандардних понуда („Службени гласник РС“, број 70/11) и Правилник о обавезама оператора услуга са додатом вредношћу („Службени гласник РС“, бр. 76/11 и 91/11-исправка).

Имајући у виду чињеницу и да члан 60. Закона прописује да Агенција у поступку анализе тржишта сарађује са органом надлежним за заштиту конкуренције, Агенција и Комисија за заштиту конкуренције су дана 17. маја 2011. године, потписале Протокол о међусобној сарадњи двеју институција.

3. ДЕФИНИСАЊЕ РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА

Релевантно тржиште у сектору електронских комуникација представља скуп електронских комуникационих услуга са истом наменом које су понуђене на одређеном географском подручју, које се по својим карактеристикама и ценама могу међусобно супституисати. Поред географске и производне димензије, тржиште се анализира и са аспекта конкурентности и структуре понуде и тражње.

Тржиште дистрибуције медијских садржаја у Републици Србији се односи на малопродајно тржиште дистрибуције медијских садржаја, као и са њима повезаних услуга, које се пружају корисницима путем електронских комуникационих мрежа, на основу програмске шеме или на захтев корисника, у складу са Законом.

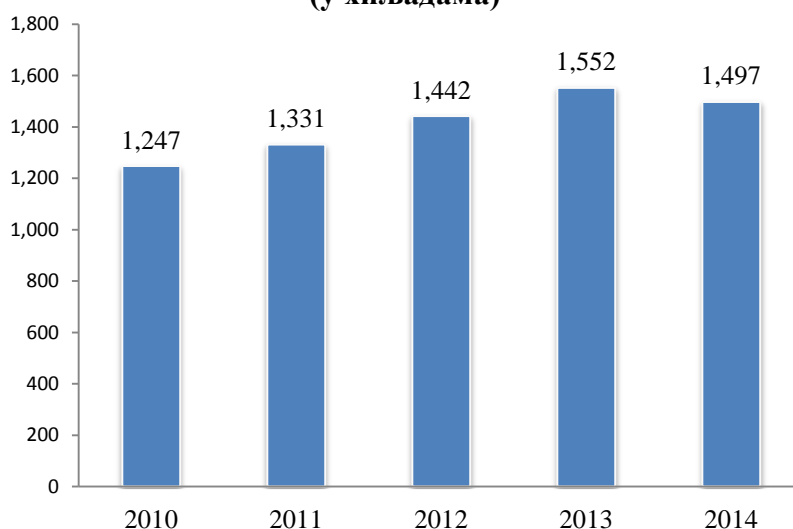
Дистрибуција медијских садржаја се врши у складу са Правилником о општим условима за обављање делатности електронских комуникација по режиму општег овлашћења донетим на основу Закона.

3.1. Карактеристике релевантног тржишта

Тржиште дистрибуције медијских садржаја се у оквиру анализе тржишта посматра као јединствено малопродајно тржиште, односно посматра се само пружање услуге дистрибуције крајњим корисницима.

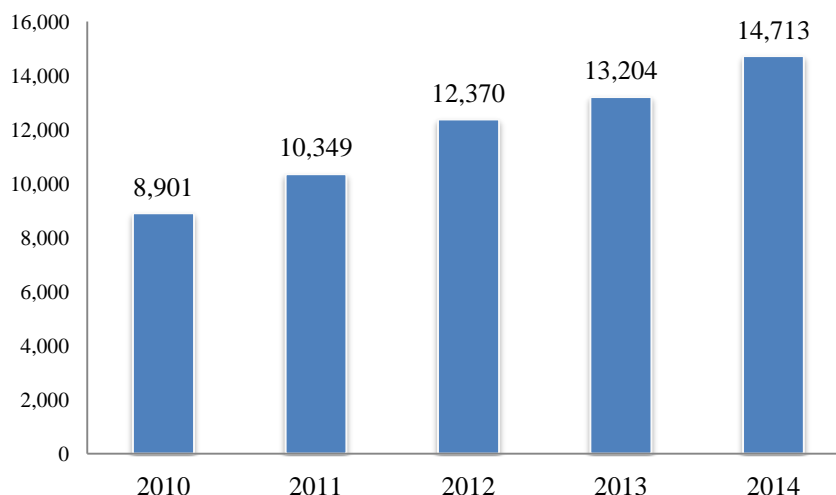
Број претплатника услуге дистрибуције у 2014. години износио је око 1,5 милиона, са пенетрацијом од око 20 прикључака на сто становника, док је посматрано по броју домаћинстава пенетрација око 60%. Број претплатника на посматраном тржишту у периоду 2010. – 2014. година приказан је на *Слици 1*.

