



REPUBLIKA SRBIJA
REGULATORNA AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I POŠTANSKE USLUGE – RATEL
PALMOTIĆEVA 2
11103 BEOGRAD

U Novom Sadu, dana 07.10.2016. godine

PREDMET: Mišljenje o Izveštaju o analizi maloprodajnog tržišta javno dostupne telefonske usluge sa fiksne lokacije iz Juna 2016. godine

Obraćam Vam se ovim putem u ime privrednog društva BeotelNet-ISP DOO Beograd, Bulevar Vojvode 37, matični broj: 20141425, a po punomoćju koje dostavljam u prilogu.

Pre svega, ukazujemo na pogrešnu primenu Preporuke o relevantnim tržištima i uslugama Evropske komisije iz decembra 2007. godine (*Recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications network and services as 17 December 2007*).

Naime, na strani 8, u pretposlednjem pasusu, predmetnog Izveštaja, navodi se da **maloprodajno tržište javno dostupne telefonske usluge sa fiksne lokacije** nije definisano kao relevantno tržište u preporukama i direktivama Evropske komisije i Zakonu. U istom pasusu se navodi da je Agencija, iz tog razloga, primenila Test 3 (tri) kriterijuma, u skladu sa Preporukom o relevantnim tržištima i uslugama Evropske komisije iz decembra 2007. godine.

Međutim, pomenuta Preporuka u tački 1 preporuke predviđa da „u definisanju relevantnog tržišta odgovarajućeg nacionalnim okolnostima u skladu sa Članom 15(3) Direktive 2002/21/EC, nacionalna regulatorna tela treba da analiziraju tržišta usluga i proizvoda identifikovana u Aneksu te Preporuke“.

Aneks pomenute Preporuke u tački 1, u delu maloprodaje, navodi **pristup javnoj telefonskoj mreži sa fiksne lokacije za rezidentne i nerezidentne korisnike**.

Nejasno je kako Agencija nalazi da se maloprodajno tržište javno dostupne telefonske usluge sa fiksne lokacije ne podvodi pod pristup javnoj telefonskoj mreži sa fiksne lokacije za rezidentne i nerezidentne korisnike u maloprodaji.

Ključni elementi tog tržišta su u oba slučaja identični:

- Maloprodaja;
- Javno dostupna telefonska mreža/usluge;
- Fiksna lokacija.



Da li Agencija smatra da je pristup nerezidentnim korisnicima *diferentia specifica* tačke 1. Aneksa gore pomenute Preporuke? U suprotnom, maloprodajno tržište javno dostupne telefonske usluge sa fiksne lokacije je apsolutno *numerus clausus* obuhvaćeno Aneksom Preporuke o relevantnim tržištima i uslugama Evropske komisije iz decembra 2007. godine kao tržište koje podleže prethodnoj regulaciji, u kom slučaju Agencija nije ni trebala da pristupi Testu 3 (tri) kriterijuma.

Međutim, čak i ukoliko pođemo od stanovišta da maloprodajno tržište javno dostupne telefonske usluge sa fiksne lokacije nije obuhvaćeno Aneksom Preporuke o relevantnim tržištima i uslugama Evropske komisije iz decembra 2007. godine kao tržište koje podleže prethodnoj regulaciji, Agencija je pogrešno utvrdila činjenice prilikom primene Testa 3 (tri) kriterijuma, odnosno konkretno prilikom utvrđivanja ispunjenosti kriterijuma kretanja posmatranog tržišta.

Agencija je pogrešno utvrdila da se posmatrano tržište kreće u pravcu uspostavljanja konkurencije.

Činjenica da postoji povećanje broja pružaoca usluge fiksne telefonije ili drugih usluga kojima se mogu supstituisati usluge fiksne telefonije, ne znači i da se tržište kreće u pravcu uspostavljanja konkurencije, naročito imajući u vidu istovremeno zadržavanje udela Telekom Srbija u tom tržištu, odnosno skoro potpunu kontrolu tržišta od strane Telekom Srbija, koji je u 2014. godini, po broju pretplatnika preko POTS, imao 94% učešća.¹

Omogućavanje korisnicima da izvrše promenu operatera sa zadržavanjem pretplatničkog broja je u 2014. godini rezultiralo u promeni operatera od strane 41.513 pretplatnika² odnosno 1,56%, što se ne može smatrati dovoljnom pokretljivošću korisnika, koja bi indikovala konkurentno tržište.

Broj fiksnih pretplatnika na kraju 2015. iznosi 2,6 miliona (izvor: RATEL novosti od 27.07.2016). Za ove dve godine, otkako se prenose brojevi, preneto je ukupno 152.851 brojeva. Telekom u 2015. godini ima 2.440.000 pretplatnika (izvor: godišnji izveštaj Telekoma za 2015, strana 51). Dakle i pored postojanja fluktuacije korisnika, doduše ne u velikom obimu, Telekom Srbija je zadržao 94% učešća na tržištu fiksne telefonije.

