

**ИЗВЕШТАЈ О АНАЛИЗИ ВЕЛЕПРОДАЈНОГ ТРЖИШТА
ТЕРМИНАЦИЈЕ ПОЗИВА У МОБИЛНОЈ МРЕЖИ**

(ТРЖИШТЕ БР. 7)

Београд, август 2011. године

САДРЖАЈ

1. КРАТАК ПРЕГЛЕД АНАЛИЗЕ.....	5
2. УВОД.....	8
2.1. Регулаторни оквир у ЕУ.....	8
2.2. Правни основ за спровођење поступка анализе тржишта у Републици Србији.....	11
2.3. Преглед досадашњих активности	13
3. ДЕФИНИСАЊЕ РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА	16
3.1. Карактеристике тржишта терминације позива у мобилној мрежи	16
3.2. Супституција на страни тражње – малопродајни ниво.....	18
3.2.1. Понашање стране која упућује позив и коришћење алтернативних услуга.....	19
3.3. Супституција на страни тражње – veleprodajни ниво.....	21
3.4. Супституција на страни понуде – малопродајни ниво.....	22
3.5. Супституција на страни понуде – veleprodajни ниво.....	22
3.6. Мреже треће генерације - 3G.....	23
3.7. Потенцијална конкуренција.....	23
3.8. Географска димензија релевантног тржишта	23
3.9. Закључак о релевантном тржишту.....	25
4. АНАЛИЗА РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА.....	26
4.1. Критеријуми за утврђивање појединачне значајне тржишне снаге.....	26
4.1.1. Величина оператора и конкурената и тржишно учешће	27
4.1.2. Контрола над инфраструктуром чији се обим не може лако реплицирати	27
4.1.3. Технолошке предности.....	28
4.1.4. Недостатак или низак ниво преговарачке моћи купаца	28
4.1.5. Економија обима	31
4.1.6. Недостатак потенцијалне конкуренције	33
4.2. Закључак о процени постојања оператора са значајном тржишном снагом.....	33
5. ПРЕПРЕКЕ ЗА РАЗВОЈ ТРЖИШНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ	34
5.1. Преглед основних препрека за развој тржишне конкуренције	34
5.2. Препреке за развој тржишне конкуренције на тржишту терминације позива.....	36
5.2.1. Тактике одуговлачења	37
5.2.2. Дискриминација квалитетом услуге.....	37
5.2.3. Унакрсно субвенционисање.....	37
5.2.4. Превисоке цене.....	38
5.2.5. Прећутни споразуми	38
5.2.6. Ценовна дискриминација	39

5.2.7. Одбијање договора/ускраћивање интерконеције	39
6. ОБАВЕЗЕ ЗА ОПЕРАТОРЕ СА ЗНАЧАЈНОМ ТРЖИШНОМ СНАГОМ	40
6.1. Објављивање одређених података	41
6.2. Недискриминаторно поступање	43
6.3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава	44
6.4. Контрола цена.....	46
7. ЗАКЉУЧАК.....	47

ДЕФИНИЦИЈЕ КОРИШЋЕНИХ ПОЈМОВА

У анализи су коришћени појмови који имају следеће значење:

Корисник (у смислу ове анализе) је физичко или правно лице које користи или захтева јавно доступну електронску комуникациону услугу и који не обавља делатност електронских комуникација.

Међуповезивање (интерконекција) је посебна врста приступа оствареног између оператора јавних комуникационих мрежа, којим се успоставља физичко и логичко повезивање јавних комуникационих мрежа једног или више различитих оператора, како би се корисницима услуга једног оператора омогућила међусобна комуникација или комуникација са корисницима услуга других оператора, односно приступ услугама које пружају други оператори или трећа лица која имају приступ мрежи.

Оператор је лице које обавља или је овлашћено да обавља делатност електронских комуникација.

Позив је веза, успостављена путем јавно доступне електронске комуникационе услуге, која омогућава двосмерну гласовну комуникацију.

Терминирање националних позива представља услугу којом се омогућава терминирање позива из једне у другу националну мрежу, при чему оператор из чије мреже је инициран позив плаћа уговорену цену терминације оператору у чијој мрежи позив терминира.

1. КРАТАК ПРЕГЛЕД АНАЛИЗЕ

У складу са одредбама чл. 59. и 145. Закона о електронским комуникацијама („Службени гласник Републике Србије, број 44/10, у даљем тексту: Закон) и Препоруком Европске комисије 2007/879/ЕС о релевантним тржиштима на подручју електронских комуникација која су подложна претходној регулацији, предмет анализе је veleпродајно тржиште терминације позива у мобилној мрежи.

Период на који се анализа односи обухвата 2007, 2008, 2009. и првих шест месеци 2010. године, за који су прикупљени подаци од оператора.

У уводном делу анализе дат је преглед регулативе Европске уније у области електронских комуникација, са нагласком на развоју ефикасне конкуренције и спречавању монополског понашања оператора који има значајну тржишну снагу. На преглед регулативе ЕУ надовезује се правни основ за спровођење поступка анализе тржишта у Републици Србији, као и преглед досадашњих активности у смеру либерализације тржишта електронских комуникација.

На тржишту терминације позива у мобилној мрежи, у периоду који обухвата анализа, присутна су три оператора, која поседују Лиценцу за јавну мобилну телекомуникациону мрежу и услуге јавне мобилне телекомуникационе мреже у складу са GSM/GSM1800 и UMTS/IMT-2000 стандардом (у даљем тексту: Лиценца):

1. Предузеће за телекомуникације Телеком Србија а.д., са седиштем у Таковској 2, Београд (у даљем тексту: Телеком Србија), коме је Лиценца издата 15.08.2006. године;
2. Telenor d.o.o, са седиштем у Омладинских бригада 90, Нови Београд (у даљем тексту: Telenor), коме је Лиценца издата 31.08.2006. године;
3. Vip Mobile d.o.o, са седиштем у Омладинских бригада 21, Нови Београд (у даљем тексту: Vip), коме је Лиценца издата 01.12.2006. године.

Анализа је подељена у неколико делова. Први део се бави дефинисањем релевантног тржишта. Поступак дефинисања обухвата анализу супституције на страни тражње, анализу супституције на страни понуде, утврђивање постојања потенцијалне конкуренције и одређивање географске димензије тржишта. С обзиром на то да се уговори о интерконекцији на veleпродајном нивоу закључују са намером да крајњи корисници оператора обављају несметану комуникацију, неопходно је анализирати супституцију на страни тражње и понуде и на малопродајном и на veleпродајном нивоу.

Анализа је показала да на посматраном тржишту не постоји супституција на страни тражње и понуде, као ни потенцијална конкуренција. У складу са тим, Агенција је дефинисала следећа тржишта:

- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Телеком Србија, независно од националне мреже из које позив потиче;
- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Telenor, независно од националне мреже из које позив потиче;
- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Vip, независно од националне мреже из које позив потиче.

Након дефинисања релевантног тржишта, следи део који се бави анализом релевантног тржишта са циљем да се утврди да ли постоје фактори који би спречили или нарушили конкуренцију, односно да ли постоје оператори који имају доминантан положај на тржишту.

За потребе оцене постојања значајне тржишне снаге на тржишту терминације позива, Агенција је као најзначајније истакла и анализирала следеће критеријуме:

1. Величина оператора и конкурената и тржишно учешће;
2. Контрола над инфраструктуром чији обим не може лако да се реплицира;
3. Технолошке предности;
4. Недостатак или низак ниво преговарачке моћи купаца;
5. Економија обима;
6. Недостатак потенцијалне конкуренције.

На основу анализе претходно наведених критеријума за утврђивање значајне тржишне снаге на тржишту терминације позива у мобилној мрежи, Агенција је дошла до закључка да су, на посматраном тржишту, Телеком Србија, Telenor и Vip оператори са значајном тржишном снагом.

Агенција је у посебном поглављу разматрала препреке за развој тржишне конкуренције, како би на најбољи начин могла да утврди обавезе, у складу са Законом, које ће најефикасније уклонити уочене и могуће препреке за ефикасну конкуренцију и, на тај начин заштитити интересе крајњих корисника. Агенција је разматрала препреке за развој тржишне конкуренције које би, у одсуству претходне регулације, могле да се појаве на посматраном тржишту.

За идентификоване операторе са значајном тржишном снагом, Агенција је, уважавајући релативну снагу оператора и могуће препреке за развој тржишне конкуренције, утврдила одговарајуће обавезе.

За Телеком Србија (јавна мобилна телекомуникациона мрежа) се уводе следеће обавезе:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова међуповезивања;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

За Telenor се одређују следеће обавезе:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова међуповезивања;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

За Vip се одређују следеће обавезе:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова међуповезивања;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

Имајући у виду да би примена трошковног принципа обезбедила корисне информације оператору за формулисање политике продајних цена, као и поуздану основу за њихову контролу, Агенција препоручује да и Телеком Србија, Telenor и Vip формирају цене услуге терминације позива на бази рачуноводства трошкова, у складу са Правилником о примени трошковног принципа, одвојених рачуна и извештавању од стране телекомуникационих оператора са значајним тржишним уделом („Службени гласник РС“ број 103/08, у даљем тексту: Правилник о примени трошковног принципа).

2. УВОД

2.1. Регулаторни оквир у ЕУ

На нивоу Европске уније област електронских комуникација је регулисана већим бројем директива, одлука, смерница и препорука које доносе Европски савет, Европски парламент и Европска комисија. Прве директиве као пакети свеобухватних законодавних мера у области телекомуникација су усвојене још током 90-их година прошлог века у циљу либерализације свих телекомуникационих мрежа и услуга и укидања монопола до 1998. године, затим хармонизације прописа на нивоу ЕУ и примене правила о конкуренцији. С тим у вези, Европска комисија је 1998. године усвојила пакет законодавних мера, тзв. регулаторни оквир из 1998. године, чији је фокус био стварање објективних, транспарентних и недискриминаторних услова за све учеснике на тржишту телекомуникација. Регулаторни оквир из 1998. године препознаје четири тржишта телекомуникација подложна регулацији, и то:

- Тржиште фиксне телефоније (укључујући и инфраструктуру),
- Тржиште мобилне телефоније,
- Тржиште изнајмљених линија,
- Тржиште интерконекције.

Независна регулаторна тела су била у обавези да периодично спроводе анализе ова четири тржишта са циљем да се утврди да ли постоје оператори са значајном тржишном снагом. При томе основни критеријум за утврђивање значајне тржишне снаге је тржишно учешће, дефинисано на нивоу од 25%, уз могућност одступања од овог прага уколико се узму у обзир и додатни критеријуми, као што су могућност да се утиче на тржиште, укупан промет у односу на величину тржишта, контрола инфраструктуре за приступ, приступ финансијским ресурсима итд.

