

Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije  
Jurišićeva 13  
10 000 Zagreb

# **TRŽIŠTE JAVNO DOSTUPNE TELEFONSKE USLUGE U POKRETNIM ELEKTRONIČKIM KOMUNIKACIJSKIM MREŽAMA**

**Provođenje Testa tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a**

**- SADRŽAJ -**

<b>1. Sažeti pregled dokumenta (eng. <i>executive summary</i>) .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Uvod.....</b>	<b>5</b>
2.1. Europski regulatorni okvir za elektroničke komunikacije .....	5
2.2. Zakon o elektroničkim komunikacijama .....	6
2.3. Kronološki slijed aktivnosti .....	8
<b>3. Utvrđivanje mjerodavnog tržišta .....</b>	<b>11</b>
<b>4. Određivanje granica mjerodavnog tržišta za potrebe provođenja Testa tri mjerila.....</b>	<b>12</b>
4.1. Trenutno stanje na tržištu javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama .....	12
4.2. Mjerodavno tržište u dimenziji usluga.....	12
4.2.1. Zamjenjivost na strani potražnje .....	12
4.2.2. Zamjenjivost na strani ponude .....	16
4.3. Dodatni čimbenik koji utječe na određivanje mjerodavnog tržišta u dimenziji usluga.....	17
4.3.1. Mreže treće generacije (3G).....	17
4.4. Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji .....	18
4.5. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta .....	18
<b>5. Test tri mjerila .....</b>	<b>20</b>
5.1. Prvo mjerilo: prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode .....	20
5.1.1. Strukturne zapreke ulaska na tržište .....	21
5.1.2. Pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište .....	23
5.2. Drugo mjerilo: struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira.....	23
5.2.1. Zaključak.....	27
5.3. Treće mjerilo: primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.....	28
<b>6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji.....</b>	<b>30</b>
<b>7. Prilozi.....</b>	<b>31</b>
7.1. Prilog A – mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja .....	31
7.2. Prilog B – komentari na utvrđivanje mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare .....	31
7.3. Prilog C – komentari na Test tri mjerila i osvrt Agencije na navedene komentare.....	31

## 1. Sažeti pregled dokumenta (eng. *executive summary*)

Europske direktive implementirane su u hrvatsko zakonodavstvo kroz ZEK<sup>1</sup> koji je stupio na snagu dana 01. srpnja 2008. godine. ZEK, između ostalog, propisuje uvjete obavljanja elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga. Agencija<sup>2</sup> primjenom propisa koji se nalaze u ZEK-u osigurava uvjete za efikasno tržišno natjecanje odnosno omogućava jednake uvjete za sve operatore koji djeluju na tržištima elektroničkih komunikacija.

Temeljem članka 53. stavka 1. ZEK-a, Agencija utvrđuje mjerodavna tržišta podložna prethodnoj (*ex ante*) regulaciji, a vodeći računa o mjerodavnoj Preporuci Europske komisije iz članka 52. stavka 4. ZEK-a.

Temeljem članka 53. stavka 2. ZEK-a, Agencija je utvrdila tržište *javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama*<sup>3</sup> kao mjerodavno tržište na kojem je potrebno provesti Test tri mjerila kako bi se utvrdilo je li to mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji. Drugim riječima, navedeno tržište nije dio mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji, što znači da je potrebno provesti Test tri mjerila kako bi se utvrdilo je li tržište podložno prethodnoj regulaciji.

Agencija je, u provedbi postupaka iz članka 53. stavka 2. ZEK-a, osobito vodila računa o primjeni mjerodavnih Smjernica Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge<sup>4</sup>.

Ukoliko utvrdi da određeno mjerodavno tržište nije podložno prethodnoj regulaciji, Agencija donosi odluku o ukidanju svih prethodno određenih regulatornih obveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom te ne određuje nove regulatorne obveze.

Smisao procesa određivanja granica mjerodavnog tržišta je utvrditi ograničenja odnosno prepreke s kojima se na tržištu suočavaju operatori elektroničkih komunikacijskih mreža. U procesu određivanja mjerodavnog tržišta odnosno granica samog tržišta, Agencija je odredila dimenziju usluga i zemljopisnu dimenziju te na temelju rezultata provedene analize odredila da se mjerodavno tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama sastoji od sljedećih usluga:

- Pristup u pokretnoj mreži preko infrastrukturnog operatora ili operatora koji ne posjeduje vlastitu pristupnu infrastrukturu;
- Upućivanje poziva na zemljopisne brojeve;
- Upućivanje poziva na nezemljopisne brojeve (usluge s dodanom vrijednosti<sup>5</sup>);
- Upućivanje poziva na brojeve u pokretnim mrežama;
- Upućivanje poziva na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- Upućivanje poziva na međunarodne brojeve;
- Upućivanje poziva iz inozemstva (eng. *international roaming calls*);
- Slanje svih vrsta SMS poruka.

<sup>1</sup> Zakon o elektroničkim komunikacijama (NN 73/08)

<sup>2</sup> Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije (HAKOM)

<sup>3</sup> Agencija izraz *pokretne mreže* koristi kao skraćenicu za izraz *pokretne elektroničke komunikacijske mreže*

<sup>4</sup> OJ C 165/6; 11. srpnja 2002. godine

<sup>5</sup> Sukladno planu numeriranja

Također, Agencija je odredila da je mjerodavno tržište, u zemljopisnoj dimenziji, nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

Agencija je, nakon što je odredila granice mjerodavnog tržišta, provela postupak analize tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

Na temelju provedene analize tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a, Agencija je zaključila da tržište *javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama*, kao mjerodavno tržište, nije podložno prethodnoj regulaciji i to iz razloga što nisu istodobno zadovoljena sva tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a. Isto tako, navedeno tržište nije dio mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji, što znači da je i Europska komisija zaključila da na mjerodavnom tržištu nisu istodobno zadovoljena tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

Na temelju svega navedenog, a u skladu s člankom 53. stavkom 5. ZEK-a, Agencija je predložila ukidanje svih prethodno određenih regulatornih obveza T-Mobile-u i Vipnet-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na tržištu javne govorne usluge u pokretnoj mreži prema ZOT-u.

Sukladno članku 54. stavku 5. ZEK-a Agencija je zatražila mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja. Mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja o načinu na koji je Agencija odredila mjerodavno tržište i utvrdila operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu bit će sastavni dio ovog dokumenta.

## 2. Uvod

### 2.1. Europski regulatorni okvir za elektroničke komunikacije

Europska komisija je u ožujku 2002. godine usvojila četiri direktive koje predstavljaju regulatorni okvir iz 2002. godine na području elektroničkih mreža i komunikacijskih usluga, a peta direktiva, koja također predstavlja regulatorni okvir, usvojena je u listopadu 2002. godine. Prethodno navedene direktive su sljedeće:

- Direktiva 2002/19/EC Europskog parlamenta i Vijeća od dana 07. ožujka 2002. godine o pristupu i međusobnom povezivanju elektroničkih komunikacijskih mreža i pripadajućih dodatnih usluga („*Direktiva o pristupu*“);
- Direktiva 2002/20/EC Europskog parlamenta i Vijeća od dana 07. ožujka 2002. godine o ovlaštenju na području elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga („*Direktiva o ovlaštenju*“);
- Direktiva 2002/21/EC Europskog parlamenta i Vijeća od dana 07. ožujka 2002. godine o zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge („*Okvirna direktiva*“);
- Direktiva 2002/22/EC Europskog parlamenta i Vijeća od dana 07. ožujka 2002. godine o univerzalnoj usluzi i pravima korisnika vezanim uz elektroničke komunikacijske mreže i usluge („*Direktiva o univerzalnoj usluzi*“);
- Direktiva 2002/58/EC Europskog parlamenta i Vijeća o obradi osobnih podataka i zaštiti privatnosti u elektroničkom komunikacijskom sektoru („*Direktiva o privatnosti u elektroničkim komunikacijama*“).

Namjera direktiva Europske komisije je promicanje harmonizacije u području elektroničkih komunikacija u svim članicama Europske unije.

Na temelju prvog odlomka članka 15. Okvirne direktive (Direktiva 2002/21/EC), Europska komisija je usvojila:

- Preporuku (2003/311/EC) od dana 11. veljače 2003. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji<sup>6</sup>, koja je vrijedila do prosinca 2007. godine te je zamijenjena
- Preporukom (2007/879/EC) od dana 17. prosinca 2007. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji<sup>7</sup>.

Mjerodavna Preporuka iz veljače 2003. godine sadržavala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj regulaciji što znači da je Europska komisija zaključila da su na mjerodavnim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila), te na taj način utvrdila da su mjerodavna tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Europske unije. Prethodna

<sup>6</sup> OJ L 114/45; 08. svibnja 2003. godine

<sup>7</sup> OJ L 344/65; 28. prosinca 2007. godine

Preporuka o mjerodavnim tržištima izmijenjena je na način da umjesto 18 mjerodavnih tržišta, na temelju nove Preporuke o mjerodavnom tržištima, postoji 7 mjerodavnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o mjerodavnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulirati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila).