Слика 1. Број претплатника на малопродајном тржишту дистрибуције (у хиљадама)



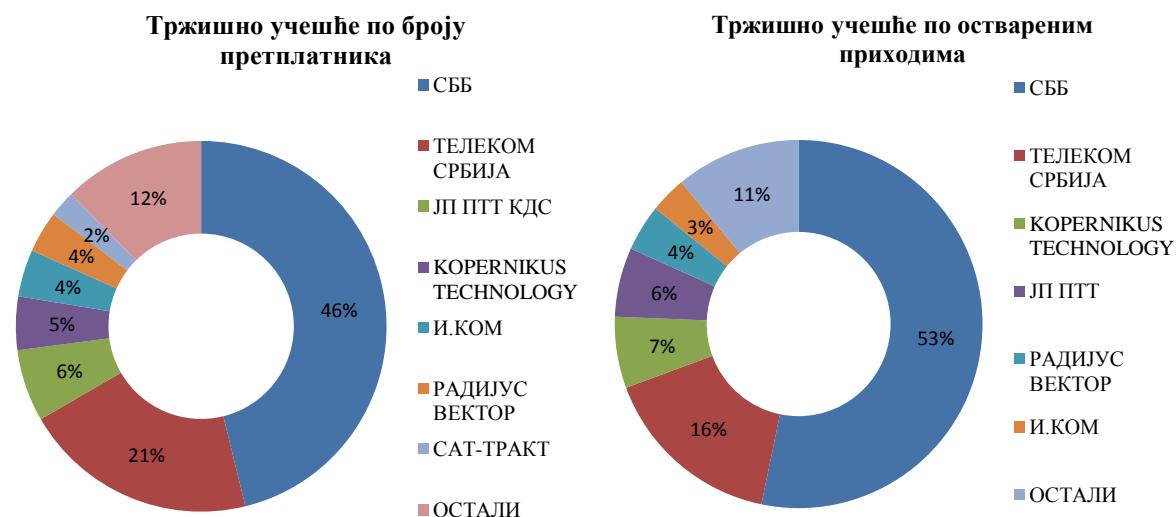
Укупни приходи остварени на тржишту дистрибуције медијских садржаја у 2014. години износе око 14,7 милијарди динара (око 125 милиона евра), а њихово кретање у периоду 2010. – 2014. године приказано је на *Слици 2*.

Слика 2. Приходи остварени на малопродајном тржишту дистрибуције (у милионима динара)



На тржишту дистрибуције медијских садржаја у 2014. години било је регистровано 98 оператора, од тога 92 евидентираних КДС оператора, 4 IPTV оператора и 3 DTH оператора, а њихово тржишно учешће у 2014. години приказано је на *Слици 3*.

Слика 3. * Тржишно учешће оператора у 2014. години



***Напомена:** У претплатнике и приходе SBB d.o.o. укључени су претплатници и приходи оператора Беогрид, КДС Нови Сад и ЈЕТ ТВ који су припојени оператору SBB крајем 2014.

Узимајући у обзир остварене приходе и број претплатника, преко 88% тржишта заузимају следећи оператори:

- SBB d.o.o.,
- Телеком Србија а.д,
- ЈП ПТТ,
- Корепникус Technology,
- I.КОМ,
- Радијус Вектор.
- Сат-тракт.

Пословање поменутих оператора највише утиче на тржиште дистрибуције, па ће се они, у даљој анализи посматрати као водећи оператори.