Убрзан развој нових технологија и конвергенција телекомуникационог, медијског и сектора информационих технологија условили су потребу за новим јединственим и технолошки неутралним регулаторним оквиром за све мреже и услуге из области електронских комуникација. Нови регулаторни оквир је усвојен 2002. године, а примењује се од јула 2003. године. Најважније директиве које чине Регулаторни оквир из 2002. године су:

1. Директива 2002/21/ЕС Европског парламента и Европског савета о заједничком регулаторном оквиру за електронске комуникационе мреже и услуге (*Framework Directive*);
2. Директива 2002/20/ЕС Европског парламента и Европског савета о издавању одобрења за мреже и услуге (*Authorization Directive*);

3. Директива 2002/19/ЕС Европског парламента и Европског савета о приступу и међусобном повезивању електронских комуникационих мрежа и инфраструктуре (*Access Directive*);
4. Директива 2002/22/ЕС Европског парламента и Европског савета о универзалном сервису и правима корисника која се односе на електронске комуникационе мреже и услуге (*Universal Service Directive*);
5. Директива 2002/58/ЕС Европског парламента и Европског савета о обради личних података и заштити приватности у сектору електронских комуникација (*Directive on Privacy and Electronic Communications*).

Важан елемент овог регулаторног оквира представљају анализе тржишта и идентификовање оператора са ЗТС. У јулу 2002. године Европска комисија је објавила Смернице Европске комисије, у којима су наведени основни принципи за анализу тржишта којих национална регулаторна тела треба да се придржавају. За разлику од претходног регулаторног оквира, одлука о проглашењу оператора са значајном тржишном снагом се доноси не само на основу тржишног учешћа већ и низа других критеријума којима се оцењује појединачна и/или заједничка значајна тржишна снага, а 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, вертикална интеграцију, развијеност дистрибуције и мреже продаје, недостатак тржишног такмичења, баријере за експанзију.

Према Смерницама, 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.

На основу чл. 15 став 1 Директиве 2002/21/ЕС о заједничком регулаторном оквиру, Европска комисија је у фебруару 2003. године усвојила Препоруку 2003/311/ЕС о релевантним тржиштима на подручју електронских комуникација која су подложна претходној (*ex ante*) регулацији. У Препоруци је идентификовано укупно осамнаест релевантних тржишта од којих је седам малопродајних и једанаест veleпродајних тржишта.

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 veleпродајна тржишта, а само једно је малопродајно тржиште. Реч је о следећим тржиштима:

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

Уважавајући специфичности различитих земаља по питању степена развијености и либерализације тржишта електронских комуникација, регулаторним телима је 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 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 ЕУ су у децембру 2009. године донели нови регулаторни оквир у области електронских комуникација који се састоји из две директиве и једног правилника:

1. Правилника број 1211/2009 Европског парламента и Европског савета о успостављању Тела европских регулатора за електронске комуникације (BEREC);
2. Директиве 2009/136/ЕС Европског парламента и Европског савета којом се мењају: Директива 2002/22/ЕС о универзалном сервису, Директива 2002/58/ЕС о коришћењу података о личности и Правилник број 2006/2004 о сарадњи

националних органа надлежних за примену прописа о заштити права потрошача;

3. Директива 2009/140/ ЕС Европског парламента и Европског савета којом се мењају: Директиве 2002/21/ ЕС о заједничком оквиру, Директиве 2002/19/ ЕС о приступу и међусобном повезивању и Директиве 2002/20/ ЕС о издавању одобрења за мреже и услуге.

2.2. Правни основ за спровођење поступка 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. Анализу тржишта спроводи Агенција на основу надлежности које проистичу из Закона. Одредбе чл. 58. до 70. 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 тржиште, 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. Тржишта која подлежу претходној регулацији, односно релевантна тржишта у смислу овог Закона одређује Агенција уз примену одговарајућих препорука Европске комисије.

Док Агенција својим актом не утврди релевантна тржишта, Закон одредбама члана 145. прописује да претходној регулацији подлежу следећа тржишта:

- 1) малопродајно тржиште приступа јавној телефонској мрежи;
- 2) veleprodajno тржиште оригинације позива у јавној телефонској мрежи;
- 3) veleprodajno тржиште терминације позива у јавној телефонској мрежи;
- 4) veleprodajno тржиште (физичког) приступа елементима мреже и припадајућим средствима (укључујући дељени и потпуни рашчлањени приступ локалној петљи);
- 5) veleprodajno тржиште широкопојасног приступа;
- 6) veleprodajno тржиште изнајмљених линија;
- 7) veleprodajno тржиште терминације позива у мобилној мрежи.

Оператор има ЗТС ако појединачно или удружено са другим операторима има положај који му омогућава да се у значајној мери понаша независно од конкурената и корисника услуга. За утврђивање појединачне ЗТС 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 ЗТС посматрају се и: zasiћеност 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 постоји један или више оператора са ЗТС, Агенција, након спроведених јавних консултација, доноси решење у коме се одређује најмање једна обавеза, водећи рачуна о врсти и природи утврђених недостатака, претходним и будућим улагањима и могућностима за остваривање разумне стопе повраћаја на уложена средства.

Према одредбама члана 63. Закона, обавезе оператора са ЗТС укључују:

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 рачуноводства трошкова;
6. пружања основног скупа изнајмљених линија;
7. обезбеђивање могућности за избор и предизбор оператора;
8. пружање малопродајних услуга под одређеним условима.

Законом је дефинисано да Агенција врши анализу релевантних тржишта најмање једном у три године и у том процесу сарађује са органом надлежним за заштиту конкуренције. Рок за завршетак анализа тржишта у складу са Законом је јул 2011. године, а Агенцији је од момента завршетка анализа остављен рок од шест месеци, за преиспитивање постојеће одлуке о утврђивању оператора са значајним тржишним уделом које су донете према раније важећим прописима.

2.3. Преглед досадашњих активности

Агенција је од свог оснивања донела низ одлука везаних за постепену либерализацију тржишта и регулисање цена услуга оператора са ЗТС. Донете су и две одлуке о утврђивању јавног телекомуникационог оператора са значајним тржишним уделом, и то:

1. Привредно друштво Телеком Србија а.д. за услугу јавне фиксне телефонске мреже, од марта 2006. године. На основу ове одлуке, Телеком Србија се обавезује да за сваку промену цене услуге јавне фиксне телефонске мреже прибави сагласност Агенције, да би се на тај начин спречиле или ограничиле антиконкурентске активности, односно монополско понашање.
2. Привредно друштво Serbia Broadband – Srpske kablovske mreže d.o.o (у даљем тексту: SBB) за услугу дистрибуције радио и телевизијских програма преко кабловске дистрибутивне мреже, од фебруара 2007. године. На основу ове одлуке SBB се обавезује да сваку промену цене услуге дистрибуције радио и телевизијских програма преко кабловске дистрибутивне мреже прибави сагласност Агенције, да би се на тај начин спречиле или ограничиле антиконкурентске активности, односно монополско понашање.

Да би се успоставили механизми за контролу цена регулисаних услуга оператора са ЗТС, Управни одбор Агенције је у октобру 2008. године донео Правилник о примени трошковног принципа којим се уређују основна начела, модели и методологија обрачуна трошкова и учинака, као и калкулације цене коштања и продајне цене услуга оператора са ЗТС. Пре доношења Правилника, Агенција је одлуке о ребалансу тарифа доносила на основу компаративне анализе цена услуга оператора у окружењу.

У складу са Акционим планом за реализацију Стратегије развоја телекомуникација у Републици Србији у периоду од 2006. до 2010. године донетим од стране Министарства за телекомуникације и информационо друштво, а на основу одредаба чл. 9. и 10. Закона о телекомуникацијама („Службени гласник РС“, бр. 44/03, 36/06 и 50/09-УС – престао да важи доношењем Закона), Управни одбор Агенције је 2008. године донео одлуку о праћењу и анализи телекомуникационог тржишта и то за четири тржишта која су дефинисана регулаторним оквиром из 1998. године, уз два додатна тржишта:

- тржиште фиксне телефоније;
- тржиште мобилне телефоније;
- тржиште интерконекције;
- тржиште изнајмљених линија;
- тржиште Интернета;
- тржиште дистрибуције радијских и телевизијских програма.

Дефинисање релевантних тржишта и анализа су извршени у складу са препорукама и смерницама Европске комисије, при чему је утврђено је да постојећи оператори са

значајним тржишним уделом и даље имају доминантну позицију и да је потребно наставити примену одговарајућих обавеза, пре свега специјалног тарифног режима за формирање продајних цена регулисаних услуга. Даља активност по овом питању је обустављена доношењем Закона којим су Агенцији дате нове надлежности у вези са анализом тржишта.

Дана 16. септембра 2010. године, председник Управног одбора Агенције је донео решење којим је, према препорукама Европске комисије, образована Радна група за анализу релевантних тржишта ради утврђивања оператора са ЗТС и дефинисања скупа регулаторних мера. Радна група је добила задатак да припреми нацрте анализа за следећа тржишта:

- 1) малопродајно тржиште приступа јавној телефонској мрежи;
- 2) veleпродајно тржиште оригинације позива у јавној телефонској мрежи;
- 3) veleпродајно тржиште терминације позива у јавној телефонској мрежи;
- 4) veleпродајно тржиште (физичког) приступа елементима мреже и припадајућим средствима (укључујући дељени и потпуни рашчлањени приступ локалној петљи);
- 5) veleпродајно тржиште широкопојасног приступа;
- 6) veleпродајно тржиште изнајмљених линија;
- 7) veleпродајно тржиште терминације позива у мобилној мрежи;
- 8) тржиште КДС.

Радна група за анализу тржишта је креирала упитнике у којима су тражени подаци за период 2007-2009. година и првих шест месеци 2010. године:

1. упитник за пружаоце услуга CDMA;
2. упитник за тржиште оригинације позива у јавној телефонској мрежи;
3. упитник за тржиште терминације позива у јавној телефонској мрежи;
4. упитник за тржиште терминације позива у јавној телефонској мрежи (CDMA);
5. упитник за veleпродајно тржиште (физичког) приступа елементима мреже и припадајућим средствима (укључујући дељени и потпуни рашчлањени приступ локалној петљи) – мобилна мрежа;
6. упитник за veleпродајно тржиште (физичког) приступа елементима мреже и припадајућим средствима (укључујући дељени и потпуни рашчлањен приступ локалној петљи) – XDSL, КДС;
7. упитник за тржиште широкопојасног приступа;
8. упитних за тржиште veleпродаје изнајмљених линија – преносни део;
9. упитних за тржиште veleпродаје изнајмљених линија – терминални део;
10. упитник за тржиште терминације позива у мобилној мрежи.