Intencija Preporuke o mjerodavnim tržištima je promicanje harmonizacije u području elektroničkih komunikacija na način da isti proizvodi i usluge budu predmet analize tržišta u svim članicama Europske unije. Međutim, nacionalna regulatorna tijela članica su ovlaštena i sama utvrditi da su pojedina tržišta, koja se razlikuju od popisa tržišta iz važeće Preporuke, podložna prethodnoj regulaciji, a ovisno o prilikama u svakoj pojedinoj zemlji, ali uz uvjet da se dokaže da su na tim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila).

## ***2.2. Zakon o elektroničkim komunikacijama***

Prethodno spomenute direktive implementirane su u hrvatsko zakonodavstvo kroz ZEK koji, između ostalog, propisuje uvjete obavljanja elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga. Agencija primjenom propisa koji se nalaze u ZEK-u osigurava uvjete za efikasno tržišno natjecanje odnosno omogućava jednake uvjete za sve operatore koji djeluju na tržištima elektroničkih komunikacija.

Agencija u provedbi postupka analize tržišta, koji je propisan člankom 52. ZEK-a, osobito vodi računa o primjeni mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji i o mjerodavnim Smjernicama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge.

Osnovni cilj postupka analize tržišta je utvrditi postoji li na određenom tržištu djelotvorno tržišno natjecanje ili na tom tržištu postoji operator ili više operatora koji imaju značajnu ili zajedničku značajnu tržišnu snagu. Na temelju rezultata provedene analize ili Testa tri mjerila, bit će određene, izmijenjene, zadržane ili ukinute regulatorne obveze navedene u člancima od 58. do 65. ZEK-a.

Regulatorni okvir iz 2002. godine, koji je implementiran u zemljama Europske unije i u hrvatskom zakonodavstvu kroz ZEK, propisuje postupak analize tržišta u tri koraka:

### *1. Prvi korak odnosi se na proces utvrđivanja mjerodavnih tržišta podložnih prethodnoj regulaciji u skladu s člankom 53. ZEK-a.*

Na temelju prvog odlomka članka 15. Okvirne direktive (Direktiva 2002/21/EC), Europska komisija je usvojila Preporuku od dana 11. veljače 2003. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji. Navedena mjerodavna Preporuka sadržavala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj regulaciji što znači da je Europska komisija zaključila da su na mjerodavnim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila) te na taj način utvrdila da su mjerodavna tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Europske unije.

Na temelju nove Preporuke od dana 17. prosinca 2007. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji, prethodna

Preporuka o mjerodavnim tržištima izmijenjena je na način da umjesto 18 mjerodavnih tržišta postoji 7 mjerodavnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o mjerodavnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulirati, ali na način da istodobno dokažu da su na tim tržištima zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila).

ZEK je u Republici Hrvatskoj stupio na snagu dana 01. srpnja 2008. godine, a u članku 52. stavku 4. je navedeno da će, u provedbi postupka utvrđivanja mjerodavnih tržišta podložnih prethodnoj regulaciji, Agencija osobito voditi računa o primjeni mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima. Obzirom da je mjerodavna Preporuka o mjerodavnim tržištima, Preporuka koja je stupila na snagu dana 28. prosinca 2007. godine i koja sadrži 7 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji, Agencija je u mogućnosti, bez dokazivanja da su kumulativno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila), prethodno regulirati samo tih 7 tržišta.

Isto tako, u skladu s člankom 53. stavkom 2. ZEK-a Agencija može odlukom utvrditi da su i druga mjerodavna tržišta, osim mjerodavnih tržišta iz Preporuke Europske komisije, podložna prethodnoj regulaciji, ako su na tim tržištima istodobno zadovoljena sljedeća tri mjerila:

1. prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira;
3. primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.

Međutim, u slučaju da su istodobno zadovoljena sva tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a, Agencija je u mogućnosti prethodno regulirati i preostalih 11 tržišta koja su bila sastavni dio stare Preporuke o mjerodavnim tržištima. Isto tako, Agencija je u mogućnosti prethodno regulirati i tržišta koja proizlaze iz ZOT-a<sup>8</sup> ili bilo koja druga tržišta koja su specifična za područje elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga u Republici Hrvatskoj, a ne proizlaze iz stare Preporuke o mjerodavnim tržištima ili ZOT-a.

Obzirom da tržište „*javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama*“, nije bilo sastavni dio niti stare niti nove Preporuke o mjerodavnim tržištima, Agencija može prethodno regulirati navedeno tržište jedino u slučaju da su istodobno zadovoljena tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

U slučaju da su zadovoljena prethodno navedena tri mjerila, Agencija će provesti postupak analize tržišta sukladno ZEK-u.

2. *U drugom koraku Agencija provodi analizu tržišta koja se sastoji od određivanja mjerodavnog tržišta i procjene postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom mjerodavnom tržištu u svrhu ocjene djelotvornosti tržišnog*

---

<sup>8</sup> Zakon o telekomunikacijama (NN 122/03, 158/03, 60/04 i 70/05) koji je u Republici Hrvatskoj bio na snazi do 01. srpnja 2008. godine, a temeljio se na Regulatornom okviru iz 1998. godine. Navedeni Zakon prepoznao je 4 mjerodavna tržišta: tržište međusobnog povezivanja, tržište iznajmljenih telekomunikacijskih vodova, tržište javne govorne usluge u nepokretnim mrežama i tržište javne govorne usluge u pokretnim mrežama.

*natjecanja na tom mjerodavnom tržištu u skladu s člankom 54. ZEK-a i člankom 55. ZEK-a.*

U svrhu određivanja mjerodavnog tržišta, određenim člankom 54. ZEK-a, Agencija će utvrditi dimenziju usluga i zemljopisnu dimenziju, vodeći osobito računa o mjerodavnim Smjericama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge te o mjerodavnoj pravnoj stečevini Europske unije iz područja tržišnog natjecanja.

Nakon što je odredila mjerodavno tržište, Agencija će, u suradnji s Agencijom za zaštitu tržišnog natjecanja, ocijeniti djelotvornost tržišnog natjecanja na tom tržištu.

Nakon ocjene djelotvornosti tržišnog natjecanja na tom tržištu Agencija će, u slučaju nedostatka djelotvornog tržišnog natjecanja, a sukladno članku 55. ZEK-a, procijeniti postoji li na tom mjerodavnom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom ili operatori sa zajedničkom značajnom tržišnom snagom.

- 3. Ako Agencija kroz analizu tržišta utvrdi nedostatnu djelotvornost tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu, Agencija će u trećem koraku donijeti, u skladu s člankom 55. ZEK-a, odluku o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom mjerodavnom tržištu, kojom će svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom odrediti najmanje jednu regulatornu obvezu iz članka 58. do 65. ZEK-a.*

*U slučaju da nisu zadovoljena sva tri mjerila, Agencija će ukinuti regulatorne obveze operatorima koji su imali status operator sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu.*

### **2.3. Kronološki slijed aktivnosti**

Vijeće Agencije je, nakon što je ZEK stupio na snagu dana 01. srpnja 2008. godine, na sjednici održanoj dana 09. srpnja 2008. godine donijelo Odluku<sup>9</sup> kojom se određuju operatori koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za određivanje i analizu tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu i Odluku<sup>10</sup> kojom se određuju operatori koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za utvrđivanje tržišta javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama i sve potrebne podatke za utvrđivanje tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža. Navedenim odlukama, Vijeće Agencije je odredilo da su slijedeći operatori<sup>11</sup> obvezni dostaviti sve potrebne podatke:

- Tele2 d.o.o., Ulica grada Vukovara 269 d, 10000 Zagreb;
- T-Mobile Hrvatska d.o.o., Ulica grada Vukovara 23, 10000 Zagreb;
- Vipnet d.o.o., Vrtni put 1, 10000 Zagreb.

Uzevši u obzir ZOT i ZEK koji se temelji na mjerodavnoj Preporuci Europske komisije o mjerodavnim tržištima, na veleprodajnoj razini u pokretnim mrežama postoje dva tržišta. Postoji tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih

<sup>9</sup> klasa: UP/I-344-01/08-01/1584; ur. broj: 376-11-08-01

<sup>10</sup> klasa: UP/I-344-01/08-01/1583; ur. broj: 376-11-08-01

<sup>11</sup> Operatori su poredani abecednim redom



mreža<sup>12</sup> te tržište završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu. Na maloprodajnoj razini postoji tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama.