3.1.1. Производна димензија тржишта

Услуга дистрибуције се у анализи релевантног тржишта посматра као јединствена, без обзира на врсту мреже преко које се пружа, у складу са дефиницијом из Закона, и у складу са Оквирним упутством (2002/21/ЕС)¹ у којем се ова услуга одређује као технолошки неутрална.

Услуга дистрибуције у Републици Србији се пружа преко:

- кабловске мреже (коаксијалне, хибридне – КДС),
- јавне фиксне телефонске мреже (IPTV) и
- сателитске мреже (DTH – *Direct to the home*),
- бежичне мреже.

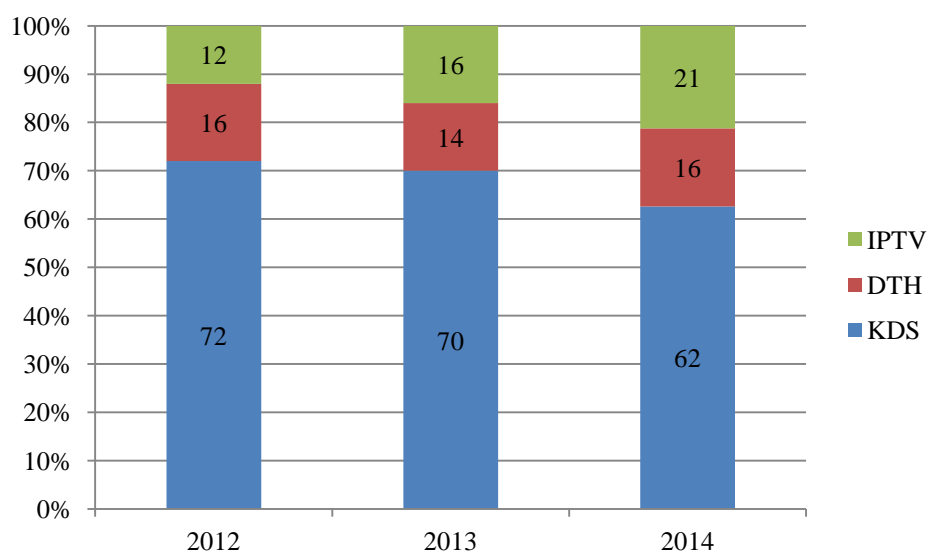
На основу података из Прегледа тржишта телекомуникација и поштанских услуга у Републици Србији у 2014. години може се видети да је број корисника кабловских дистрибутивних мрежа претходних година у Републици Србији растао веома споро (просечно око 2% годишње у периоду 2010.-2013. године), док је у 2014. години забележио пад од око 14% у односу на 2013. годину. Насупрот томе, број корисника IPTV услуге коју пружа Телеком Србија а.д., има просечну годишњу стопу раста од 30% у периоду 2010.-2014. године.

Посматрајући начин дистрибуције медијских садржаја, апсолутну доминацију на посматраном тржишту има КДС, чије је учешће у укупном броју претплатника услуге дистрибуције закључно са 2014. годином износило око 62% (око милион

¹ Framework Directive, 2002/21/EC

претплатника). Број IPTV претплатника учествује у укупном броју претплатника са око 21% (318 хиљада претплатника) и бележи стални раст у посматраном периоду, док број DTH претплатника бележи релативно ниско тржишно учешће од око 16% и може се рећи да стагнира у посматраном периоду. Овакво кретање броја DTH претплатника у периоду од 2012. до 2014. године, последица је одсуства економског интереса оператора да нуди услугу дистрибуције преко сателита ван руралних подручја, односно тамо где већ постоји дистрибутивна мрежа другог оператора, али и смањене тражње. Расподела претплатника приказана је на *Слици 4*.

Слика 4. Расподела претплатника по технологији (у %)



Крајњи корисници на основу уговора са оператором, за услугу дистрибуције преко наведених мрежа плаћају једнократну накнаду за прикључење на мрежу оператора и месечну накнаду за одабране пакете. У анализи овог тржишта разматраће се само основни пакет, који у просеку садржи 68 ТВ програма и са просечном ценом од 994 динара са ПДВ-ом.