Упитници су дана 04.11.2010. године послати следећим операторима:

- 1) ТЕЛЕКОМ СРБИЈА а.д. Београд;
- 2) TELENOR д.о.о. Београд;
- 3) VIP MOBILE д.о.о. Београд;
- 4) ORION TELEKOM д.о.о. Београд;
- 5) SERBIA BROADBAND – SRPSKE KABLOVSKE MREŽE д.о.о. Београд;
- 6) ORION TELEKOM ТИМ д.о.о. Београд;
- 7) ИНТЕРАКТИВНЕ КАБЛОВСКЕ ОБЈЕДИЊЕНЕ МРЕЖЕ - I.KOM д.о.о. Београд;
- 8) YUNET INTERNATIONAL д.о.о. Београд;
- 9) EUNET д.о.о. Београд;
- 10) BEOTEL NET - ISP д.о.о. Београд;
- 11) РАДИЈУС ВЕКТОР д.о.о. Београд;
- 12) ПАНОН НЕТ д.о.о. Суботица;
- 13) ЈП ПТТ САОБРАЋАЈА „СРБИЈА“; РЈ Кабловско - дистрибутивни систем-КДС Београд;
- 14) САТ-ТРАКТ д.о.о. Бачка Топола;
- 15) ДАСТО БЕТЕЛ д.о.о. Београд;
- 16) E-COMPUTERS GROUP д.о.о. Сонта;
- 17) АКТОН д.о.о. Београд;
- 18) VERAT д.о.о. Београд;
- 19) DIGI SAT д.о.о. Београд;
- 20) AV COM д.о.о. Београд;
- 21) YUBC SYSTEM д.о.о. Београд;
- 22) KNIGHT DEVELOPMENT SUPPORT д.о.о. Нови Сад;
- 23) SU-ONLINE д.о.о. Суботица.

3. ДЕФИНИСАЊЕ РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА

Релевантно тржиште у сектору електронских комуникација представља скуп свих понуђених услуга електронских комуникација на одређеном географском подручју, које, по својим карактеристикама, наменама и ценама, могу међусобно да се супституишу тј. које крајњи корисници користе за исте сврхе.

Поступак дефинисања релевантог тржишта обухвата анализу супституције на страни тражње, анализу супституције на страни понуде, утврђивање постојања потенцијалне конкуренције и одређивање географске димензије тржишта.

Супституција на страни тражње треба да покаже да ли ће корисник једне услуге почети да користи другу сличну услугу код истог оператора као одговор на релативно повећање цене услуге коју користи, или ће се преорјентисати на исту или сличну услугу код другог оператора који није повећао цене. На основу тога се утврђује асортиман услуга које крајњи корисник сматра супститутима на посматраном тржишту.

Супституција на страни понуде показује да ли ће, у случају да један оператор повиси цену одређене услуге, други оператори који нису пружали ту услугу моћи да се одмах или у кратком року преоријентишу и понуде услугу без значајних додатних трошкова.

Потенцијална конкуренција се односи на могућност уласка новог оператора на тржиште. Уколико постоји претња уласка новог оператора јавља се притисак од стране потенцијалних конкурената на постојеће операторе на тржишту и тиме подиже општи ниво конкуренције на тржишту.

Географска димензија релевантог тржишта је област у којој су заинтересовани привредни субјекти укључени у понуду и потражњу релевантних производа и услуга, у којој су услови конкурентности слични или довољно хомогени и која се може препознати као различита од суседних области у којима су преовлађујући услови конкурентности знатно различити.

3.1. Карактеристике тржишта терминације позива у мобилној мрежи

У регистру дозвола које су издате телекомуникационим операторима, који води Агенција, постоје три оператора који поседују Лиценцу (у даљем тексту: мобилни оператори):

1. Телеком Србија, коме је Лиценца издата 15.08.2006. године;
2. Telenor, коме је Лиценца издата 31.08.2006. године;
3. Vip, коме је Лиценца издата 01.12.2006. године.

Услови за интерконекцију сваког појединачног мобилног оператора са другим операторима који поседују дозволу за пружање услуга јавне фиксне и/или јавне мобилне телекомуникационе мреже дефинисани су закљученим уговорима о интерконекцији.

Телеком Србија је највећи оператор, који има сопствену телекомуникациону мрежу и комплетну телекомуникациону инфраструктуру.

Архитектура мобилне мреже оператора Телеком Србија, у делу предвиђеном за интерконекцију - међуповезивање са другим операторима, састоји се од више комутационих чворова.

Постојећим уговорима, између осталог, регулисани су и односи између:

- Телеком Србија (мобилна мрежа) и Telenor (мобилна мрежа);
- Телеком Србија (мобилна мрежа) и Vip (мобилна мрежа);
- Телеком Србија (мобилна мрежа) и Orion telekom д.о.о. Београд (у даљем тексту: Orion telekom) (фиксна мрежа CDMA).

Овим уговорима прецизирани су услови интерконекције између наведених оператора, чиме је омогућена директна комуникација између њихових крајњих корисника.

Telenor је други по величини оператор мобилне телефоније у Србији. Архитектура мреже оператора Telenor, у делу предвиђеном за интерконекцију - међуповезивање са другим операторима, састоји се од више комутационих чворова.

Постојећим уговорима, између осталог, регулисани су и односи између:

- Telenor (мобилна мрежа) и Телеком Србија (фиксна мрежа);
- Telenor (мобилна мрежа) и Vip (мобилна мрежа);
- Telenor (мобилна мрежа) и Телеком Србија (мобилна мрежа);
- Telenor (мобилна мрежа) и Orion telekom (фиксна мрежа CDMA).

Овим уговорима прецизирани су услови интерконекције између наведених оператора, чиме је омогућена директна комуникација између њихових крајњих корисника.

Vip је „најмлађи“ оператор мобилне телефоније у Србији. Архитектура мреже оператора Vip, у делу предвиђеном за интерконекцију - међуповезивање са другим операторима, састоји се од више комутационих чворова, чији се капацитети користе за повезивање на националном и међународном нивоу.

Постојећим уговорима, између осталог, регулисани су и односи између:

- Vip (мобилна мрежа) и Телеком Србија (фиксна мрежа);
- Vip (мобилна мрежа) и Telenor (мобилна мрежа);
- Vip (мобилна мрежа) и Телеком Србија (мобилна мрежа);
- Vip (мобилна мрежа) и Orion telekom (фиксна мрежа CDMA).

Овим уговорима прецизирани су услови интерконекције између наведених оператора, чиме је омогућена директна комуникација између њихових крајњих корисника.

На тржишту терминације позива у Републици Србији препознати су и имаоци одобрења за пружање услуга преноса говора коришћењем Интернета – пружаоци услуга VoIP, који, осим што пружају услугу одлазних међународних позива, пружају и услугу терминације, односно транзитирања међународног долазног саобраћаја према операторима фиксне и мобилне мреже у Републици Србији. Цена терминације међународних и националних позива у мреже мобилних оператора се битно разликује, али на основу искуства држава ЕУ, на тржишту терминације позива тренд је да се цена терминације изједначава, независно од мреже из које позив потиче, као и независно од тога да ли се ради о националној или међународној терминацији.

3.2. Супституција на страни тражње – малопродајни ниво

Анализа супституције на страни тражње треба да покаже да ли ће корисник једне услуге прећи на другу сличну услугу код истог оператора као одговор на релативно повећање цене услуге коју користи или ће прећи на исту или сличну услугу код другог оператора који није повећао цене. На тај начин корисници ће утицати на оператора да врати цене на претходни ниво да не би изгубио кориснике, односно део тржишног учешћа.

Уговори о интерконекцији које оператори међусобно закључују на veleprodajном нивоу имају за циљ да омогуће да њихови крајњи корисници обављају несметану комуникацију са другим крајњим корисницима без обзира чији су они претплатници. Из тога следи да из тражње на малопродајном нивоу проистиче тражња на veleprodajном нивоу, односно пре анализирања супституције на veleprodajном нивоу треба сагледати супституцију на страни тражње на малопродајном нивоу.

Анализа супституције на страни тражње на малопродајном нивоу треба да покаже да ли су корисници у могућности да пређу на алтернативне услуге код истог или другог оператора у ситуацијама када се повећава цена позива према броју у мобилној мрежи. При томе треба имати у виду да цена позива коју крајњи корисници плаћају на малопродајном тржишту као свој саставни део садржи и цену терминације позива, коју њихови оператори морају да плате оператору корисника кога позивају.

Код позива упућеног према броју у мобилној мрежи могуће су две ситуације:

- Корисник који упућује позив и корисник који прима позив су претплатници различитих оператора;
- Корисник који упућује позив и корисник који прима позив су претплатници истог оператора.

Код разматрања првог случаја треба имати у виду да у Србији, као и у земљама окружења и Европске уније, важи принцип *Calling Party Pays* (СРР), који подразумева да страна која упућује позив плаћа целокупну цену позива, а тиме и цену терминације. Стога, ако један оператор повећава цену терминације, он тиме неће утицати на повећање трошкова својих корисника, већ на цену позива крајњег корисника другог оператора. Другим речима, нема директног притиска на цене оператора од стране његових крајњих корисника, јер повећање цене терминације утиче на повећање цена позива за крајњег корисника осталих оператора на тржишту.

У ситуацији када су корисник који упућује позив и корисник који прима позив претплатници истог оператора, такав позив почиње и завршава се у истој мрежи, а таква услуга се означава као услуга за сопствене потребе.

У случају позивања одређеног броја у мобилној мрежи, страна која упућује позив може то да учини из фиксне мреже, из мреже других мобилних оператора или из исте мобилне мреже. Имајући у виду расположиве пакете за кориснике на малопродајном тржишту, у зависности од тога из које од наведених мрежа се упућује позив, разликује се и цена коју корисник треба да плати, али ће у сваком случају тај позив завршити у мобилној мрежи.

На основу горенаведеног, сматра се да су позиви који терминирају у мобилној мрежи, независно од тога да ли потичу из фиксних мрежа, из других мобилних мрежа или из исте мобилне мреже, део истог тржишта. Другим речима, позиви који завршавају у конкретној мобилној мрежи, независно од тога из које мреже потичу, саставни су део истог тржишта терминације позива у мобилну мрежу.

3.2.1. Понашање стране која упућује позив и коришћење алтернативних услуга

У складу са поменутиим принципом СРР, страна која упућује позив сноси све трошкове позива, те се стога могућност преласка на алтернативне услуге проучава са аспекта ове групе корисника. Циљ је сагледати потенцијално понашање корисника који упућује позив у случају евентуалног повећања цене терминације позива на veleprodajном нивоу.

Цена за коју је заинтересован крајњи корисник је малопродајна цена коју плаћа свом оператору. Уколико дође до наглог пораста цене терминације која приморава њиховог оператора да повиси цене позива на малопродајном нивоу, тада се може очекивати

прелазак крајњих корисника на исте услуге код другог оператора који нуди ниже цене или на алтернативне услуге код истог или другог оператора, уколико оне постоје.

Као потенцијалне супституте, на чије коришћење крајњи корисници могу да пређу уколико дође до повећања цена терминације, односно последично до повећања малопродајне цене позива, Агенција разматра следеће алтернативне услуге:

1. Позиви упућени према бројевима у фиксним мрежама, и
2. SMS поруке.

1. Позиви упућени на бројеве у фиксним мрежама

Уместо да упути позив према мобилним бројевима, крајњи корисник би могао да упути позив према фиксним бројевима.