U skladu s navedenim, a u cilju prikupljanja svih potrebnih podataka, Agencija je kreirala jedinstveni upitnik za operatore koji pružaju elektroničke komunikacijske usluge u pokretnim mrežama. Navedeni upitnik sastoji se od tri dijela. Prvi dio odnosi se na veleprodajnu razinu usluga započinjanja (originacije) poziva i SMS poruka, drugi dio se odnosi na veleprodajnu razinu usluga završavanja (terminacije) poziva i SMS poruka, a treći dio se odnosi na maloprodajno tržište u pokretnim mrežama. Podaci traženi u navedenom upitniku odnose se na vremensko razdoblje koje obuhvaća drugo polugodište 2005. godine, cijelu 2006. i 2007. godinu te prvo polugodište 2008. godine.

Obzirom da je Agencija, osim na temelju vlastitih pretpostavki te iskustava iz zemalja Europske unije, željela kreirati upitnike i u suradnji s operatorima pokretnih mreža održani je dana 03. srpnja 2008. godine sastanak sa svim operatorima pokretnih mreža.

Agencija je, sukladno odluci Vijeća Agencije od dana 09. srpnja 2008. godine, dana 16. srpnja 2008. godine operatorima pokretnih mreža poslala upitnike te navela da do dana 19. rujna 2008. godine dostave iste u pisanom i elektroničkom obliku.

Popis operatora elektroničkih komunikacijskih mreža čiji su podaci korišteni pri analizi tržišta javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama:

**Tablica 1. Zaprimanje upitnika – po operatoru**

<b>Naziv operatora elektroničkih komunikacijskih usluga</b>	<b>Vrsta operatora elektroničkih komunikacijskih usluga</b>	<b>Datum zaprimljenih podataka iz Upitnika</b>
Tele2 d.o.o.	operator pokretnih mreža	19. rujna 2008.
T-Mobile Hrvatska d.o.o.	operator pokretnih mreža	19. rujna 2008.
Vipnet d.o.o.	operator pokretnih mreža	19. rujna 2008.

Operatori pokretnih mreža su upitnik, kao što je i vidljivo iz prethodne tablice, dostavili u traženom roku. Međutim, s obzirom na važnost i značaj pokrenutog postupka, a u svrhu otklanjanja mogućih nejasnoća uz dostavljene podatke, Agencija je pozvala operatore pokretnih mreža na sastanak po slijedećem rasporedu:

- Dana 10. studenog 2008. godine – održan je sastanak s predstavnicima tvrtke Vipnet d.o.o.;
- Dana 11. studenog 2008. godine – održan je sastanak s predstavnicima tvrtke T-Mobile Hrvatska d.o.o.;
- Dana 11. studenog 2008. godine – održan je sastanak s predstavnicima tvrtke Tele2 d.o.o.

Na navedenim sastancima utvrđeni su dodatni podaci, koji nisu bili dostavljeni, a koje su operatori obvezni dostaviti. Agencija je dana 15. studenog 2008. godine uputila operatorima dopis te navela rok do dana 28. studenog 2008. godine za dostavu dodatnih podataka. ž

<sup>12</sup> Tržište 15 sukladno staroj Preporuci o mjerodavnim tržištima

---

Agencija je dana 28. studenog 2008. godine zaprimila dodatne podatke i/ili pojašnjenja od strane prethodno navedenih operatora, koji pružaju usluge u pokretnim mrežama, te nastavila detaljnu analizu mjerodavnog tržišta javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama.

### 3. Utvrđivanje mjerodavnog tržišta

Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije je nacionalna regulatorna agencija za obavljanje regulatornih i drugih poslova u okviru djelokruga i nadležnosti određenih ZEK-om. U okviru svojih nadležnosti, Agencija je zadužena za područje tržišnog natjecanja u elektroničkim komunikacijama te sukladno članku 53. stavku 1. i stavku 2. ZEK-a utvrđuje odlukom mjerodavna tržišta podložna prethodnoj regulaciji.

Temeljem članka 53. stavka 1. ZEK-a, Agencija utvrđuje mjerodavna tržišta podložna prethodnoj regulaciji, a vodeći računa o mjerodavnoj Preporuci Europske komisije iz članka 52. stavka 4. ZEK-a.

Isto tako, u skladu s člankom 53. stavkom 2. ZEK-a Agencija može odlukom utvrditi da su i druga mjerodavna tržišta, osim mjerodavnih tržišta iz Preporuke Europske komisije, podložna prethodnoj regulaciji, ako su na tim tržištima istodobno zadovoljena sljedeća tri mjerila:

1. prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira;
3. primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.

Sukladno članku 53. stavku 3. ZEK-a, Vijeće Agencije je Odlukom<sup>13</sup> odredilo operatore koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za utvrđivanje tržišta:

- **javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama.**

Navedeno tržište nije dio važeće Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji, niti je bila dio stare Preporuke o mjerodavnim tržištima što znači da je i Europska komisija zaključila da na mjerodavnom tržištu nisu istodobno zadovoljena tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

Utvrđivanje mjerodavnog tržišta predstavlja temelj za provođenje testa tri mjerila te, u slučaju da su isti kumulativno zadovoljeni, i provođenja analize tržišta, koja se sastoji od određivanja mjerodavnog tržišta i procjene postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu te određivanja regulatornih obveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom, a što je detaljno obrađeno u poglavljima koji slijede.

<sup>13</sup> klasa: UP/I-344-01/08-01/1584; ur. broj: 376-11-08-01

## 4. Određivanje granica mjerodavnog tržišta za potrebe provođenja Testa tri mjerila

Smisao procesa određivanja mjerodavnog tržišta je utvrditi ograničenja odnosno prepreke s kojima se na tržištu suočavaju operatori elektroničkih komunikacijskih mreža i/ili usluga.<sup>14</sup> U procesu određivanja mjerodavnog tržišta odnosno granica samog tržišta, Agencija je obvezna odrediti dimenziju usluga i zemljopisnu dimenziju, vodeći osobito računa o mjerodavnim Smjernicama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage te o mjerodavnoj pravnoj stečevini Europske unije iz područja tržišnog natjecanja.

Pri određivanju mjerodavnog tržišta odnosno dimenzije usluga i zemljopisne dimenzije polazi se od utvrđivanja zamjenjivosti ponude i zamjenjivosti potražnje. Zamjenjivosti ponude i potražnje moguće je utvrditi pomoću testa hipotetskog monopola, pomoću kojeg je potrebno ocijeniti kako će korisnici i konkurencija reagirati ako dođe do malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena<sup>15</sup>.

### 4.1. Trenutno stanje na tržištu javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama

Tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama je naziv navedenog tržišta po ZEK-u. Na temelju ZOT-a navedeno tržište se zvalo tržište javne govorne usluge u pokretnim telekomunikacijskim mrežama. Sukladno odredbama ZOT-a, na navedenom tržištu su operatorima sa znatnijom tržišnom snagom proglašeni T-Mobile i VIPnet. Iako su navedena dva operatora proglašena operatorima sa znatnijom tržišnom snagom, jedini mogući način regulacije, sukladno odredbama ZOT-a, je bila naknadna (*ex-post*) regulacija cijena navedenih operatora. Navedenu činjenicu Agencija naglašava iz razloga što je zakonodavac prilikom donošenja ZOT-a, predvidio blagi način regulacije, za razliku od regulacije cijena javne govorne usluge u nepokretnim mrežama gdje je operator sa znatnijom tržišnom snagom bio dužan ishoditi prethodnu suglasnost Agencije za maloprodajne cijene.

Agencija je, i pored blage regulacije, u samo jednom slučaju reagirala rješenjem o izmjeni cijena i to u slučaju operatora Vipnet-a i tarifne opcije pod nazivom „Opcija fiksna“.<sup>16</sup>

### 4.2. Mjerodavno tržište u dimenziji usluga

#### 4.2.1. Zamjenjivost na strani potražnje

Učinci zamjenjivosti na strani potražnje na maloprodajnoj razini predstavljaju učinke zamjenjivosti javno ponuđenih elektroničkih komunikacijskih usluga na mjerodavnom tržištu zbog kojih korisnici mogu odgovoriti na povećanje cijene jedne usluge prelaskom na potrošnju druge usluge ili drugih zamjenjivih usluga kod ostalih operatora na mjerodavnom tržištu. Drugim riječima, zamjenjivost na strani potražnje događa se u trenutku kada korisnik

<sup>14</sup> Naznačeno je i/ili usluga iz razloga što na tržištu mogu postojati operatori koji obavljaju samo djelatnost elektroničkih komunikacijskih usluga (npr: MVNO operatori)

<sup>15</sup> U testu hipotetskog monopola malo, ali značajno trajno povećanje cijena odnosi se na podizanje cijene usluga od 5% do 10%.

<sup>16</sup> Klasa: UP/I-344-01/06-01/489, Ur.broj: 376-05-02-05,

određene usluge prelazi na druge zamjenjive usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi.