Поред наведених мрежа, услуга је крајњим корисницима доступна и путем радиодифузије, уз знатно мањи број РТВ програма, без додатних услуга и без накнаде за прикључење на радиодифузну мрежу. Такође, квалитет и доступност услуге путем радиодифузије, и поред дигитализације која је окончана дана 07.06.2015. године, варира у зависности од географске локације.

3.2. Супституција на страни тражње

Супституција на страни тражње описује реакцију крајњих корисника на кретање цена јавно понуђених електронских комуникационих услуга на релевантном тржишту, при чему, као одговор на повећање цена услуга, корисници могу да пређу на коришћење друге услуге, сличне цене и сличних карактеристика, или на коришћење истих услуга

код других оператора. Супституција пре свега зависи од могућности корисника да замене једну услугу другом у случају повећања цена или да замене једног оператора, који је повећао цене својих услуга, другим оператором, коме су цене остале на истом нивоу.

Супституцију услуге дистрибуције одређује цена претплате, квалитет услуге, садржај програмских пакета као и додатни садржаји. Цене претплате за основни пакет КДС и IPTV услуге дистрибуције као и број програма у основном пакету се не разликују значајније, док су цене ДТН услуге дистрибуције ниже (износе од 500 - 800 динара са ПДВ-ом), али је и број канала у основном пакету значајно мањи. Додатни садржаји у виду програмског водича, снимања садржаја, видеа на захтев, родитељске контроле и сл. се налазе у понуди готово свих водећих оператора.

У случају повећања цене основног пакета услуге дистрибуције, претплатници свог кабловског оператора у већини случајева не могу заменити другим кабловским оператором. Наиме, кабловски оператори дистрибуције медијских садржаја су територијално распоређени тако да им се подручја које покрива њихова мрежа (КДС мрежа) ретко преклапају.

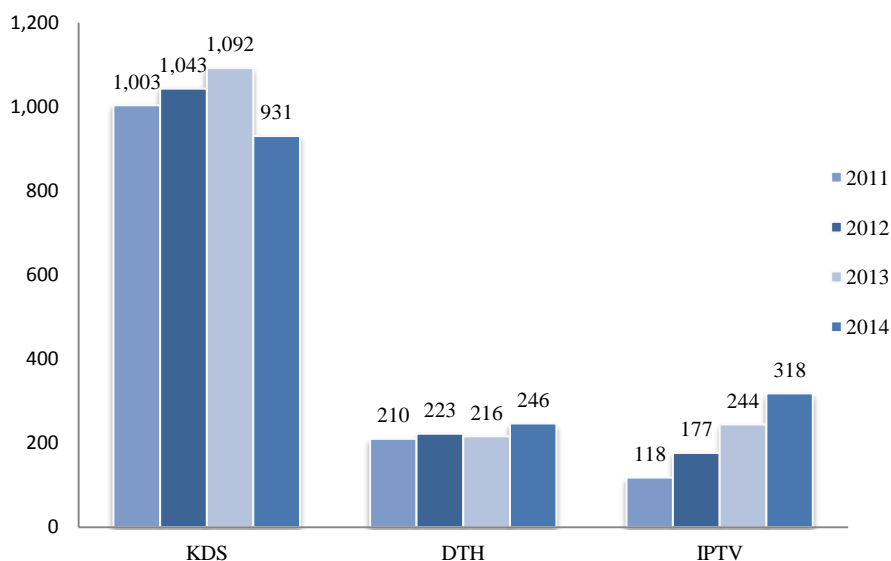
Са друге стране, Телеком Србија а.д. има могућност да услугу дистрибуције медијског садржаја може понудити готово свим домаћинствима до којих има приступ, што је преко 90% свих домаћинстава у Републици Србији. Имајући то у виду, може се закључити да IPTV услуга дистрибуције, тј. пружање услуге коришћењем IPTV технологије представља супститут класичној кабловској телевизији.