У посматраном периоду, цена терминације позива у фиксну мрежу је испод цене терминације позива у мобилну мрежу. Међутим, са становишта претплатника мобилне телефоније, у пакетима је предвиђена иста цена позива према другим мобилним мрежама и према фиксној мрежи, па овим корисницима позив према фиксном броју неког корисника не представља алтернативу којом ће моћи да омогуће себи јефтинију услугу.

Ову констатацију потврђују и подаци о односу позива упућеним према мобилним мрежама у односу на позиве упућене према фиксној мрежи који су остварени од стране корисника мобилне телефоније.

Према расположивим подацима који су добијени од оператора за 2007, 2008, 2009. и првих шест месеци 2010. године, преко 89% позива корисника сва три оператора заврши у мобилним мрежама, било у мрежама других мобилних оператора или у оквиру мреже истог мобилног оператора. При томе може да се уочи тенденција повећања броја позива између корисника истог оператора, због ценовне политике (нижа цена позива у оквиру сопствене мреже) коју воде оператори, као и проширења базе корисника.

Треба напоменути да јединствена цена позива ка фиксним и мобилним мрежама осталих оператора није последица исте цене терминирања у фиксну и мобилну мрежу, већ је последица ценовне политике мобилних оператора, тако да и када би се терминација позива у фиксну мрежу повећала или смањила, малопродајна цена услуге позива ка кориснику фиксне мреже би вероватно остала иста, јер различита цена терминације позива ни до сада није утицала на формирање цене на малопродајном нивоу.

Са становишта претплатника фиксне телефоније, позиви ка корисницима друге фиксне мреже су вишеструко јефтинији од цене позива ка корисницима мобилне мреже.

Међутим, позиви ка мобилним бројевима, са становишта корисника, имају одређене карактеристике и предности по којима се битно разликују од позива ка фиксним бројевима. Наиме, предност позива ка мобилним бројевима се огледа у томе што позив може да се оствари независно од тога где се корисник налази. С друге стране, позив ка фиксним бројевима је везан за тачно одређену локацију и уколико корисник није на тој локацији неће се остварити жељени позив. Такође, мобилни број је углавном лични број који користи један корисник, док се фиксни број обично односи на све чланове домаћинства.

На основу претходно наведеног, Агенција закључује да се позиви упућени према бројевима у фиксним мрежама не могу сматрати супститутима за позиве упућене према бројевима у мобилним мрежама.

2. SMS поруке

Поред услуге позива, корисници мобилне мреже у великој мери користе и услуге SMS порука, која, услед извесних ограничења, не могу да буду савршени супститут за услугу позива. Наиме, поруке имају ограничен број карактера (нумеричких и словних знакова по поруци) и не преносе се у реалном времену, јер подразумевају одређене паузе у комуникацији - време које је потребно да се порука напише и проследи, односно време које протекне док други корисник прими поруку и одговори на исту.

Сваки тарифни пакет нуди могућност корисницима да остварују позиве и да шаљу SMS поруке ка свим мрежама, те се стога може рећи да су ове услуге пре комплементи, него супститути.

На основу претходне анализе може се закључити да не постоји супституција на страни тражње на малопродајном нивоу. **Из тога следи да тражња за услугама терминације позива на veleprodajном нивоу проистиче из тражње за услугама позива у одређену мобилну мрежу и тражње за услугама за сопствене потребе када позив почиње и завршава у истој мрежи.**

3.3. Супституција на страни тражње – veleprodajни ниво

Сва три мобилна оператора нуде услугу терминације позива. Када корисник упути позив кориснику другог оператора тај позив мора да заврши у мрежи тог оператора, а оператор позивајућег корисника мора да плати цену терминације позива оператору чији је позвани корисник претплатник.

Супституцијом на страни тражње утврђују се заменљиви производи или асортиман производа на које би потрошачи могли лако да пређу у случају повећања цена. При утврђивању постојања заменљивости на страни тражње користе се елементи везани за претходно понашање оператора.

Уговор о интерконекцији између два оператора, у условима постојања конкуренције на тржишту, потписује се на захтев једне од страна, а уз пристанак друге стране. Како на тржишту мобилне телефоније постоји конкуренција (тренутно постоје три оператора мобилне и два оператора фиксне телефоније), јасно је да теоретски корисници једног оператора могу да остваре везу са корисницима другог оператора преко уговорене интерконекције са трећим (мобилним) оператором. Међутим, то би створило битне додатне трошкове оператору који пружа услугу (због трошкова транзитирања позива преко трећег оператора), тако да се може закључити да је на тржишту терминације позива у мобилну мрежу супституција на страни тражње ограничена, односно не постоји.

На основу претходно наведеног следи да се мрежа сваког оператора посматра као самостално тржиште и да супституција на страни тражње на veleпродајном нивоу не постоји.

3.4. Супституција на страни понуде – малопродајни ниво

Супституција на страни понуде показује да ли ће, у случају да један оператор повиси цену одређене услуге, други оператори који нису пружали ту услугу моћи одмах или у кратком року да понуде услугу, без значајних додатних трошкова.

Анализа супституције на страни понуде на малопродајном нивоу треба да покаже да ли у случају да одређени оператор повиси цену позива ка броју у мобилној мрежи, други оператор може преко своје мреже обезбедити позивање истог броја.

С обзиром на то да позвани корисник преко свог броја може да прима позиве искључиво преко мреже једног (свог) оператора и да остали оператори немају техничку могућност да пруже исту услугу за корисника друге мреже, сматра се супституција на страни понуде на малопродајном нивоу не постоји.

3.5. Супституција на страни понуде – veleпродајни ниво

Супституција на страни понуде показује да ли би, у случају да један оператор повиси цену терминације, други оператори могли да понуде терминацију до корисника другог оператора, без значајних додатних трошкова.

Као што је истакнуто код анализе супституције на страни понуде на малопродајном нивоу, пошто оператори немају техничку могућност да омогуће терминацију у мрежу другог оператора, односно да терминирају позив директно до корисника другог оператора, сматра се да не постоји супституција на страни понуде на veleпродајном нивоу.

Позив може да терминира само у мрежи оператора чији је корисник позван, а други оператор нема техничку могућност да понуди терминацију позива у своју мрежу тако да позив истовремено прими корисник неке друге мреже, што упућује на закључак да супституција на страни понуде на veleпродајном нивоу не постоји.

3.6. Мреже треће генерације - 3G

Услуге мрежа GSM (2G технологија) и UMTS (3G технологија) посматраће се као јединствено тржиште, с обзиром на то да корисници са мобилним телефонима који подржавају обе мреже најчешће не знају преко које од две мреже за приступ се услуга пружа, а чак је и евентуални прелазак из једне у другу мрежу у току разговора био неприметан. При томе не постоји разлика у цени за остваривање позива применом једне, односно друге технологије. Пошто је област покривености мрежом UMTS значајно мања од области покривености мрежом GSM, уколико мрежа UMTS није доступна, тада ни сервиси који су специфични за мрежу UMTS (нпр. видео позив, пренос података великим брзинама и др.) неће бити доступни, али ће се све остале услуге (говорни позиви, пренос података, SMS, MMS и др.) пружати путем мреже GSM.

На основу наведеног следи да, без обзира на то да ли је позив завршио на мобилном уређају који подржава технологију 2G или 3G, не постоји разлика између позива, те стога и једни и други позиви могу да се сматрају саставним делом истог тржишта.

3.7. Потенцијална конкуренција

Потенцијална конкуренција подразумева операторе са техничким и финансијским капацитетима који им омогућавају да поднесу додатне трошкове који се јављају приликом уласка на релевантно тржиште. Сама терминација позива у одређену мрежу одвија се у условима непостојања конкуренције, јер до корисника те мреже може да се дође само уз пристанак оператора који задржава ексклузивно право на дефинисање услова за приступ својим корисницима, изузев у случају оператора са ЗТС којем Агенција може да одреди цену терминације.

Може се закључити да на тржишту терминације позива у мобилној мрежи не постоји потенцијална конкуренција.

3.8. Географска димензија релевантног тржишта

Релевантно географско тржиште обухвата област у којој су заинтересовани привредни субјекти укључени у понуду и потражњу релевантних производа и услуга, у којој су услови конкурентности слични или довољно хомогени и која се може препознати као

различита од суседних области у којима су преовлађујући услови конкурентности знатно различити.

У сектору електронских комуникација географска област релевантног тржишта се традиционално утврђује на основу два главна критеријума:

- (a) Област коју покрива мрежа, и
- (b) Постојање правних или других регулаторних инструмената.

На основу ова два главна критеријума, географска тржишта могу да се поделе на локална, регионална, национална или тржишта која покривају територије две или више земаља.

Дефинисање географске покривености тржишта терминације позива зависи од типа услуге и техничко-технолошких услова за реализацију поједине услуге, и то:

- Услуге терминације националних позива у мобилној мрежи се пружају на националном нивоу, на целој територији Републике Србије. Терминација на националном нивоу подразумева интерконекцију на нивоу транзитне централе и омогућава доступност негеографских кодова додељених конкретном мобилном оператору.
- Услуге терминације долазних међународних позива се остварују већим делом на нивоу међународних централа фиксне мреже Телекома Србије, а онда се интерконекцијом са домаћим операторима омогућава повезивање са свим корисницима мобилних мрежа на територији Републике Србије. Мобилни оператори имају и директну интерконекцију са међународним операторима и остварују директну терминацију долазних међународних позива у своју мрежу.
- Услуге транзита националних позива остварују се на нивоу транзитних централа фиксне мреже, а технички постоји могућност да се у изузетним случајевима међуоператорски транзит врши и преко капацитета мобилне мреже, тако што се централа једне мобилне мреже користи за транзитирање позива упућених између корисника других мрежа. Овом услугом интерконекције омогућава се доступност свих корисника фиксне и мобилне мреже преко посредног оператора на целој територији Републике Србије.
- Услуге транзита међународних позива остварују се на нивоу међународних централа Телеком Србија. Од децембра 2008. године пружаоци услуга VoIP су у могућности да врше транзит међународних позива и исте терминирају у мреже других оператора. Овом услугом интерконекције омогућава се доступност свих корисника фиксне и мобилне мреже на целој територији Републике Србије.

Закључак је да veleпродајно тржиште терминације позива у мобилној мрежи припада јединственом тржишту Републике Србије.

3.9. Закључак о релевантном тржишту

Имајући у виду претходну анализу, Агенција је дефинисала следећа релевантна тржишта терминације позива у мобилној мрежи:

- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Телеком Србија независно од националне мреже из које позив потиче;
- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Telenor независно од националне мреже из које позив потиче;
- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Vip независно од националне мреже из које позив потиче.

Саставним делом идентификованих тржишта се сматрају позиви независно од тога да ли је позив завршио у мрежи 2G или 3G, као и позиви који почињу и завршавају у сопственој мрежи оператора.

Агенција одређује да наведена релевантна тржишта, у географској димензији, припадају националној територији Републике Србије.

4. АНАЛИЗА РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА

Циљ анализе тржишта је да се сагледа тржиште и да се утврди да ли постоје фактори који би спречили или нарушили конкуренцију, односно да ли постоје оператори са ЗТС.