U teoriji, ako operator koji nudi uslugu poveća cijenu te usluge korisnici su u mogućnosti preći na zamjenske usluge kod drugih operatora te operatora koji je povisio cijenu svojih usluga prisiliti da cijene vrati na razinu na kojoj su bile iz razloga što će u suprotnom početi gubiti korisnike, a samim time i tržišni udjel. Primjena prethodno navedenog argumenta ovisi o snazi zamjenjivosti na strani potražnje odnosno što je zamjenjivost na strani potražnje jače izražena operatori su više ograničeni u mogućnosti da povise cijenu usluga koje nude svojim korisnicima.

U ovom poglavlju Agencija određuje granice tržišta javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama i to na način da utvrdi postoji li zamjenjiva usluga usluzi poziva iz pokretnih mreža.

Krajnji korisnici pristup pokretnim mrežama, s ciljem korištenja usluga, ostvaruju kupnjom SIM kartice od odabranog pristupnog operatora. SIM kartica, osim pristupa mreži, krajnjim korisnicima omogućava i upućivanje svih vrsta odlaznih poziva obzirom da krajnji korisnici ne žele biti ograničeni u vrsti poziva koju žele uputiti. Korisnik, koji želi uputiti poziv iz pokretne mreže, prvenstveno mora ostvariti pristup pokretnoj mreži na način da postane korisnik s pretplatničkim odnosom (eng. *post-paid customer*) ili korisnik bez pretplatničkog odnosa (eng. *pre-paid customer*). Korisnik od odabranog pristupnog operatora dobiva prethodno navedenu uslugu odnosno uslugu koja uključuje pristup mreži i mogućnost odlaznih poziva, neovisno radi li se o operatoru pokretnih mreža (eng. *MNO*), virtualnom pokretnom operatoru (eng. *MVNO*) ili operatoru koji izgrađuje vlastitu mrežu, a za to vrijeme koristi uslugu nacionalnog roaminga.

Na temelju navedenog, operatori pokretnih mreža u Republici Hrvatskoj T-Mobile, Vipnet i Tele2 ne nude odvojeno usluge pristupa mreži i usluge odlaznih poziva iz čega proizlazi da krajnji korisnik odabirom bilo kojeg tarifnog paketa/usluge automatski dobiva mogućnost pristupa mreži i upućivanja svih vrsta odlaznih poziva. Iz navedenog proizlazi da krajnji korisnici i ne žele navedene usluge kupovati odvojeno odnosno da korisnici uslugu pristupa i uslugu poziva promatraju kao integrirane usluge i s tehničkom i s ekonomskog gledišta.

Nadalje, krajnji korisnik u slučaju odabira pretplatničkog tarifnog paketa određeni fiksni iznos plaća kroz mjesečnu pretplatu, a drugi dio plaća kroz upućivanje odlaznih poziva po minuti razgovora ovisno o mreži i vrsti poziva koji je uputio. U slučaju da je krajnji korisnik pristup mreži ostvario bez pretplatničkog odnosa cijeli iznos za pristup mrežu je zapravo „prebačen“ u mogućnost upućivanja poziva na način da su maloprodajne cijene poziva više nego kod poziva koji upućuju krajnji korisnici koji imaju pretplatnički odnos.

U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore u podizanju cijene svojih usluga. Posljedično, navedeno povećanje cijene za operatore neće biti profitabilno iz razloga što viši prihod od maloprodajnih cijena neće pokriti gubitke koji će nastati zbog manje baze korisnika odnosno prelaska vlastitih korisnika na ostale operatore pokretnih mreža koji posluju na tržištu.

Na temelju prethodno navedenog, vidljivo je da su pristup mreži i usluga odlaznih poziva sastavni dio istog tržišta.

Temeljem svega prethodno navedenog vidljivo je da se maloprodajne usluge pristupa i poziva (javno dostupna telefonska usluga u pokretnim mrežama) odnose na pristup i sve vrste poziva krajnjeg korisnika iz javne pokretne mreže, a to su:

- Pristup u pokretnoj mreži preko infrastrukturnog operatora ili operatora koji ne posjeduje vlastitu pristupnu infrastrukturu;
- Upućivanje poziva na zemljopisne brojeve;
- Upućivanje poziva na nezemljopisne brojeve (usluge s dodanom vrijednosti);
- Upućivanje poziva na brojeve u pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama;
- Upućivanje poziva na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- Upućivanje poziva na međunarodne brojeve;
- Upućivanje poziva iz inozemstva (eng. *international roaming calls*);

Sve gore navedene vrste poziva za krajnjeg korisnika nisu međusobno zamjenjive usluge, već ih se gleda kao cjelinu, odnosno gleda ih se sa stajališta mogućnosti da krajnji korisnik nekog operatora, ostvarivanjem pristupa mreži kod nekog od operatora, ima mogućnost ostvariti sve gore navedene vrste poziva.

Slijedom navedenog, Agencija je razmotrila i druge načine komunikacije kao moguće zamjenske usluge pozivima iz pokretnih komunikacijskih mreža te razmotrila je li se sve prethodno navedene vrste poziva i eventualne zamjenske usluge, koje su objašnjene niže u dokumentu, odnose na poslovne i rezidencijalne korisnike te korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa.

**a) Pozivi započeti u nepokretnim mrežama kao zamjenska usluga pozivima započetim u pokretnim mrežama**

U slučaju da određeni operator pokretnih mreža povisi maloprodajne cijene pristupa i usluge poziva, krajnji korisnik će biti prisiljen potražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno spomenute usluge.

Potencijalna zamjenska usluga bi mogla biti usluga poziva kod operatora nepokretnih mreža. Međutim, pozivi s fiksnih brojeva ignoriraju osnovni princip mobilnih brojeva, a to je da su oni po svojoj prirodi *mobilni* odnosno nisu vezani za točno određenu lokaciju. Drugim riječima, operatori nepokretnih javnih telefonskih mreža omogućavaju krajnjem korisniku pristup mreži i upućivanje poziva samo na lokaciji fiksnog telefona odnosno fiksnoj lokaciji dok operatori pokretnih mreža krajnjem korisniku omogućavaju pristup mreži i mogućnost upućivanja poziva neovisno o lokaciji. Isto tako, krajnji korisnici žele imati pristup mreži operatora pokretnih mreža neovisno što već imaju pristup mreži preko operatora nepokretne mreže.

U skladu s prethodno navedenim, stajalište Agencije je da se pozivi s fiksnih brojeva *ne mogu smatrati* zamjenskom uslugom pozivima s mobilnih brojeva odnosno da krajnji korisnik u slučaju povećanja cijena neće uslugu poziva iz pokretnih mreža zamijeniti uslugom poziva iz nepokretnih mreža.

## b) SMS usluge

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

- *SMS poruka može prenijeti limitirani broj znakova po poruci (160 alfanumeričkih znakova);*

Obzirom da u Republici Hrvatskoj prosječan razgovor po korisniku traje oko tri minute, Agencija je mišljenja da 160 znakova u poruci ne može biti zamjenska usluga prosječnom razgovoru koji traje oko tri minute.

- *SMS poruke ne prenose se u realnom vremenu;*
- *Kod prijena SMS poruke, za razliku od govornih poziva, postoji kašnjenje u prijenosu obzirom da se prijenos SMS poruke odvija po principu „pohrani i prosljedi“.*

Na temelju prethodno navedenih razlika vidljivo je da će korisnik u određenim slučajevima poput dužih konverzacija koristiti poziv umjesto SMS poruka. Iz navedenog je vidljivo da se navedene usluge ne mogu smatrati zamjenskom uslugom.

Operatori pokretnih mreža u Republici Hrvatskoj nude SMS poruke korisnicima s pretplatničkim odnosom ili korisnicima bez pretplatničkog odnosa unutar svih tarifnih paketa zajedno s govornim uslugama. Drugim riječima, svaki korisnik operatora pokretnih mreža ima mogućnost i uputiti poziv i poslati SMS poruku.

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

## c) Neupravljeni pozivi putem internetskog protokola (VoIP) kao zamjenska usluga pozivima započetim u pokretnim mrežama

Usluga prijena govora putem internetskog protokola (VoIP), obuhvaća sve vrste prijena govora putem internetskog protokola, a koje mogu biti upravljane i neupravljanje.

U slučaju „nevođenih/neupravljanih“ (eng. *non-managed*) poziva govori se o usluzi prijena govora koja se pruža putem Internet protokola, ali koja u isto vrijeme u jednom svom dijelu prolazi kroz javni internet (eng. *VoI*) i kao takva nema zagarantiranu kvalitetu.

Prilikom analize zamjenjivosti potražnje na maloprodajnoj razini važno je napomenuti da navedena usluga nema zagarantiranu kvalitetu pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvaliteti javno dostupne telefonske usluge u pokretnoj mreži, i kao takva *ne predstavlja zamjensku uslugu* pozivima započetim u pokretnim mrežama.