У 2014. години, цене основног пакета за услугу дистрибуције медијских садржаја кретале су се у распону од 710 до 1.136 динара са ПДВ-ом (при чему је просечна цена основног пакета водећих оператора на тржишту била око 990 динара са ПДВ-ом), док број програма који чини основни пакет варира од 50 – 108. Треба истаћи да оператори, углавном, прилагођавају своју понуду куповној моћи становништва у зависности од региона односно места пружања услуга.

Подаци о броју КДС, ДТН и IPTV претплатника услуге дистрибуције медијских садржаја су приказани на *Слици 4*. Постоје значајне разлике у учешћу у укупном броју претплатника између ових услуга, при чему су најбројнији КДС претплатници (око 62%).

Међутим, анализа релевантног тржишта показује и различиту динамику у кретању броја претплатника између ових услуга. Наиме, најзначајнији пораст броја корисника у периоду од претходне анализе бележи услуга IPTV са просечном годишњом стопом раста године од 39% у периоду 2011.-2014. године (само је у 2014. години забележен пораст броја претплатника услуге IPTV од преко 30% у односу на претходну годину). У 2014. години број претплатника КДС услуге први пут од када се прати тржиште електронских комуникација у Републици Србији бележи пад од 14% у односу на претходну годину, док је број ДТН претплатника порастао за око 14%.

Слика 5. Расподела претплатника према врсти мреже (у хиљадама)



Реално ограничење супституције на страни тражње је географска распоређеност оператора тј. чињеница да се подручја пружања услуге (подручја која покривају КДС мреже оператора) ретко преклапају, па се и даље може констатовати да крајњи корисници немају алтернативу у случају повећања цена услуга које пружају кабловски оператори.

Међутим, јавна фиксна телефонска мрежа је најраспрострањенија кабловска мрежа, те као таква, представља супститут на страни тражње уз минимална територијална (географска) ограничења која се односе на степен развијености мреже.

Узимајући у обзир све горе наведене чињенице Агенција констатује да супституција на страни тражње постоји.

3.3. Супституција на страни понуде

Приликом процене супституције на страни понуде, узима се у обзир вероватноћа да привредни субјекти који тренутно нису активни на релевантном тржишту одлуче да уђу на тржиште након повећања цена од стране активних тржишних учесника, и то у прихватљивом временском року и без већих додатних трошкова.

Основни услов за постојање супституције на страни понуде је да оператор поседује мрежне капацитете које може у потпуности, или уз мање модификације да искористи за пружање одређене услуге, односно за улазак на одређено тржиште, и да су цене пружања услуга економске, односно да нема субвенционисања од стране других сервиса.

У конкретном случају, бар што се кабловских оператора тиче, постоје баријере за улазак на тржиште, јер је изградња дистрибутивне мреже комплексан процес који захтева дуг временски период и значајне финансијске капацитете. Са друге стране, Телеком Србија а.д. као највећи оператор фиксне телефоније и широкопојасног приступа Интернету путем ADSL-а има изграђену приступну мрежу која уз одређене модификације може да подржи пружање услуге IPTV-а.

Поред тога, оператори DTH услуге дистрибуције, пре свега SBB d.o.o, иако сателитским сигналом покрива територију која је већа од територије Републике Србије, нема економски интерес да услугу дистрибуције преко сателита пружа тамо где већ постоји изграђена КДС мрежа. Наиме, DTH технологија не подржава широкопојасни приступ Интернету, као ни различите додатне услуге. У прилог томе говори и чињеница да DTH услуга дистрибуције постоји на тржишту дуги низ година, а да је достигла учешће од свега 16%.

Имајући у виду наведене чињенице Агенција констатује да супституција на страни понуде постоји.

3.4. Потенцијална конкуренција

Потенцијална конкуренција се односи на могућност уласка новог оператора на тржиште дистрибуције, што значи да оператори морају да имају довољне финансијске капацитете како би поднели додатне трошкове који се јављају приликом уласка на тржиште, као и додатне техничке капацитете неопходне за пружање предметне услуге.