Стога је након дефинисања релевантног тржишта неопходно испитати однос снага постојећих оператора како би се утврдило да ли неки оператор испуњава услове да буде проглашен за оператора са ЗТС. Према одредбама члана 61. Закона, оператор има значајну тржишну снагу на релевантном тржишту, ако сам или заједно са другим операторима има доминантан положај, односно положај који му омогућава да се у значајној мери понаша независно од конкурената, својих претплатника и, коначно, потрошача.

За испитивање односа снага на тржишту користиће се критеријуми за процену доминантне позиције оператора, препоручени од стране Европске комисије, а који су предвиђени и чланом 61. Закона.

Одредбе наведеног члана Закона предвиђају критеријуме за утврђивање како појединачне тако и заједничке тржишне снаге. Како нема доказа да су у посматраном периоду испуњени критеријуми за постојање заједничке тржишне снаге на овом тржишту, у наставку ће се разматрати само критеријуми за утврђивање појединачне значајне тржишне снаге.

4.1. Критеријуми за утврђивање појединачне значајне тржишне снаге

Списак критеријума који се могу узети у обзир код разматрања појединачне значајне тржишне снаге, у складу са одредбама члана 61. Закона, дат је у уводном делу у тачки 2.2, а избор критеријума зависи од карактеристика релевантног тржишта које се анализира.

За потребе анализе постојања значајне тржишне снаге на тржишту терминације позива у мобилној мрежи, као најзначајнији се истичу и анализирају следећи критеријуми:

1. Величина оператора и конкурената и тржишно учешће;
2. Контрола над инфраструктуром чији обим не може лако да се реплицира;
3. Технолошке предности;
4. Недостатак или низак ниво преговарачке моћи купаца;
5. Економија обима;
6. Недостатак потенцијалне конкуренције.

4.1.1. Величина оператора и конкурената и тржишно учешће

Тржишно учешће представља проценат са којим привредни субјект учествује у продаји одређеног производа или услуге на посматраном тржишту у одређеном временском периоду, и представља индикатор снаге које то предузеће има на посматраном тржишту.

У Смерницама Европске комисије, тржишно учешће није само по себи довољно како би се утврдило постојање значајне тржишне снаге на посматраном тржишту. Ипак мало је вероватно да ће оператор који нема значајно тржишно учешће на том тржишту имати значајну тржишну снагу. У Смерницама Европске комисије сматра се да оператор чије тржишно учешће није веће од 25% вероватно неће имати значајну тржишну снагу на релевантном тржишту. Насупрот томе, тржишно учешће које је веће од 50% је само по себи довољан доказ да оператор има значајну тржишну снагу, осим у изузетним случајевима.

Оператор са високим тржишним учешћем може се сматрати оператором са ЗТС уколико је његово тржишно учешће стабилно током одређеног временског периода. Уколико се тржишно учешће овог оператора постепено смањује, то може да значи да тржиште постаје конкурентније, али да и даље постоји оператор са ЗТС.

Специфичност тржишта терминације позива се огледа у томе да за позив упућен крајњем кориснику не постоји алтернатива, осим да позив заврши у мрежи оператора чији је корисник претплатник. **Из тога следи да сваки оператор има 100% тржишно учешће у својој мрежи, односно на релевантном тржишту.**

Телеком Србија, Telenor и Vip имају 100% учешћа на тржишту терминације позива у сопственој мобилној мрежи.

4.1.2. Контрола над инфраструктуром чији се обим не може лако реплицирати

Контрола инфраструктуре се односи на ситуацију када постоји један оператор који контролише (најчешће је то државни оператор) или има у власништву велику мрежу, чија се изградња не исплати ниједном конкуренту, односно не може лако да се дуплицира. То може да представља озбиљну баријеру за улазак на тржиште.

На посматраном тржишту, на крају периода обухваћеног анализом, сва три оператора располажу мрежом за приступ за пружање услуга јавне мобилне телекомуникационе мреже и услуге јавне мобилне телекомуникационе мреже у складу са стандардима GSM/GSM1800 и UMTS/IMT-2000.

Имајући у виду да се ради о велепродајном тржишту терминације позива у мобилној мрежи, као и да сва три оператора имају потпуну контролу над мрежом за приступ, следи **закључак да сва три оператора имају на располагању потребну инфраструктуру за пружање услуге терминације позива.**

4.1.3. Технолошке предности

Услуге интерконекције које оператори пружају обезбеђују се преко комутационих система на локалном и регионалном нивоу, система преноса, мреже оптичких каблова и канализационе инфраструктуре. Услуге терминације локалних, националних и међународних позива се врше преко међусобно повезаних дигиталних комутационих система. Комутациони системи су међусобно повезани системима преноса PDH (*Plesiosynchronous Digital Hierarchy*) и SDH (*Synchronous Digital Hierarchy*). **На тржишту интерконекције, односно терминације позива нема изразите технолошке предности или супериорности ни једног оператора.**

4.1.4. Недостатак или низак ниво преговарачке моћи купаца

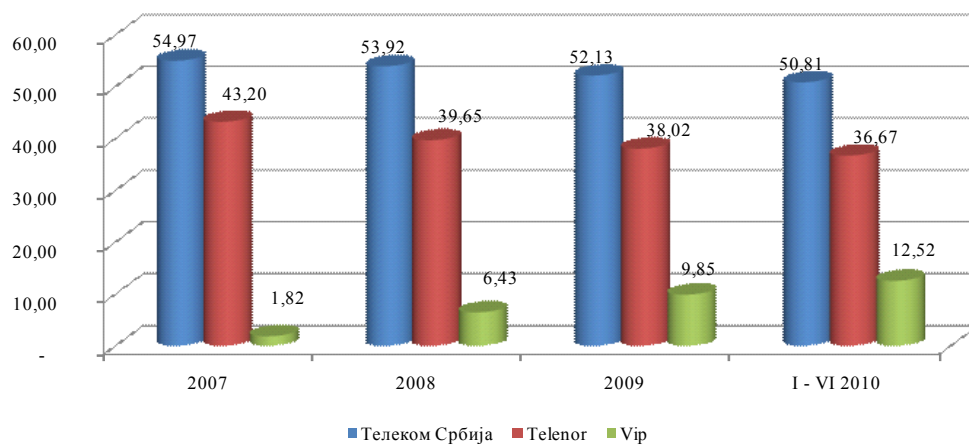
Одредбом члана 53. Закона, оператори су обавезни да преговарају у вези са захтевом за међусобно повезивање, а самим тим и о цени терминације саобраћаја у мобилну мрежу. Ако оператори не постигну договор у вези са међуповезивањем, односно приступом, у року од 60 дана од дана почетка преговора, као и када је то неопходно ради заштите интереса крајњих корисника или обезбеђивања интероперабилности електронских комуникационих мрежа и услуга, Агенција, на захтев заинтересоване стране или по службеној дужности, доноси решење којим се утврђује међуповезивање, односно приступ, укључујући и техничке и комерцијалне услове. Приликом доношења овог решења, потребно је водити рачуна о следећем:

- интересу корисника услуга,
- пружању широког спектра услуга корисницима,
- доступности технички и тржишно остваривих решења за тражено међусобно повезивање,
- потребе одржавања целовитости јавне телекомуникационе мреже,
- интероперабилности услуга, итд.

Оператор може да ограничи приступ својој мрежи и међусобном повезивању само у случају да је угрожена сигурност рада телекомуникационе мреже као и заштите података. Иако не постоје административне баријере на тржишту терминације, може се закључити да купац има ограничену преговарачку моћ по питању уговарања цене терминације саобраћаја у друге мреже, јер услови под којима му постају доступни корисници друге мреже потпуно зависе од оператора те мреже. Само уколико је оператор одређен као оператор са ЗТС, што отвара могућност да Агенција регулише цену терминације, ова зависност се умањује.

Постојање купаца са јаком преговарачком позицијом, који значајно могу утицати на конкуренцију, ограничава могућност оператора да се понаша независно од потрошача. Та моћ се најчешће огледа у значајном уделу купца у укупним приходима оператора, који је добро информисан о могућностима преласка код другог оператора, уз минималне трошкове или чак могућност производње релевантног производа или услуге у сопственој режији.

На veleпродајном тржишту терминације позива у улози купца налазе се оператори. Оператори који имају већи удео у броју терминираних минута у мрежи другог оператора имаће већу преговарачку моћ у односу на операторе који чине мањи проценат терминираних минута у мрежи тог другог оператора.

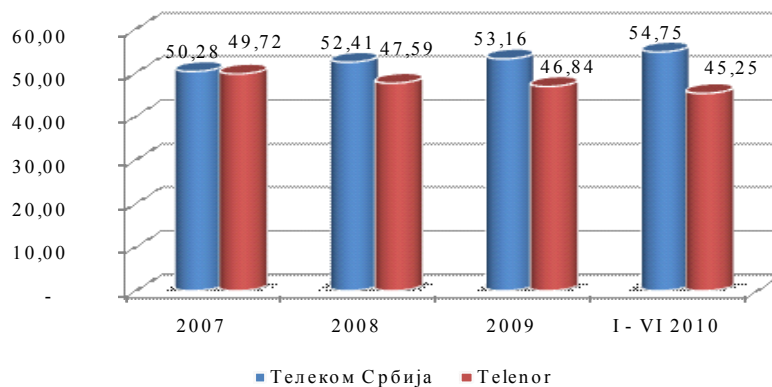


Слика 1. Тржишно учешће оператора у укупном броју минута који терминирају у националне мобилне мреже из свих националних мрежа - фиксних и мобилних (у %)

Извор: Упитници за тржиште терминације позива у мобилној мрежи

Напомена: Vip је почео са радом јула 2007. године.

Ради анализе преговарачке снаге мобилних оператора на релевантном тржишту треба сагледати међусобни однос долазног саобраћаја (минута) између ова три оператора.

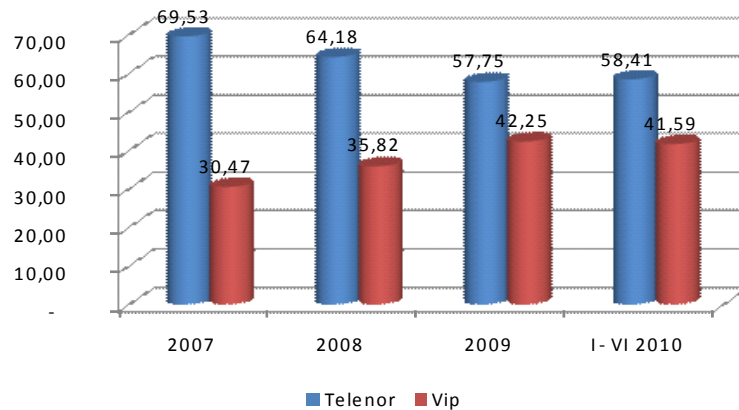


Слика 2. Упоредни преглед међусобног долазног саобраћаја између Телеком Србија и Telenor (у %)

Извор: Упитници за тржиште терминације позива у мобилној мрежи

У посматраном периоду може се уочити да је већи број позива упућен из мреже Telenor у мрежу Телеком Србија него у обрнутом смеру, као и да се ова разлика повећава из године у годину, али је све време испод 10%.