## d) Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici

Iako svi postojeći operatori pokretnih mreža T-Mobile, Vipnet i Tele2 nude tarifne pakete za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa, po mišljenju

Agencije nije moguće razlikovati koji se tarifni paketi odnose na rezidencijalne, a koji na poslovne korisnike. Isto tako, i rezidencijalni i poslovni korisnici u mogućnosti su kupovati/koristiti tarifne pakete za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa te prelaziti s jednih tarifnih paketa na druge bez ili s vrlo malom dodatnom naknadom. U skladu s navedenim, Agencija će rezidencijalne i poslovne korisnike promatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

**e) Usluge za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa**

U Republici Hrvatskoj postoji znatno više korisnika bez pretplatničkog odnosa nego s pretplatničkim odnosom iako je maloprodajna cijena poziva viša kod tarifnih paketa za korisnike bez pretplatničkog odnosa nego s pretplatničkim odnosom. Međutim, osnovni razlog za prethodno navedenu činjenicu je u tome što kod tarifnih paketa bez pretplatničkog odnosa korisnici imaju potpuno kontrolu troškova i ne primaju račun za obavljene usluge elektroničkih komunikacija.

U slučaju hipotetskog povećanja cijena u tarifnim paketima bez pretplatničkog odnosa korisnici će prelaziti na tarifne pakete s pretplatničkim odnosom iz razloga što je korist od nižih cijena na tarifnim paketima s pretplatničkim odnosom veća od štete što korisnik nema potpuno kontrolu nad svojim troškovima. Nadalje, navedeno je također moguće iz razloga što ne postoji razlika u kvaliteti usluge između tarifnih paketa s pretplatničkim odnosom i tarifnih paketa bez pretplatničkog odnosa obzirom da se pružaju preko iste infrastrukture.

**4.2.2. Zamjenjivost na strani ponude**

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

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

Temeljem prethodnog navedenog Agencija je mišljenja da usluge pristupa mreži i upućivanja poziva treba promatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

**a) Pozivi započeti u nepokretnim mrežama kao zamjenska usluga pozivima započetim u pokretnim mrežama**

U slučaju da operatori pokretnih mreža hipotetski povise za 5% do 10% cijenu mobilnih poziva potrebno je razmotriti mogućnost mogu li postojeći operatori nepokretnih mreža započeti nuditi mobilne usluge. Po mišljenju Agencija, a uzevši u obzir ulaganja u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza navedena zamjenjivost se neće ostvariti.



## b) SMS usluge

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

Međutim, obzirom da operatori svoje usluge nude kao povezane proizvode kako bi privukli korisnike u vlastitu mreži, mogućnost pojave zamjenjivosti na individualnim osnovama je vrlo mala.

Temeljem prethodnog navedenog Agencija je mišljenja da govorne usluge u SMS poruke treba promatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

## c) Usluge za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa

U slučaju da jedan od operatora na tržištu hipotetski poveća cijene usluga za korisnike bez pretplatničkog odnosa, ostali operatori koji nude usluge za korisnike bez pretplatničkog odnosa mogu vrlo lako ponuditi usluge po cijenama iz kojih će biti vidljivo da operator koji je povisio cijene svojih usluga neće od toga uspjeti profitirati. Također, u slučaju da neki operator ne nudi usluge bez pretplatničkog odnosa moći će u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi po atraktivnijoj cijeni usluge bez pretplatničkog odnosa. Međutim u praksi je mogućnost da se prethodno navedeno dogodi vrlo mala jer svi operatori nude i usluge za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa.

Temeljem navedenog Agencija je mišljenja da su usluge za korisnike bez pretplatničkog odnosa i usluge za korisnike s pretplatničkim odnosom sastavni dio istog maloprodajnog tržišta.

## ***4.3. Dodatni čimbenik koji utječe na određivanje mjerodavnog tržišta u dimenziji usluga***

### ***4.3.1. Mreže treće generacije (3G)***

U Republici Hrvatskoj postoje tri operatora pokretnih mreža. Agencija je u 2005. godini na temelju provedenih javnih natječaja donijela odluku o davanju novih koncesija u pokretnim mrežama i to na način da je dodijelila dvije koncesije za UMTS postojećim operatorima na tržištu, T-Mobile-u i Vipnet-u, te jednu kombiniranu koncesiju novom operatoru na tržištu Tele2 koja je uključivala GSM i UMTS. U skladu s navedenim, svi operatori na tržištu imaju mogućnost pružati svoje usluge preko 2G i 3G tehnologije.

2G i 3G mobilni uređaji podržavaju govorne pozive te slanje i primanje SMS poruka. Temeljem navedenog, korisnik mobilnog uređaja, koji podržava 2G tehnologiju, u mogućnosti je nazvati ili poslati SMS poruku korisniku koji koristi mobilni uređaj koji podržava 3G tehnologiju i obrnuto. Navedeno također znači da odabir uređaja s kojeg će poziv započeti nema nikakav utjecaj na samu uslugu odnosno odlazni poziv.

U praksi, korisnik pokretnih mreža u trenutku kada upućuje poziv ne mora znati je li njegov mobilni uređaj podržava 2G ili 3G tehnologiju. Rezultat navedenog je da će korisnik za ostvarivanje poziva platiti istu naknadu neovisno o tehnologiji s koje je poziv uputio.

Agencija na temelju prethodno navedenog odnosno na temelju principa tehnološke neutralnosti smatra da ne postoji razlika između poziva koji je započeo u 3G mreži u odnosu na poziv koji je započeo u 2G mreži iz čega proizlazi da se navedene tehnologije smatraju zamjenskom uslugom na strani potražnje odnosno dijelom istog tržišta.

#### **4.4. Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji**

Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji obuhvaća sva područja u kojima određeni operatori pružaju usluge pod istim uvjetima, odnosno, sva područja u kojima postoje istovrsni uvjeti tržišnog natjecanja.

U skladu sa Smjernicama i Preporukama Europske komisije zemljopisna dimenzija mjerodavnog tržišta je većinom određena na osnovu pokrivenosti mrežom i postojanja jednakog pravnog i regulatornog okvira na određenom zemljopisnom području.

Na temelju gore navedenog, a uzimajući u obzir dimenziju usluga predmetnog tržišta, Agencija zaključuje da je tržište u zemljopisnoj dimenziji za pružanje navedene usluge u opsegu nacionalno, odnosno, tržište u zemljopisnoj dimenziji čini cijeli teritorij Republike Hrvatske. Navedeni zaključak se temelji na činjenici da svi operatori pokretnih mreža imaju dozvolu za uporabu radiofrekvencijskog spektra<sup>17</sup> te, prema saznanjima kojima raspolaže Agencija, svi pružaju navedenu uslugu na cijelom teritoriju Republike Hrvatske. Isto tako, pravni i regulatorni okvir mjerodavan za predmetne usluge, odnosno pravni i regulatorni okvir vezan uz područje elektroničkih komunikacija, je isti na cijelom teritoriju Republike Hrvatske.

#### **4.5. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta**

Slijedom svega navedenog, Agencija je utvrdila da se mjerodavno tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama sastoji od sljedećih usluga:

- Pristup u pokretnoj mreži preko infrastrukturnog operatora ili operatora koji ne posjeduje vlastitu pristupnu infrastrukturu;
- Upućivanje poziva na zemljopisne brojeve;
- Upućivanje poziva na nezemljopisne brojeve (usluge s dodanom vrijednosti);
- Upućivanje poziva na brojeve u pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama;
- Upućivanje pozivnih brojeva posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- Upućivanje poziva na međunarodne brojeve;
- Upućivanje poziva iz inozemstva (eng. *international roaming calls*);
- Slanje svih vrsta SMS poruka.

<sup>17</sup> Agencija će početkom ožujka 2009. godine izdati operatorima navedenu dozvolu, a ista će zamijeniti ugovor o koncesiji za telekomunikacijske usluge s uporabom radiofrekvencijskog spektra u statusu GSM, dozvolu za uporabu radijskih frekvencija i ugovor o koncesiji o frekvencijama za obavljanje javnih telekomunikacijskih usluga uz uporabu radiofrekvencijskog spektra u UMTS sustavu

---

Mjerodavno tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama jedinstveno je za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa te uključuje rezidencijalne i poslovne korisnike.

Prethodno navedeno tržište uključuje upućivanje poziva i slanje SMS poruka u pokretnim mrežama neovisno je li poziv upućen ili SMS poruka poslana s mobilnog uređaja koji podržava 2G ili 3G tehnologiju.

Agencija određuje da je mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji za tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama koju nude operatori Tele2, T-Mobile i Vipnet nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

## 5. Test tri mjerila

Mjerodavna Preporuka iz veljače 2003. godine sadržavala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj regulaciji što znači da je Europska komisija zaključila da su na mjerodavnim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila), te na taj način utvrdila da su mjerodavna tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Europske unije. Prethodna Preporuka o mjerodavnim tržištima izmijenjena je na način da umjesto 18 mjerodavnih tržišta, na temelju nove Preporuke o mjerodavnom tržištima, postoji 7 mjerodavnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o mjerodavnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulirati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila).