Потенцијална конкуренција на посматраном тржишту се огледа у операторима који поседују неопходне мрежне капацитете за пружање услуге преноса медијских садржаја до крајњих корисника. Имајући у виду географску распоређеност кабловских оператора, као и чињеницу да изградња кабловске дистрибутивне мреже дуготрајан процес који захтева велике финансијске ресурсе, кабловски оператори међусобно не представљају значајну потенцијалну конкуренцију. Међутим, Телеком Србија а.д. као највећи оператор фиксне телефоније и широкопојасног приступа Интернету путем ADSL прикључка, преко своје јавне телефонске мреже има приступ до приближно 90% свих домаћинстава у Републици Србији. Уколико би Телеком Србија а.д. био у могућности да IPTV услугу дистрибуције понуди свим домаћинствима до којих има приступ, представљао би најзначајнијег конкурента на тржишту дистрибуције медијских садржаја. Имајући у виду број IPTV претплатника које је Телеком Србија имао на крају 2014. године (око 318 хиљада), може се рећи да је на путу да то и постане.

Све ове наведене чињенице говоре у прилог томе да се тржиште креће у правцу конкурентности, те је потребно испитати да ли је тржиште и даље подложно ex-ante регулацији. Тачније, анализом другог критеријума, у оквиру Теста 3 (три) критеријума,

може се закључити да ће се тржиште кретати у правцу успостављања конкуренције, што ће за последицу имати дерегулисање посматраног тржишта.

3.5. Географска димензија тржишта

Релевантно географско тржиште обухвата област у којој су заинтересовани привредни субјекти укључени у понуду и тражњу релевантних производа и услуга, у којој су услови конкурентности слични или довољно хомогени, у којој се примењује иста ценовна политика, која је различита од суседних области где су преовлађујући услови конкурентности знатно различити.

У складу са смерницама и препорукама Европске комисије, географска област релевантног тржишта се у сектору електронских комуникација утврђује на основу два главна критеријума:

- 1) област коју покрива мрежа,
- 2) постојање правних или других регулаторних инструмената.

На основу ова два главна критеријума, географска тржишта се могу сматрати локалним, регионалним и националним.

Пословање оператора се одвија по режиму општег овлашћења које се односи на подручје које покрива мрежа тј. на део или целу територију Републике Србије. У складу са тим Агенција за релевантно географско тржиште, у погледу овог критеријума, одређује национално тржиште.

Регулаторни захтеви за пружање услуге, односно изградњу мреже су потпуно исти за целу територију Републике Србије па се и у погледу овог критеријума за релевантно географско подручје одређује национално тржиште.

Агенција констатује да је релевантно географско тржиште дистрибуције територија Републике Србије.

3.6. Закључак о релевантном тржишту

Агенција је дефинисала посматрано тржиште у производној димензији као тржиште на којем се пружа услуга дистрибуције преко:

- кабловске мреже (коаксијалне, хибридне – КДС),
- јавне фиксне телефонске мреже (IPTV) и
- сателитске мреже (DTH – *Direct to the home*),
- бежичне мреже.

Услуга дистрибуције се у анализи посматра као технолошки неутрална, али је фактичко стање на тржишту дистрибуције медијских садржаја такво да КДС претплатници чине 62% укупних претплатника.

Према последњим доступним информацијама, услугу дистрибуције нуди 92 евидентирана КДС оператора, 4 IPTV оператора и 3 DTH оператора.

Узимајући у обзир да се услуга дистрибуције пружа преко различитих врста мреже, Агенција констатује да постоји супституција на страни тражње и на страни понуде. Потенцијална конкуренција се јавља у IPTV сегменту који је у експанзији и за који се очекује даљи раст у наредном периоду.

За релевантно географско тржиште дистрибуције медијских садржаја се одређује национално тржиште, односно територија Републике Србије.

4. АНАЛИЗА РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА

Релевантно тржиште које подлеже претходној регулацији, у складу са Законом, је тржиште на коме постоје структурне, регулаторне и друге трајније препреке које онемогућавају улазак нових конкурената, на коме није могуће обезбедити развој делотворне конкуренције без претходне регулације и на коме се уочени недостаци не могу отклонити само применом прописа о заштити конкуренције.