Имајући у виду кретања саобраћаја између Телеком Србија и Telenor, може се констатовати да је у погледу прихода и расхода по основу терминације позива Telenor током читавог периода имао веће расходе од прихода.

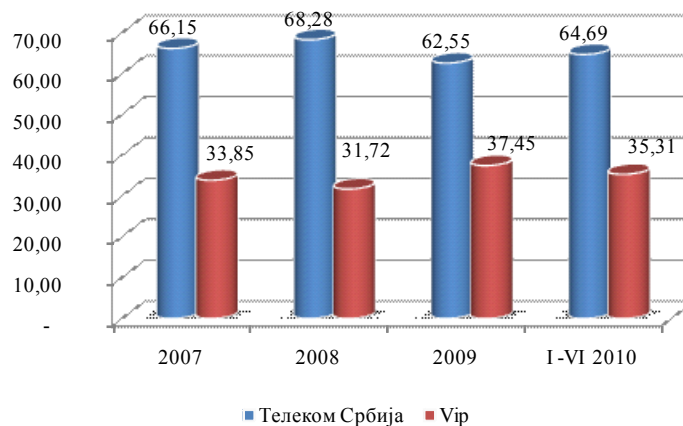


Слика 3. Упоредни преглед међусобног долазног саобраћаја између оператора Telenor и Vip (у %)

Извор: Упитници за тржиште терминације позива у мобилној мрежи

У посматраном периоду, већи број позива је упућен из Vip мреже у мрежу Telenor него у обрнутом смеру.

Имајући у виду кретања саобраћаја између Vip и Telenor, може се констатовати да је у погледу прихода и расхода по основу терминације позива Vip током читавог периода имао веће расходе од прихода.



Слика 4. Упоредни преглед међусобног долазног саобраћаја између Vip и Телеком Србија (у %)

Извор: Упитници за тржиште терминације позива у мобилној мрежи

У посматраном периоду већи број позива терминира из мреже Vip у мрежу Телеком Србија, него из мреже Телеком Србија у мрежу Vip, при чему се учешћа међусобног саобраћаја не мењају значајно током посматраног периода.

Имајући у виду кретања саобраћаја између Vip и Телеком Србија, може се констатовати да је у погледу прихода и расхода по основу терминације позива Vip током читавог периода имао веће расходе од прихода.

На основу претходно наведеног, може се закључити да Vip има најмањи проценат примљених позива у поређењу са преостала два мобилна оператора, те у складу са оваквим кретањем саобраћаја, Vip остварује најниже приходе по основу терминације. Овакво кретање саобраћаја је такође одраз мањег броја претплатника у корисничкој бази Vip у односу на преостала два оператора. Оваква ситуација је последица чињенице да је Vip последњи ушао на тржиште и да није имао изграђену мрежу, а са комерцијалним пружањем услуга је почео у јулу 2007. године.

4.1.5. Економија обима

Економија обима настаје када са повећањем обима пружања услуга долази до смањења просечних трошкова.

Пружање услуга терминације позива подразумева коришћење мреже чија изградња представља значајну, али неопходну инвестицију за оператора и огроман фиксни трошак на почетку пословања. У интересу оператора је да повећава обим пружених услуга и да по том основу оствари смањење фиксних трошкова по јединици, а тиме и смањење просечних трошкова.

Оператор који има већи број корисника, веће учешће у броју терминираних минута и код кога већи део одлазних позива заврши у сопственој мрежи, има могућност да смањи јединичне трошкове за услугу терминације позива.

Имајући у виду претходно наведено, у циљу утврђивања да ли оператори остварују економију обима сагледаћемо кретање одлазних минута унутар и изван мреже сваког мобилног оператора. Уколико већи број минута заврши у оквиру сопствене мреже, јединични трошак услуге за сопствене потребе је мањи. Овакав однос саобраћаја доноси додатну уштеду у трошковима по основу мањег број минута који завршава у мрежама осталих оператора, односно цене која се у том случају мора платити осталим операторима.



Слика 5. Однос одлазних позива у оквиру и изван мреже Телеком Србија (у %)

Извор: Телеком Србија (Упитник за тржиште терминације позива у мобилној мрежи)

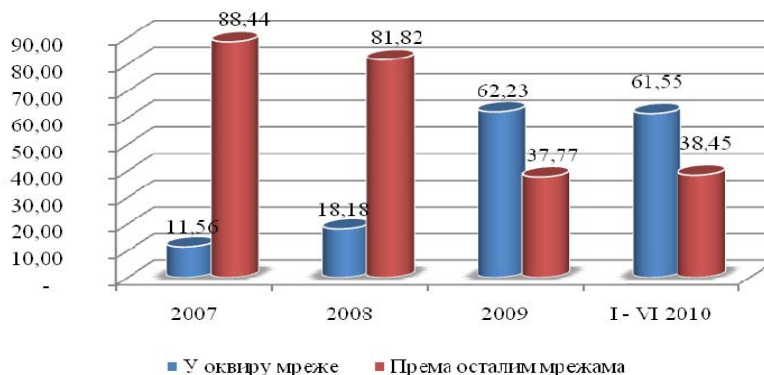
У посматраном периоду, Телеком Србија остварује економију обима с обзиром на то да је количина саобраћаја унутар мреже већа од саобраћаја према осталим мрежама и да показује растући тренд у периоду 2007-2009. година.



Слика 6. Однос одлазних позива у оквиру и изван мреже Telenor (у %)

Извор: Telenor (Упитник за тржиште терминације позива у мобилној мрежи)

У посматраном периоду Telenor остварује економију обима с обзиром на то да је количина саобраћаја унутар мреже већа од саобраћаја према осталим мрежама и да показује растући тренд.



Слика 7. Однос одлазних позива у оквиру и изван мреже Vip (у %)

Извор: Vip (Упитник за тржиште терминације позива у мобилној мрежи)

У посматраном периоду, Vip у прве две године није имао повољну ситуацију у погледу остваривања економије обима, али се ситуација поправља почев од 2009. године.

Посматрајући елементе који чине трошкове интерконеције (закуп интерконекционог вода, терминационе таксе, трошкове опреме и одржавања исте), намеће се закључак да би, са проширењем обима саобраћаја, цена интерконеције требало да пада.

4.1.6. Недостатак потенцијалне конкуренције

Сама терминација позива у одређену мрежу одвија се у условима непостојања конкуренције, јер до корисника те мреже се може доћи само уз пристанак оператора, који задржава ексклузивно право на дефинисање услова за приступ својим корисницима.

Може се закључити да на релевантном тржишту терминације позива у мобилну мрежу не постоји потенцијална конкуренција.

4.2. Закључак о процени постојања оператора са значајном тржишном снагом

На основу претходно наведених и анализираних критеријума за утврђивање значајне тржишне снаге на релевантном veleпродајном тржишту терминације позива у мобилној мрежи, Агенција закључује да су Телеком Србија, Telenor и Vip оператори са ЗТС.

5. ПРЕПРЕКЕ ЗА РАЗВОЈ ТРЖИШНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ

У овом делу биће представљене препреке за развој тржишне конкуренције које би се, у одсуству регулације, могле појавити на посматраном тржишту. Смисао идентификовања потенцијалних препрека за развој тржишне конкуренције је стварање основе за утврђивање обавеза које би спречиле настанак ових препрека, а све са циљем заштите интереса крајњих корисника.

Под препрекама за развој тржишне конкуренције сматра се такво понашање оператора са ЗТС које је усмерено на истискивање постојећих конкурената са тржишта, спречавања уласка нових конкурената на тржиште, као и свако понашање које штети интересима крајњих корисника.

При томе код утврђивања обавеза није неопходно да се злоупотреба ЗТС заиста и догодила, већ је довољно да постоји такав положај на тржишту који указује на ЗТС чијом злоупотребом би могле настати различите врсте препрека за развој тржишне конкуренције. Стога треба размотрити препреке које би се под одређеним околностима могле догодити како би се одредиле обавезе које би имале превентивно дејство у спречавању истих.

5.1. Преглед основних препрека за развој тржишне конкуренције

На основу регулаторне праксе европских земаља, препознате су и издвојене основне врсте понашања оператора са ЗТС које представљају препреке за развој тржишне конкуренције. Ова понашања су објављена у Документу European Regulatory Group (ERG) о примени одговарајућих обавеза (*Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, Final Version May 2006, ERG (06) 33*), при чему се ради о препрекама које се могу, али не морају појавити на сваком тржишту и у свакој ситуацији.

У поменутом Документу наведено је 27 препрека које се могу сврстати у четири основне групе:

1) Механизми вертикалног преношења тржишне снаге са једног на друго тржиште

Вертикално преношење тржишне снаге се може јавити у случају када је оператор присутан и на veleprodajном и на srodном maloprodajном тржишту. На veleprodajном нивоу нуде се услуге које су основа за пружање услуга на вертикално повезаном тржишту на maloprodajном нивоу.

Постоје различити облици вертикалног преношења тржишне снаге који се могу сврстати у три основне подгрупе:

- a) Одбијање договора/ускраћивање приступа
- b) Преношење тржишне снаге путем неценовних механизма, и то:
 - дискриминаторно коришћење информација или ускраћивање информација,
 - тактике одуговлачења,
 - везивање услуга,
 - неоправдани захтеви,
 - дискриминација квалитетом услуге,
 - стратешки дизајн производа,
 - неоправдано коришћење информација о конкурентима.
- c) Преношење тржишне снаге путем ценовних механизма, и то:
 - ценовна дискриминација
 - унакрсно субвенционисање
 - дампинг цене.

2) Механизми хоризонталног преношења тржишне снаге са једног на друго тржиште

Хоризонтално преношење тржишне снаге јавља се у ситуацији када оператор који послује на више различитих вертикално неповезаних тржишта, а на неком од тржишта има ЗТС, у одсуству регулације, преноси своју доминацију са једног тржишта на друго. Овакав вид хоризонталног преношења се може остварити између малопродајних, veleprodajних или између малопродајног и veleprodajног тржишта која нису вертикално повезана.

Регулаторна пракса у земљама Европске уније препознаје два типа хоризонталног преношења значајне тржишне снаге оператора:

- a) Везивање услуга,
- b) Унакрсно субвенционисање.

3) Значајна тржишна снага на појединачном тржишту

Овај критеријум се односи на постојање одређених околности које онемогућавају или у значајној мери отежавају потенцијалној конкуренцији улазак и ширење на релевантном тржишту. Постојање нижих баријера на тржишни раст и експанзију значи постојање активније конкуренције. Са друге стране, високе баријере при уласку на тржиште, умањују потенцијал развоја одређеног тржишта.

a) Постављање баријера за улазак на тржиште:

- стратешки дизајн производа,
- уговорни услови који повећавају трошкове преласка корисника,
- ексклузивно договарање,
- прекомерно инвестирање,
- дампинг цене.

b) Неконкурентско понашање везано за цене:

- превисоке цене,
- ценовна дискриминација.

c) Неефикасност/Непродуктивност:

- недовољно инвестирање,
- превисоки трошкови/неефикасност,
- низак ниво квалитета.