Ovo iz razloga pružanja vezanih usluga, koje su međusobno uslovljene. Tako Telekom Srbija uslovljava korisnike ADSL-a da imaju uslugu Telekomove fiksne telefonske linije (problem nepostojanja „naked ADSL“ usluge o čemu smo se već obraćalu RATEL-u dopisom koji ste primili 02.03.2016. godine, a koji Vam dostavljamo u prilogu), što znači da potpuno raspolažu resursima svih telefonskih parica. Sam RATEL u svom izveštaju za 2015. godinu, na strani 60, navodi da je ADSL najdominantniji vid pristupa (725 hiljada priključaka, što je 45% od svih korisnika Interneta).

¹ Strana 20 Izveštaja

² Strana 18 Izveštaja



Posebno ističemo problematiku u delu analize koji se bavi supstitucijom na strani ponude, odnosno potencijalnom konkurencijom. U Izveštaju se navodi da kablovski operateri pokrivaju 930.000 domaćinstava infrastrukturom, što je 40% domaćinstava u Srbiji. Međutim, na strani 18 pominju se operateri koji pružaju uslugu fiksne telefonije, od kojih je nabrojano samo 8 kablovskih operatera (dva sa spiska su se utopila u SBB). Sa druge strane, u samom izveštaju RATEL o tržištu za 2015. godinu, na strani 60, kažu da ima 37 operatera kablovske televizije... Očigledno je da tek petina od ukupnog broja kablovskih operatera može da ponudi uslugu fiksne telefonije, tako da ta količina domaćinstava koja se navodi nije relevantna.

Pogrešan je zaključak agencije o postojanju potencijalne konkurencije koji je zasnovan samo na činjenici da postoji cenovni pritisak od strane alternativnih operatera na Telekom Srbija AD, jer isti nude JDTF uslugu u kombinovanom paketu zajedno sa KDS i Internet uslugama, po cenama koje su konkurentnije od cena JDTF usluge preko POTS, ali se ne navodi da Telekom Srbija nudi Box pakete, gde je uključena i mobilna telefonija, tako da ukupan trošak domaćinstva za telekomunikacione usluge (fiksna, mobilna, Internet, TV) nije nimalo nepovoljniji kod Telekoma kada se posmatra s tog aspekta.

Takođe, domašaj operatera prema korisnicima za nuđenje JDTF usluge u kombinovanom paketu zajedno sa KDS i Internet uslugama u odnosu na domašaj Telekom Srbija za JDTF usluge preko POTS izuzetno nizak. Telekom Srbija ima mogućnost „upliva“ na deo tržišta na kome se nalaze korisnici KDS i Internet usluga, ali alternativni operateri nemaju mogućnost „upliva“ na deo tržišta gde se nalaze ADSL korisnici, iz prethodno navedenih razloga.

Takođe, nejasno je kako to potencijalni broj pretplatnika JDTF usluge preko kablovske mreže premašuje 900.000, ako je u istom delu Izveštaja navedeno da postojeći operateri distribucije medijskih sadržaja preko kablovske mreže imaju pristup 930.000 pretplatnika, a u prethodnom delu Izveštaja je navedeno da je ulazak na posmatrano tržište ograničen strukturinim i ekonomskim barijerama. Ako se smatra da ulazak na tržište distribucije medijskih sadržaja preko kablovske mreže, onda je i ulazak na to tržište trebalo posebno obratiti.

Konačno, Agencija svoje stanovište zasniva na mogućnosti da operateri sa tržišta distribucije medijskih sadržaja preko svoje kablovske mreže svojim korisnicima **moгу** ponuditi i JDTF uslugu, što u definisanom periodu od 3 godine **može** dovesti do porasta broja pretplatnika JDTF usluge kod alternativnih operatera.

Međutim, trend je upravo drugačiji i tržište pokazuje izuzetno čvrste navike korisnika koji se izuzetno teško odlučuju za alternativne operatore, naročito u oblasti fiksne telefonije.

S tim u vezi, napominjeno da relevantnim kriterijum treba da utvrdi da li tržište ima karakteristike zbog kojih se tokom vremena neće kretati u pravcu uspostavljanja konkurencije. Dakle, nije dovoljno da postoji teoretska mogućnost za uspostavljanje konkurencije, već da postoje

**A D V O K A T
SINIŠA ČOLEVIĆ**

Sremska ul. 4/II, 21000 Novi Sad, Republika Srbija
Tel/fax: 021/4720-412, 4720-899; colevic@lawoffice.rs
www.lawoffice.rs



karakteristik tržiša koje vode ka uspostavljanju konkurencije, odnosno da postoji takav trend. Posmatrano tržište, zbog ustaljenih navika potrošača, ne kreće se u pravcu uspostavljanja konkurencije, već isključivo u pravcu održavanja tržišnog udela Telekom Srbija blizu 100%.

Imajući u vidu sve navedeno, predlažemo naslovnom organu da izvrši ponovne analize i revidira izveštaj tako što će ustanoviti da tržište ima karakteristike zbog kojih se tokom vremena neće kretati u pravcu uspostavljanja konkurencije.

Za BeotelNet-ISP DOO

**АДВОКАТ
СИНИША ЧОЛЕВИЋ**
НОВИ САД, Сремска 4/II
Тел./факс: 021/ 4720 412

Advokat Siniša Čolević, po punomoćju