Анализа малопродајног тржишта дистрибуције треба да идентификује факторе који спречавају или нарушавају конкуренцију у оквиру тржишта, а самим тим и функционисање читавог сектора електронских комуникација. Из тог разлога, поред дефинисања релевантног тржишта, неопходно је извршити анализу оправданости постојећих и идентификовати потенцијалне операторе са ЗТС, како би се адекватном регулацијом од стране Агенције спречила евентуална злоупотреба доминантног положаја на тржишту.

Тржиште дистрибуције није дефинисано као релевантно у Препоруци из 2007. године, нити у Закону, али одредбом члана 60. став 1. Закона уређено је да „Агенција најмање једном у три године врши анализу релевантних тржишта, а по потреби и додатних тржишта, уз примену одговарајућих препорука Европске уније о анализи тржишта и утврђивању значајне тржишне снаге“, па је Агенција применила Тест 3 (три) критеријума како би утврдила да ли је на њему и даље неопходна претходна регулација и да ли постоји један или више оператора са ЗТС.

Уколико се утврди да су на тржишту истовремено задовољена следећа 3 критеријума:

1. да је тржиште изложено високим и трајним улазним баријерама структурне, правне или регулаторне природе,
2. да тржиште има карактеристике због којих се током времена неће кретати у правцу успостављања конкуренције,
3. да на тржишту, у одсуству *ex-ante* регулације, нису довољни важећи национални прописи везани за заштиту конкуренције како би се ограничили тржишни недостаци,

тржиште је подложно *ex-ante* регулацији.

Резултати Теста 3 (три) критеријума су дати у наставку.

4.1. Тест 3 (три) критеријума

4.1.1. Први критеријум – Да ли је тржиште изложено високим и трајним улазним баријерама?

Први критеријум показује да ли је тржиште у одређеном тренутку изложено високим и трајним улазним (структурним и/или регулаторним) баријерама, што је први показатељ да је на њему потребна интервенција регулатора у циљу обезбеђења конкуренције у корист крајњих корисника. На тржишту на којем нема улазних баријера постоји претња од уласка нових оператора, односно конкурентски притисак на постојеће операторе и нема потребе за претходном регулацијом. Први критеријум је статички показатељ, односно показатељ улазних баријера на тржишту у тачно одређеном тренутку.

4.1.1.1. Структурне улазне баријере

На посматраном тржишту услуга дистрибуције је дефинисана као технолошки неутрална, а на територији Републике Србије се пружа преко следећих врста мрежа:

- кабловске дистрибутивне мреже - КДС,
- јавне фиксне телефонске мреже – IPTV,
- сателита – DTH.

У оквиру одговора на ово питање и анализе првог критеријума може се рећи да регулаторне баријере за улазак на тржиште не постоје.

Са једне стране, имајући у виду географску распоређеност кабловских оператора, као и чињеницу да је изградња кабловске дистрибутивне мреже дуготрајан процес који захтева велике финансијске ресурсе, може се рећи да то представља баријеру за улазак на тржиште. Са друге стране, имајући у виду степен развијености приступне мреже Телеком Србија а.д као и свих пратећих елемената неопходних за пружање IPTV услуге (што је наведено у тачки 3. овог извештаја), може се закључити да структурне баријере на посматраном тржишту не постоје, тј. да тржиште није изложено високим и трајним улазним баријерама.

4.1.2. Други критеријум - Да ли тржиште има карактеристике због којих се током времена неће кретати у правцу успостављања конкуренције?

Други критеријум је динамички показатељ на основу којег треба да се процени да ли тржиште тежи успостављању делотворне конкуренције у одређеном временском периоду. Применом овог критеријума се утврђује да ли баријере за улазак на тржиште могу временом нестати, нпр. услед технолошких достигнућа, да ли може да се деси да

на тржишту има довољно активних учесника да би се делотворна конкуренција постигла без обзира на баријере за улазак на тржиште и сл.