4) Завршавање (терминација) позива

Пружање услуга крајњим корисницима подразумева међуповезивање са другим операторима. Регулаторна пракса у земљама Европске уније препознаје четири препреке:

- превисоке цене,
- прећутни споразуми,
- ценовна дискриминација,
- одбијање договора / ускраћивање интерконекције.

5.2. Препреке за развој тржишне конкуренције на тржишту терминације позива

Имајући у виду претходни преглед, за потребе ове анализе као најзначајније за тржиште терминације позива се истичу и анализирају следеће препреке за развој тржишне конкуренције:

- 1) тактике одуговлачења,
- 2) дискриминација квалитетом услуге,
- 3) унакрсно субвенционисање,
- 4) превисоке цене,
- 5) прећутни споразуми,
- 6) ценовна дискриминација,
- 7) одбијање договора/ускраћивање интерконекције.

5.2.1. Тактике одуговлачења

Један од механизма преношења значајне тржишне снаге на неценовним основама су тактике одуговлачења (одлагања). Применом ове тактике оператор са ЗТС неће одбити пружање одређене veleпродајне услуге, али ће покушати да их пружи са закашњењем у односу на сопствено малопродајно тржиште односно повезана друштва.

У контексту терминације позива оператори могу покушати да одложе договор и потписивање уговора са новим операторима на тржишту како би сачували своје тржишно учешће на малопродајном тржишту и тиме ставили у неравноправан положај постојеће и потенцијалне конкуренте на малопродајном тржишту, јер би тиме пружање услуга било ограничено на комуникацију између сопствених корисника. При томе, на тржишту терминације позива период примене ове тактике је временски ограничен. Наиме, у складу са чл. 53 Закона оператори су обавезни да преговарају у вези са захтевом за међусобно повезивање, а самим тим и о цени терминирања саобраћаја у фиксну мрежу. Ако оператори електронских комуникација не постигну договор у вези са међуповезивањем, односно приступом, у року од 60 дана од дана почетка преговора, и када је то неопходно ради заштите интереса крајњих корисника или обезбеђивања интероперабилности електронских комуникационих мрежа и услуга, Агенција, на захтев заинтересоване стране или по службеној дужности, доноси решење којим се утврђује међуповезивање, односно приступ, укључујући техничке и комерцијалне услове.

5.2.2. Дискриминација квалитетом услуге

Постојећи оператори могу дискриминисати операторе тако што ће нудити нижи квалитет услуге интерконекције у односу на коришћење услуге за сопствене потребе. Исто тако може се јавити дискриминација у погледу брзине отклањања проблема у мрежи. Последице наведеног би трпели крајњи корисници новог оператора.

5.2.3. Унакрсно субвенционисање

Унакрсно субвенционисање, као механизам вертикалног преношења тржишне снаге, јавља се у ситуацији када оператор, у одсуству регулације, формира цену услуге изнад трошкова на оном тржишту где се испољава његова значајна тржишна снага, како би услугу на другим тржиштима понудио по цени која је формирана испод нивоа трошкова.

Оператори са ЗТС на релевантном тржишту могли да понуде услугу по цени која је изнад нивоа трошкова, док би на малопродајном тржишту нудили цене испод трошкова. На овај начин се остварује ситуација препозната као ценовно стезање маргине профита (*price squeeze*) где се од стране оператора са ЗТС директно увећавају

трошкови потенцијалних конкурената и њихове цене чине неконкурентним или мање конкурентним у односу на малопродајне цене сопствених услуга. Овакво поступање би довело до нарушавања ефикасне конкуренције као и до последичног истискивања других оператора са тржишта.

5.2.4. Превисоке цене

Уколико оператори имају склопљен уговор о интерконекцији, као проблем, који потенцијално угрожава конкуренцију на тржишту, се може јавити превисока цена терминације.

Како је утврђено да на тржишту терминације не постоји супституција позиву упућеном на број у тачно одређеној мрежи, и с обзиром да сваки оператор има 100% тржишно учешће у својој мрежи, сваки оператор има могућност да поставља цену на високом нивоу. Уз високе цене терминације доћи ће до повећања сопствених прихода, са једне стране, и повећање трошкови других оператора, са друге стране, које се може одразити и на малопродајне цене позива њихових корисника.

5.2.5. Прећутни споразуми

Прећутни споразуми су договори између оператора различитих облика. Углавном се јављају у виду одређивања реципрочних цена терминације позива између свих или одређених оператора мобилних мрежа. Најчешће се јављају између оператора са сличним тржишним учешћем, са симетричним саобраћајем између мрежа.

Оператори се могу договорити да цене терминације и цене позива на малопродајном нивоу буду високе. Исто тако, оператори се могу договорити да цене терминације буду високе, а да цене на малопродајном нивоу буду ниске чиме би ставили у неравноправан положај операторе које нису у договору. Оператори код оваквих договора наплаћују исту цену терминације невезано за договор чиме је искључена дискриминација на ценовној основи.

Међутим, прећутни договор може бити праћен и ценовном дискриминацијом. Оператори који су формирали прећутни споразум могу одредити ниже међусобне цене терминације, док би остали оператори плаћали вишу цену. На малопродајном тржишту оператори из споразума би могли да понуде ниже цене позива од оператора који су ван договора и који плаћају вишу цену терминације.

5.2.6. Ценовна дискриминација

Дискриминација на основу цене може имати различите облике, као што су разлике у цени за различите мобилне операторе, разлике у цени за различите фиксне операторе, разлике између цене за фиксне операторе и мобилне операторе.

Цена терминације у мобилну мрежу је иста, независно да ли позив потиче из фиксне или мобилне мреже осталих оператора за национални саобраћај.

5.2.7. Одбијање договора/ускраћивање интерконекције

Уколико не би постојала обавеза приступа у сврху интерконекције, постојећи оператори би могли да одбијају потписивање уговора са новим операторима који улазе на тржиште или су већ на тржишту. У случају непостојања уговора о интерконекцији, такви оператори би могли да пружају малопродајне услуге само у оквиру сопствене мреже, односно њихови претплатници не би били у могућности да комуницирају са претплатницима осталих оператора на тржишту.

У случају непостојања уговора о интерконекцији, у предности би били оператори са већим бројем корисника и код којих се највећи део саобраћаја остварује унутар сопствене мреже.

Уз постојећи однос снага, презентиран у претходном делу анализе, може се закључити да би у случају непостојања уговора, односно ускраћивања интерконекције од стране постојећих оператора, VIP био у неповољнијем положају у односу на преостала два оператора.

У том случају нови оператори би имали веома ограничене могућности почетка рада на тржишту.

6. ОБАВЕЗЕ ЗА ОПЕРАТОРЕ СА ЗНАЧАЈНОМ ТРЖИШНОМ СНАГОМ

Одредбама чл. 63. до 71. Закона дефинисане су обавезе оператора са ЗТС на релевантном тржишту. Закључком у поглављу 4. – Анализа релевантног тржишта, Агенција је закључила да су Телеком Србија, Telenor и Vip оператори са ЗТС на тржишту терминације позива у мобилној мрежи и да је, сходно томе, неопходно одредити одговарајуће обавезе.

На veleпродајном тржишту терминације позива у мобилној мрежи сваки оператор је оператор са ЗТС у својој мрежи и стога се сваком од њих одређују следеће обавезе:

Телеком Србија:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова за међуповезивање;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

Telenor:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова за међуповезивање;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

Vip :

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова за међуповезивање;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

6.1. Објављивање одређених података

У складу са одредбама члана 64. Закона, Агенција одређује операторима са ЗТС обавезу објављивања одређених података, која се посебно односи на:

- рачуноводствене податке,
- техничке спецификације,
- карактеристике мреже,
- услове понуде и коришћења (укључујући ограничења),
- рокове важења понуде и
- цене.

Агенција констатује да је Телеком Србија, Telenor и Vip, као операторима са ЗТС, неопходно наметнути обавезу објављивања одређених података, за veleпродајну услугу терминације позива, у облику Стандардне понуде за међуповезивање и приступ, посебно имајући у виду да се операторима уводи и обавеза недискриминаторног поступања.

Стандардна понуда мора да буде јасно дефинисана и у довољној мери рашчлањена на појединачне компоненте како би оператор корисник veleпродајне услуге терминације позива могао да користи и плаћа само за оне компоненте које су му потребне ради пружања услуге терминације позива својим корисницима.

Стандардна понуда за међуповезивање и приступ Телеком Србије, Telenor и Vip обавезно садржи следеће елементе:

- 1) Опис услуга које су предмет стандардне понуде за међуповезивање, примену и важење стандардне понуде, услове и начин наручивања услуге, поступак преговарања, одредбе од посебног значаја (нпр. поверљивост информација, пословна тајна, заштита интелектуалне својине), и сл.;
- 2) Цене, начин и услове одржавања услуге, као и ниво услуге која се пружа – SLA (*Service Level Agreements*);
- 3) Податке о мрежи и осталој инфраструктури који су неопходни за међуповезивање. Податке о интерфејсима, сигнализационим и осталим протоколима, синхронизацији, као и о свим осталим техничким условима који су неопходни за међуповезивање;
- 4) Цене међуповезивања, као и начин наручивања и преговарања око међуповезивања;
- 5) Тачке и начин међуповезивања, и услове за водове преко којих ће се извршити повезивање - интерконекиционе тачке и интерконекициони линкови.
- 6) Начине обрачуна плаћања и наплате и инструменте осигурања;
- 7) Квалитет услуге;

- 8) Одговорност обе стране, разграничење међусобних одговорности и начин надокнаде штете;
- 9) Поверљивост информација, пословне тајне и начин решавања спорова.

Поред обавезе објављивања стандардне понуде за међуповезивање и приступ, Телеком Србија, Telenor и Vip су у обавези да Агенцији, у односу на пружање релевантне услуге, достављају полугодишње извештаје са следећим индикаторима ефикасности (*Key Performance Indicators* - KPI):

- просечно време за успостављање вода за међуповезивање;
- просечно време отклањања кvara на воду за међуповезивање;
- податке који се односе на пружање услуге заједничког коришћења простора (колокације).

Агенција констатује да је оправдано наметнути Телеком Србија, Telenor и Vip обавезу да објављују одређене податке, јер се тиме осигурава да они, као оператори са ЗТС на релевантном veleпродајном тржишту, нуде услуге другим операторима под једнаким условима и истог квалитета као што то чине за сопствене потребе, односно за потребе повезаних лица или партнера. Обавеза Телеком Србија, Telenor и Vip да објављују одређене податке, омогућава операторима корисницима veleпродајне услуге терминације позива да, на основу транспарентно објављених услова оператора са ЗТС, дођу до закључка да ли су дискриминисани ценама, условима и роковима.