Tržište „*javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama*“, nije bilo sastavni dio niti stare niti nove Preporuke o mjerodavnim tržištima. Temeljem navedenog, Agencija može prethodno regulirati navedeno tržište jedino u slučaju da su istodobno zadovoljena sljedeća tri mjerila:

1. prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornoga tržišnog natjecanja unutar odgovarajućega vremenskog okvira;
3. primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.

U slučaju da su kumulativno zadovoljena sva tri mjerila Agencija je u mogućnosti provesti analizu kojom se utvrđuju operatori sa značajnom tržišnom snagom. Glavna razlika između testa tri mjerila i analiza kojima se utvrđuju operatori sa značajnom tržišnom snagom je u tome što je kod Testa tri mjerila naglasak na razvoju tržišta, a kod analize kojom se utvrđuju operatori sa značajnom tržišnom snagom naglasak je na odnosu između operatora koji djeluju na tržištu.

### ***5.1. Prvo mjerilo: prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode***

U skladu s člankom 53. stavkom 2. ZEK-a odnosno u skladu s Preporukom Europske komisije dvije vrste zapreka su ključne prilikom određivanja postoje li visoke i trajne zapreke ulaska na tržište:

- strukturne zapreke;
- pravne ili regulatorne zapreke.

Prvi mjerilo je statički mjerilo odnosno mjerilo na temelju kojeg je Agencija u mogućnosti procijeniti je li u točno određenom trenutku postoje visoke i trajne strukturne i pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište.

Prijetnja od ulaska na tržište, neovisno ulazi li novi operator na tržište na kraće ili duže vremenski razdoblje, predstavlja glavni pritisak od strane potencijalne konkurencije na postojeće operatore na tržištu. U slučaju kada postoje zapreke ulaska na tržište odnosno u situaciji u kojoj su izgrađene zapreke ulaska na tržište smanjuje se postojećim operatorima na

tržištu i prijetnja od ulaska novih operatora. Na temelju navedenog, može se zaključiti da utvrđivanjem postoje li visoke i trajne zapreke ulaska na određeno tržište, Agencija može utjecati na razvoj djelotvornog tržišnog natjecanja na tom tržištu.

### **5.1.1. Strukturne zapreke ulaska na tržište**

Na temelju Preporuke Europske komisije iz 2003. godine,<sup>18</sup> regulatornim tijelima prilikom određivanja postoje li na tržištu visoke i trajne zapreke ulaska mogu pomoći sljedeća mjerila koji ne moraju biti kumulativno zadovoljena:

- tehnološka prednost ili nadmoć;
- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke zapreke razvoju infrastrukturne konkurencije;
- jednostavan ili povlašten pristup tržištima kapitala ili novčanim izvorima;
- ekonomija opsega;
- ekonomija razmjera;
- stupanj vertikalne integracije;
- prepreke razvoju distributivno-prodajne mreže;
- stupanj diversifikacije proizvoda.

U petom poglavlju ovog dokumenta Agencija je utvrdila da, između ostalog, sastavni dio ovog tržišta čine sve vrste pristupa koje je operator pokretnih mreža, ovisno o tehničkim mogućnostima i slobodnom kapacitetu, u mogućnosti ponuditi.

#### **a) Ostvareni ulazak na tržište od strane ostalih operatora**

Na navedenom tržištu posluju tri operatora i to kako slijedi:

**T-Mobile d.o.o.** – Prva GSM usluga u Republici Hrvatskoj je ponuđena u ožujku 1999. godine od strane druge HT-ove tvrtke kćeri *Cronet* dok je HT-ova treća tvrtka kćer *Simpa* specijalizirana za pružanje usluga za korisnike bez pretplatničkog odnosa. Prethodno navedene tri tvrtke su se udružile 2003. godine u zajedničku tvrtku pod nazivom HTmobile čiji je naziv u listopadu 2004. godine promijenjen u T-Mobile d.o.o. Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je dana 18. travnja 2004. godine donijelo Odluku<sup>19</sup> kojom je dalo koncesiju T-Mobile-u za obavljanje javnih telekomunikacijskih usluga uz uporabu radiofrekvencijskog spektra u mobilnoj mreži treće generacije UMTS za područje Republike Hrvatske;

**Vipnet d.o.o.** – Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je dana 07. rujna 1998. godine donijelo odluku kojom je Vipnet-u dodijeljena koncesija za obavljanje djelatnosti u javnim telekomunikacijama u globalnom sustavu pokretne mreže – GSM. Vipnet je svoju GSM uslugu počeo nuditi u srpnju 1999. godine. Nadalje, Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je dana 18. travnja 2004. godine donijelo Odluku<sup>20</sup> kojom je dalo koncesiju Vipnet-u za obavljanje javnih telekomunikacijskih usluga uz uporabu radiofrekvencijskog spektra u mobilnoj mreži treće generacije UMTS za područje Republike Hrvatske;

<sup>18</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

<sup>19</sup> klasa: 344-08/04-02/01; ur. broj: 376-04-04

<sup>20</sup> klasa: 344-08/04-02/01; ur. broj: 376-04-04

**Tele2 d.o.o.** - Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je dana 22. prosinca 2004. godine donijelo Odluku<sup>21</sup> kojom je dalo koncesiju Tele2 za obavljanje javnih telekomunikacijskih usluga uz uporabu radiofrekvencijskog spektra u pokretnoj mreži druge generacije GSM/DCS-1800 i treće generacije UMTS za područje Republike Hrvatske. Tele2 je svoju GSM uslugu počeo nuditi u listopadu 2005. godine. U zadnjem tromjesečju 2007. godine operatoru Tele2 je dodijeljeno dodatnih 10MHz na frekvenciji GSM 900.

Treći operator Tele2 koristio je od dana 01. listopada 2005. godine odnosno od dana kada je započeo s komercijalnim radom do dana 01. lipnja 2008. godine uslugu nacionalnog roaminga preko operatora Vipnet, a od dana 01. lipnja 2008. godine navedenu uslugu koristi preko operatora T-Mobile.

Sva tri operatora koja posluju na tržištu potpisala su ugovor o međusobnom povezivanju čime je omogućena direktna komunikacija njihovih korisnika.

Iz svega gore navedenog je vidljivo da je ostvaren ulazak na mjerodavno tržište od strane tri različita operatora koji su dobili dozvolu za uporabu radiofrekvencijskog spektra. Svaki navedeni ulazak je rezultirao dodatnim povećanjem ukupnog broja krajnjih korisnika usluga u pokretnim mrežama u Republici Hrvatskoj, kao i osvajanjem određenog tržišnog udjela od strane svakog operatora.

**Slika 1. Gustoća korisnika pokretnih mreža**



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Treći pokretni operator Tele2 s komercijalnim radom je započeo početkom listopada 2005. godine. U trenutku ulaska trećeg pokretnog operatora Tele2 na tržište gustoća korisnika iznosila je oko 65%. Kao što je i vidljivo iz gornjeg grafikona gustoća krajnjih korisnika u pokretnim mrežama pokazuje konstantni trend rasta. Gustoća korisnika je na početku promatranog razdoblja, odnosno tri mjeseca nakon ulaska trećeg pokretnog operatora narasla za 18%. Od kraja 2005. godine do kraja prvog polugodišta 2008. godine gustoća korisnika je narasla za dodatnih 39% odnosno iznosi 122,01%.

<sup>21</sup> klasa: 344-03/04-01/07; ur. broj: 376-04-02

Agencija smatra da su gore navedene činjenice dovoljne za donošenje zaključka da ne postoje zapreke za ulazak na tržište definirano u poglavlju 4.5. koje su strukturne prirode i to iz razloga što su operatori koji nude predmetnu uslugu, ostvarili uspješan ulazak na tržište i ostvaruju svoje poslovne strategije. Drugim riječima, ostvaren je uspješan razvoj tržišta.

Agencija smatra da mjerodavno tržište obuhvaćeno ovim dokumentom ne karakteriziraju velike troškovne prednosti, ekonomije razmjera ili opsega, i veliki nepovratni troškovi koji bi doveli do zaključka da navedeno mjerodavno tržište treba biti podložno prethodnoj regulaciji.

Pored svih gore navedenih činjenica i stavova, Agencija smatra da mogu postojati određeni drugi argumenti, koji bi mogli postavljati prepreke za ulazak na tržište, ali, isto tako, Agencija je mišljenja da je sve gore navedeno u tekstu dovoljan dokaz da mjerilo obrađeno u ovom poglavlju nije zadovoljeno.

Na temelju navedenog, vidljivo je da je novim operatorima koji žele ući na tržište znatno olakšan ulazak na tržište iz čega Agencija zaključuje da ne postoje visoke i trajne strukturne zapreke ulaska na tržište.