Код примене другог критеријума, поставља се питање временског периода у ком би требало посматрати да ли се тржиште креће у правцу развоја делотворне конкуренције. У циљу ефикасније процене стања на тржишту, Агенција одређује да ће временски период за процену другог критеријума износити три године, уз уважавање убрзаног технолошког развоја овог сегмента сектора електронских комуникација и појаву нових технологија. Приликом анализе другог критеријума, узимају се у обзир тржишна учешћа оператора, кретање цена, потенцијална конкуренција, контрола инфраструктуре која се може лако реплицирати, степен технолошког развоја итд.

Упркос константном порасту цена (просечна годишња стопа раста од 7,14% за период од 2012. до 2014. године за КДС услугу, а 10,44% за IPTV услугу), на тржишту дистрибуције расте број претплатника, што значи да тражња за овом услугом не опада. Просечна годишња стопа раста броја претплатника услуге дистрибуције у периоду од 2012. до 2014. године износи 1,26%, а кретање броја претплатника у наведеном периоду приказано је на *Слици 1*.

Број оператора који пружају услугу дистрибуције се није значајније мењао у посматраном периоду, а може се очекивати његово смањење као последица укрупњавања тржишта. Позиционирање оператора по географским подручјима и економска неисплативост изградње мреже у истом подручју у којем већ постоји мрежа другог оператора, довели су до тога да већи оператори, уместо да граде мрежу, шире подручје пружања услуге куповином мањих оператора.

Посматрајући начин дистрибуције медијских садржаја (*Слика 4*), доминацију на посматраном тржишту има КДС, чије је учешће у укупном броју претплатника услуге дистрибуције око 62% (око 930 хиљада претплатника). Број IPTV претплатника има учешће у укупном броју претплатника од око 21% (318 хиљада претплатника). Број DTH претплатника такође бележи релативно ниско тржишно учешће од око 16%.

Телеком Србија а.д. као највећи оператор фиксне телефоније и широкопојасног приступа Интернету путем ADSL прикључка, преко своје јавне телефонске мреже има приступ до приближно 90% свих домаћинстава у Републици Србији. Уколико би Телеком Србија а.д. био у могућности да IPTV услугу дистрибуције понуди свим домаћинствима до којих има приступ, представљао би најзначајнијег конкурента на тржишту дистрибуције медијских садржаја. Имајући у виду број IPTV претплатника које је Телеком Србија имао на крају 2014. године (око 318 хиљада), може се рећи да је на путу да то и постане.

На основу горе наведеног може се закључити да ће се тржиште кретати у правцу успостављања делотворне конкуренције.

4.1.3. Трећи критеријум – Да ли је, у одсуству *ex-ante* регулације, довољан Закон о заштити конкуренцији да се ограничи тржишни недостаци?

Овај критеријум није потребно ни разматрати с обзиром да су довољна претходна два критеријума да се покаже да посматрано тржиште не подлеже *ex-ante* регулацији.

4.2. Закључак о примени Теста 3 (три) критеријума

На основу спроведеног Теста 3 (три) критеријума закључује се:

1. да на тржишту не постоје ни регулаторне ни структурне баријере и
2. да ће се тржиште развијати и кретати у правцу успостављања делотворне конкуренције.

У складу са горе наведеним, Агенција сматра да малопродајно тржиште дистрибуције медијских садржаја, на основу анализираних података за посматрани период, не подлеже *ex-ante* регулацији.

5. ЗАКЉУЧАК

Агенција је на основу примењеног Теста 3 (три) критеријума утврдила да се посматрано малопродајно тржиште дистрибуције медијских садржаја креће у правцу ефикасне конкуренције, и да више не постоји потреба за претходном регулацијом, односно да не постоји оператор који има значајну тржишну снагу.

На основу свега наведеног, оператору SBB d.o.o. ће решењем Агенције бити укинута све регулаторне обавезе које су му као тадашњем оператору са ЗТС на малопродајном тржишту дистрибуције медијских садржаја биле одређене решењем Агенције 1-01-731-8-/13-4 од 22.05.2013. године.

Међутим, Агенција ће наставити да прати кретања и даљи развој посматраног тржишта, те ће сходно томе, у случају значајних промена које би могле да наруше или умање делотворну конкуренцију, поново спровести Тест 3 (три) критеријума.