Обавеза објављивања одређених података чини још ефикаснијим остале обавезе које имају оператори са ЗТС на релевантном тржишту, а то се нарочито односи на обавезу недискриминаторног поступања и обавезу омогућавања приступа и коришћења елемената мреже и припадајућих средстава.

Без обавезе објављивања одређених података, Агенција не би на одговарајући начин могла да прати да ли оператор са ЗТС на релевантном тржишту спроводи обавезу недискриминаторног поступања. Обавеза објављивања одређених података је додатна обавеза усмерена ка уклањању препрека за развој конкуренције које су везане за дискриминацију на ценовној и дискриминацију на неценовној основи, имајући у виду да је све облике дискриминаторног поступања могуће утврдити само онда када су транспарентно објављени услови под којима оператор са ЗТС нуди услуге на релевантном veleпродајном тржишту.

Примена обавезе објављивања одређених података има за циљ да укаже и допринесе решавању антиконкурентских активности и препрека за развој конкуренције која се односе на праксу унакрсног субвенционисања, дискриминацију на ценовној основи и праксу препознату као ценовно истискивање маргине профита (*price squeeze*).

Стандардна понуда за међуповезивање је подложна изменама, у складу са технолошким променама и променама на тржишту, па оператор са ЗТС може сам да иницира њену измену.

Уколико стандардна понуда за међуповезивање не одговара условим на тржишту и обавезама из ове анализе, Агенција може да захтева њену измену.

Агенција констатује да обавеза објављивања одређених података не представља додатно оптерећење за Телеком Србија, Telenor и Vip, а да операторима корисницима пружа транспарентан увид у услове пружања veleпродајне услуге и тиме доприноси обезбеђивање конкуренције на релевантном тржишту.

6.2. Недискриминаторно поступање

У складу са одредбом члана 65. Закона, оператор са ЗТС је дужан да, другим операторима пружа услуге под једнаким условима и истог квалитета као што то чини за сопствене потребе, односно за потребе повезаних лица или партнера.

Агенција одређује Телеком Србија, Telenor и Vip, као операторима са ЗТС на veleпродајном тржишту терминације позива, обавезу недискриминаторног поступања, којом се обавезују да:

- обезбеде једнаке услове (пре свега у погледу цена, рокова и информација) при истим околностима за све операторе кориснике који пружају исте услуге;
- пружају услуге и податке операторима корисницима под истим условима и истог квалитета услуге који обезбеђују за сопствене потребе, потребе повезаних лица или партнера;
- достављају Агенцији уговоре склопљене на основу стандардне понуде за међуповезивање (интерконејкцију) у року од осам дана од дана потписивања истих.

Телеком Србија, Telenor и Vip, као оператори са ЗТС на релевантном тржишту, у одсуству регулације, могу да спроводе активности које се односе на пружање услуге терминације позива, а које су дискриминаторне у погледу услова, цена, квалитета и представљају препреке за развој делотворне конкуренције.

У одсуству обавезе, Агенција констатује да Телеком Србија, Telenor и Vip, као оператори са ЗТС, могу користити различите механизме на ценовној и неценовној основи како би отежали (или чак учинили немогућим) конкурентним операторима улазак на тржиште и рад, те из тих разлога сматра да је оправдано одредити обавезе недискриминаторног поступања.

Такође, Телеком Србија, Telenor и Vip могу да обрачунавају услуге терминације позива операторима корисницима по вишим ценама у поређењу са ценама које нуде свом малопродајном делу (за сопствене потребе), чиме умањују профите и истискују конкуренцију (операторе кориснике), што је пракса препозната као ценовно истискивање маргине профита конкуренције.

Поред преношења значајне тржишне снаге на ценовним основама, Телеком Србија, Telenor и Vip могу примењивати и антиконкурентске тактике одуговлачења, ускраћивања информација, инсистирања на неоправданим захтевима и дискриминаторно коришћење информација. Ове активности доводе у неравноправан положај операторе кориснике, чиме се спречава делотворна конкуренција.

Телеком Србија, Telenor и Vip су у обавези да доставе Агенцији уговоре закључене на основу стандардне понуде за међуповезивање (интерконекцију) у року од осам дана од дана потписивања истих. Захваљујући овој обавези Агенција је у могућности да увидом у уговоре о међуповезивању са различитим операторима корисницима, као и њиховим упоређивањем утврди да ли Телеком Србија, Telenor и Vip поштују обавезу недискриминаторног поступања и да ли пружају услуге под једнаким условима и истог квалитета као што то чине за сопствене потребе. У случају изостанка ове обавезе Агенција не би могла да реагује на одговарајући начин.

Обавеза недискриминаторног поступања и обавеза објављивања одређених података (стандардне понуде) се међусобно допуњују на шта указује одредба члана 64. став 2. Закона. Према поменутој одредби, оператор са ЗТС коме је одређена обавеза недискриминаторног поступања дужан је да, на захтев Агенције, објави стандардну понуду за међуповезивање и приступ.

Агенција констатује да обавеза недискриминаторног поступања не представља додатно оптерећење за Телеком Србија, Telenor и Vip, с обзиром на то да не узрокује додатне трошкове и нове процедуре, док Агенцији пружа упоредив увид у понашање оператора са ЗТС.

6.3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава

У складу са одредбом члана 67. Закона, у случају да се утврди да би ускраћивање приступа, неоправдано условљавање или слично ограничавање од стране оператора са ЗТС спречило развој конкуренције на малопродајном нивоу или угрозило интересе крајњих корисника, Агенција може оператору са ЗТС да наметне обавезу омогућавања приступа и коришћења елемената мреже и припадајућих средстава оператора са ЗТС, тако да се удовољи оправданим захтевима других оператора за приступ и коришћење одређених елемената мреже и припадајућих средстава.

На основу дела анализе који говори о препрекама које оператор са ЗТС може да постави одбијањем договора, односно ускраћивањем интерконекије и приступа, Агенција констатује да би ускраћивање приступа, неоправдано условљавање или слично ограничавање од стране оператора са ЗТС који контролише неопходну инфраструктуру, спречило развој конкуренције на малопродајном нивоу, што би на крају угрозило интересе крајњих корисника.

Поред тога, Агенција констатује да оператор са ЗТС може да користи и остале механизме спречавања конкуренције на ценовној и неценовној основи како би отежао (или чак учинио немогућим) осталим операторима улазак на релевантно тржиште и рад на тржишту.

Из наведених разлога, Агенција констатује да је операторима са ЗТС, Телеком Србија, Telenor и Vip, оправдано наложити следеће обавезе прописане одредбом члана 67. став 3. Закона: Из наведених разлога Агенција закључује да је операторима са ЗТС, Телеком Србија, Telenor и Vip, у складу са одредбама члана 67. став 3. Закона, оправдано наложити следеће обавезе да:

- 1) омогуће приступа одређеним елементима мреже и припадајућим средствима, укључујући приступ пасивним мрежним елементима који су везани за пружање veleпродајне услуге терминације позива;
- 2) преговарају у доброј вери са оператором који захтева приступ за услуге међуповезивања, и да у одговарајућем законом дефинисаном року, одговори на сваки разумни захтев за приступ оператору који захтева veleпродајну услугу терминације позива;
- 3) не укидају већ одобрени приступ елементима мреже и припадајућој инфраструктури;
- 4) пружање одређене услуге другим операторима под veleпродајним условима;
- 5) омогуће колокацију, односно други облик заједничког коришћења припадајућих средстава;
- 6) пруже услуге потребне за обезбеђивање интероперабилних услуга за повезивање крајњих корисника, укључујући и услуге интелигентних мрежа;
- 7) обезбеде међуповезивање мрежа и припадајућих средстава;

Телеком Србија, Telenor и Vip, као оператори са ЗТС, имају обавезу да преговарају у доброј вери са оператором који захтева приступ за veleпродајну услугу терминације позива, с циљем да у законском року постигну договор у вези са међуповезивањем. У одсуству ове обавезе, Телеком Србија, Telenor и Vip би могли да искористе своју значајну тржишну снагу и да спроводе тактике одуговлачења.

Приликом оцењивања разумности захтева за приступ, Телеком Србија, Telenor и Vip треба да се руководе принципом недискриминације и техничким могућностима сопствене мреже. Такође, Телеком Србија, Telenor и Vip не могу, приликом оцењивања

разумности захтева за међуповезивање, од оператора да захтевају услове и радње које су у супротности са обавезама које има оператор са ЗТС.

6.4. Контрола цена

С обзиром да су Телеком Србија, Telenor и Vip, за услуге у мобилној телефонији, оператори са ЗТС само на тржишту терминације позива у мобилној мрежи, односно постоји конкуренција на малопродајном нивоу на тржишту мобилне телефоније, Агенција констатује да је довољно наметање обавезе контроле цена применом методологије за утврђивање цена, на начин којим се обезбеђује ефикасност, одржава конкуренција и добробит потрошача, при чему се у обзир могу узети цене на упоредивим тржиштима.

Имајући у виду да су ова три оператора већ постигла договор о цени терминације у мобилну мрежу, и без посредства Агенције су потписали уговоре о интерконекцији, сматрамо да је за сада, као регулаторна обавеза, довољна само контрола цена, без увођења обавезе рачуноводственог раздвајања и рачуноводства трошкова. Међутим, Агенција ће континуирано пратити даље активности ових оператора на посматраном тржишту и, у тренутку када се за то укаже потреба, ревидирати наметнуте обавезе, односно увести и обавезе рачуноводственог раздвајања и рачуноводства трошкова.

7. ЗАКЉУЧАК

На veleпродајном тржишту терминације позива у мобилној мрежи на територији Републике Србије присутни су оператори Телеком Србија, Telenor и Vip.

У поступку дефинисања тржишта утврђено је да су релевантна тржишта:

- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Телеком Србија, независно од националне мреже из које позив потиче;
- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Telenor, независно од националне мреже из које позив потиче;
- Тржиште терминације позива у мобилној мрежи оператора Vip, независно од националне мреже из које позив потиче.

Анализом критеријума за утврђивање појединачне снаге закључено је да на тржишту терминације не постоји конкуренција и да сваки оператор има 100% тржишно учешће у сопственој мрежи. На основу анализираних критеријума (тржишно учешће, инфраструктура које се не може лако реплицирати, технолошке предности, јака преговарачка моћ купаца, економија обима, непостојање потенцијалне конкуренције) Агенција проглашава Телеком Србија, Telenor и Vip за операторе са ЗТС.

На основу појединачне снаге оператора и на основу могућих препрека које у одсуству регулације могу да се јаве на тржишту терминације позива, Агенција је дефинисала обавезе за сваког оператора.

За Телеком Србија:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова за међуповезивање;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

За Telenor:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова за међуповезивање;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.

За Vip:

1. Објављивање одређених података - стандардна понуда услова за међуповезивање;
2. Недискриминаторно поступање;
3. Омогућавање приступа и коришћење елемената мреже и припадајућих средстава;
4. Контрола цена.