### ***5.1.2. Pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište***

Uzimajući u obzir mjerodavno tržište obrađeno ovim dokumentom, odnosno tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama, Agencija smatra da ne postoji niti jedna zapreka pravne ili regulatorne prirode, koja bi mogle opravdati činjenicu da bi navedeno mjerodavno tržište trebalo biti podložno prethodnoj regulaciji.

Naime, ne postoje prepreke za ulazak na tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama (maloprodajna razina) iz razloga što svaki operator koji je ušao na tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža može bez ikakvih problema početi nuditi maloprodajne usluge kao i svaki drugi operator koji nije infrastrukturni, ali želi nuditi maloprodajne usluge.

### ***5.2. Drugo mjerilo: struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira***

Prvi mjerilo, koje je obrađeno u poglavlju 6.1. ovog dokumenta, je statičko mjerilo odnosno mjerilo na temelju kojeg je Agencija u mogućnosti procijeniti je li u točno određenom trenutku postoje visoke i trajne strukturne i pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište. Drugo mjerilo je dinamičko mjerilo odnosno na temelju tog mjerila Agencija je u mogućnosti odrediti je li tržište u određenom vremenskom razdoblju teži djelotvornom tržišnom natjecanju. Iz navedenog je vidljivo da se prva dva mjerila međusobno nadopunjuju odnosno Agencija na temelju oba mjerila može izvući zaključak je li nužno prethodno regulirati određeno tržište.

Agencija, kako bi bila u mogućnosti prethodno regulirati određeno tržište, mora dokazati i statičko i dinamičko mjerilo odnosno mora dokazati da tržište u točno određenom trenutku i određenom budućem vremenskom razdoblju ne teži savršenoj konkurenciji odnosno djelotvornom tržišnom natjecanju.

Na temelju dokumenta ERG-a<sup>22</sup> vrlo je teško kod drugog mjerila odrediti vremensko razdoblje u kojem bi trebalo promatrati teži li tržište djelotvornom tržišnom natjecanju odnosno određivanje vremenskog razdoblja predstavlja temelj drugog mjerila. Razumno bi bilo zaključiti da bi mjerodavno vremensko razdoblje za procjenu drugog mjerila trebalo odgovarati vremenskom razdoblju koje je ili koje će Agencija uzeti u obzir prilikom analize mjerodavnog tržišta. Obzirom da je, sukladno članku 52. stavku 2. ZEK-a, Agencija postupak analize tržišta odnosno postupak provođenja Testa tri mjerila obvezna provoditi najmanje svake tri godine te da je u analizi tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu određeno vremensko razdoblje od tri godine, Agencija će drugo mjerilo promatrati u vremenskom razdoblju od tri godine.

Na temelju dokumenta ERG-a<sup>23</sup> regulatornim tijelima prilikom određivanja teži li tržište u određenom vremenskom razdoblju djelotvornom tržišnom natjecanju mogu pomoći sljedeća podmjerila koji ne moraju biti kumulativno zadovoljena:

- tržišni udjeli operatora;
- cjenovna kretanja;
- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke zapreke razvoju infrastrukturne konkurencije;
- stupanj diverzifikacije proizvoda;
- potencijalna konkurencija;
- zapreke stjecanja tržišnog udjela.

Po mišljenju Agencije kod navedenog mjerila potrebno je provjeriti je li se tržište i dalje razvija ili su postojeći operatori zadovoljni sa svojom pozicijom na tržištu. Drugim riječima, prvo je potrebno utvrditi je li zaustavljen razvoj tržišta u smislu da su operatori zadovoljni sa svojim tržišnim udjelom te da su cjenovna kretanja stabilna odnosno ne postoji konkurencija na cjenovnoj osnovi, već se cijene održavaju na istoj razini duže vremensko razdoblje. Također, nakon utvrđivanja postojećeg stanja potrebno je utvrditi teži li tržište i u promatranom vremenskom razdoblju prethodno navedenom.

Agencija je prilikom utvrđivanja drugog, dinamičkog mjerila u obzir uzela sljedeće:

**a) Krajnji korisnik ima mogućnost promjene operatora u slučaju povećanja cijene**

Kako je u poglavlju 5.1.1. i naglašeno činjenica je da na mjerodavnom tržištu obrađenom ovim dokumentom posluju tri operatora pokretnih mreža uz ukupnu gustoću korisnika na tržištu od 122,01%. Slijedom navedenog Agencija smatra da u slučaju povećanja cijene pojedinog operatora, ali i u slučaju želje krajnjih korisnika da zamijene operatora nevezano uz cijene, krajnji korisnik u svakom trenutku može izabrati drugog operatora bez velikih troškova prelaska. Osim što u svakom trenutku može otkazati uslugu jednog operatora i uzeti uslugu drugog operatora, u isto vrijeme koristiti dva ili više operatora ili koristiti tarifne pakete za korisnike s pretplatničkim odnosom ili bez pretplatničkog odnosa istog operatora, krajnji korisnik može koristiti i uslugu prenosivosti broja kojom mu se omogućuje mijenjanje operatora koji mu pruža uslugu, ali uz zadržavanje broja. Navedena usluga je jedan od važnih pokazatelja dinamičnosti tržišta i mogućnosti promjene operatora.

<sup>22</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

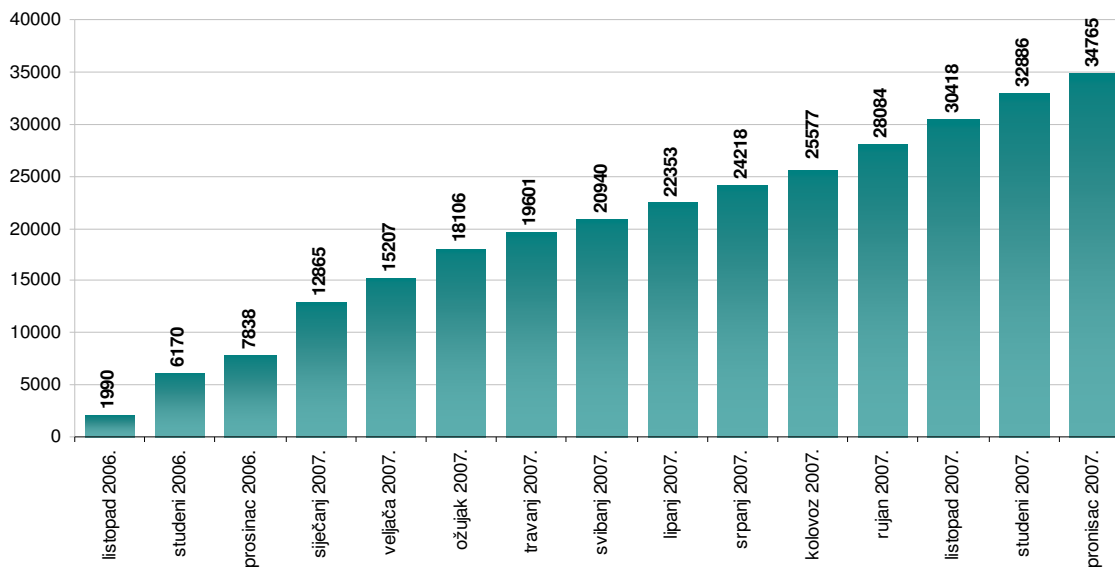
<sup>23</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604



Slijedom navedenog, na slikama br. 2. i 3. je vidljiv broj prenesenih brojeva u određenim vremenskim razdobljima, a koji najbolje sugerira dinamiku kretanja krajnjih korisnika i samim time dinamiku tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu.

Slika 2.

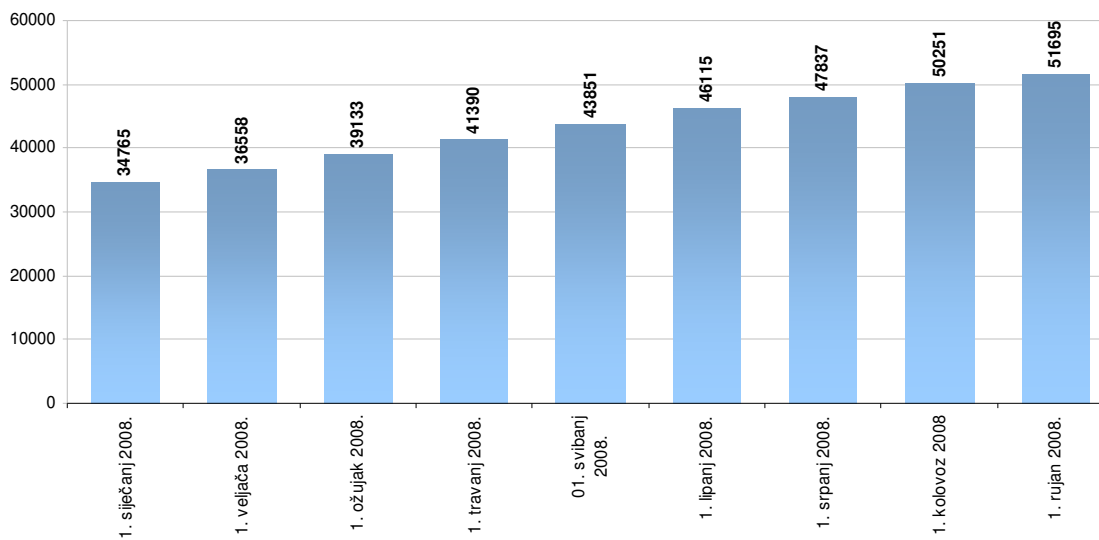
## Preneseni brojevi u pokretnoj mreži 2006.- 2007.



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Slika 3.

## Preneseni brojevi u pokretnoj mreži 2008.



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

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

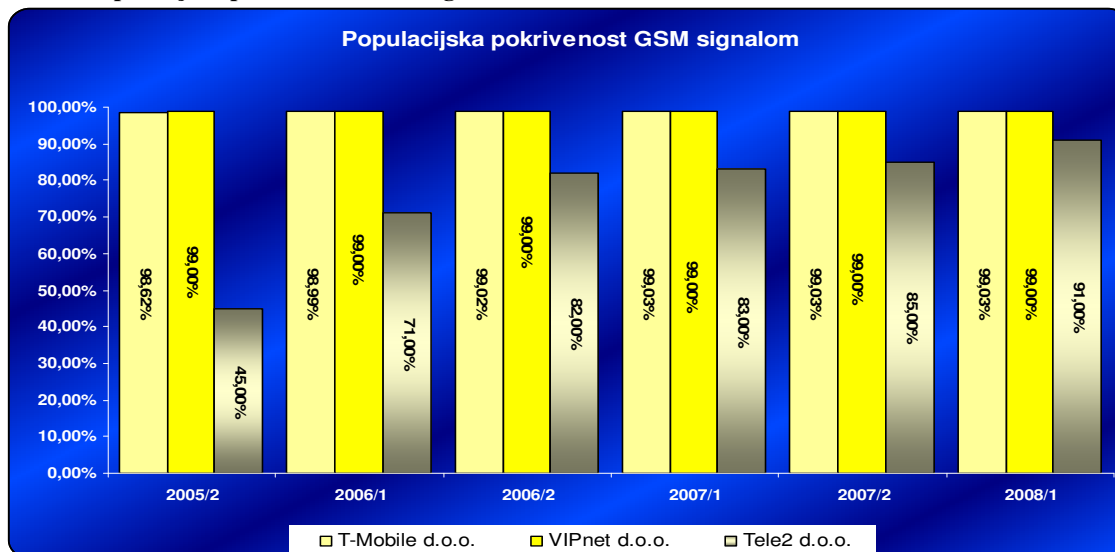
Kao dodatak svemu navedenom pod točkom a) ovog poglavlja, važno je naglasiti da krajnji korisnici u slučaju postojanja želje za promjenom operatora koji im pruža uslugu obrađenu ovim dokumentom, imaju mogućnost odabira između velikog broja tarifnih paketa i tarifnih opcija svakog od operatora na tržištu. Prema podacima Agencije trenutno je na tržištu dostupno oko 70 različitih tarifnih paketa za govorne usluge u pokretnim mrežama. Navedeni paketi namijenjeni su i za rezidencijalne i poslovne korisnike, kao i korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa, te kao takvi pokazuju da krajnji korisnik u slučaju da je nezadovoljan cijenom ili kvalitetom pružanja usluge u svakom trenutku može promijeniti operatora.

Gore navedeni veliki broj različitih tarifnih na tržištu i vidljiva snažna tržišna i marketinška „*utakmica*“ između postojećih operatora, pokazuje dinamiku tržišnih događanja i smjer razvoja tržišta koje vodi do jeftinijih usluga za krajnje korisnike.

### c) Visoka populacijska pokrivenost GSM signalom

U slučaju da krajnji korisnik želi uzeti uslugu od bilo kojeg od postojećih operatora, nema ograničenja u pružanju usluge. Naime, populacijska pokrivenost GSM signalom T-Mobile-a i VIPnet-a je 99%, dok Tele2 ima populacijsku pokrivenost od 91%, a što je vidljivo na slici 3. U područjima koja nisu pokrivena GSM signalom, Tele2 koristi uslugu nacionalnog roaminga od T-Mobile-a. Iz navedenog se može zaključiti da su svi korisnici su dostupni putem bilo kojeg od operatora.

Slika 4. Populacijska pokrivenost GSM signalom



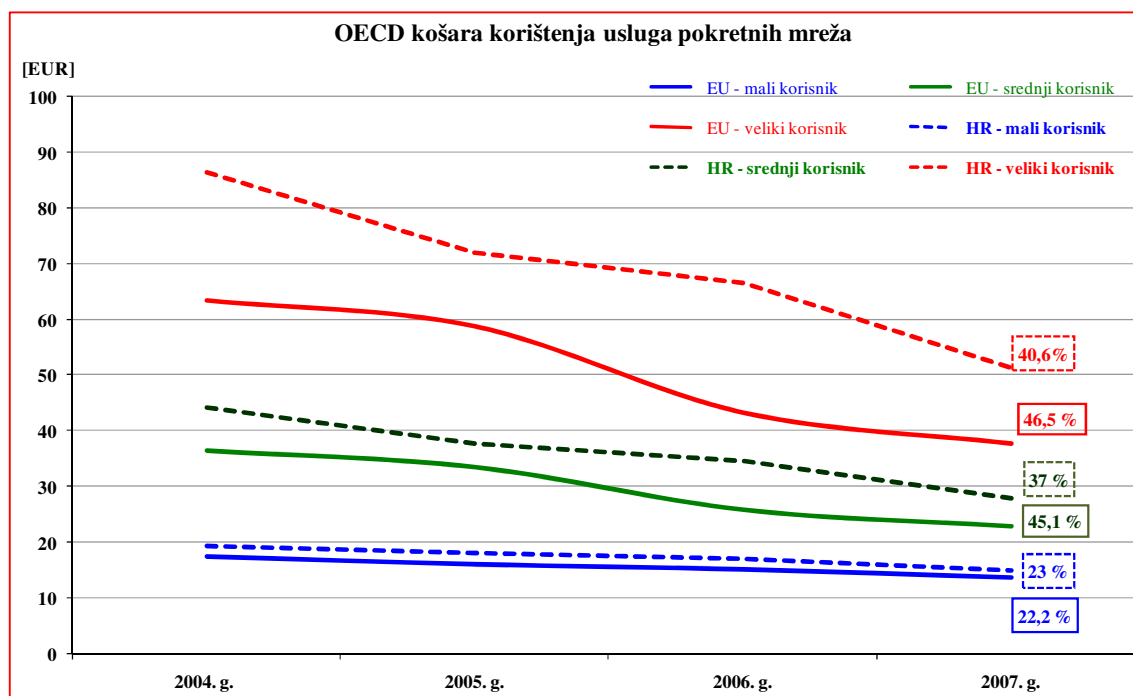
Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

### d) Kontinuirano snižavanje cijena javno dostupnih telefonskih usluga u pokretnim mrežama

Iz slike 5. je vidljivo da je na snazi kontinuirano sniženje cijena javno dostupnih telefonskih usluga koje nude operatori pokretnih mreža. Navedeno je najveći pokazatelj djelotvornog

tržišnog natjecanja i to iz razloga što, kao rezultat djelotvornog tržišnog natjecanja, operatori snižavaju cijene svojih usluga kako bi pridobili krajnje korisnike.

Slika 5. OECD košara korištenja usluga pokretnih mreža



Izvor: OECD košarica, Agencija

### 5.2.1. Zaključak

Pored svega navedenog Agencija želi naglasiti da tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama prema novom regulatornom okviru nikada nije bilo dio Preporuke Europske komisije odnosno navedeno tržište nije bilo sastavni dio niti Preporuke Europske komisije iz 2002. godine niti sastavni dio Preporuke Europske komisije iz 2007. godine. Prema eksplanatornom memorandumu<sup>24</sup> je definirano da je dokazivanje potrebe za regulacijom puno veće na tržištima koja nikada nisu bila dio Preporuke nego na tržištima koja su bila sastavni dio stare Preporuke, a nisu sastavni dio nove Preporuke.

Nadalje, Agencija je mišljenja, a uzimajući u obzir zaključke analize veleprodajnog tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu i utvrđivanje tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža, da su veleprodajni uvjeti povoljni ili regulirani i da će na maloprodajnom tržištu, koje je i do sada dokazalo da nema potrebe za prethodnom regulacijom, postojati uvjeti za djelotvorno tržišno natjecanje.

Agencija naglašava činjenicu da, pri donošenju zaključka postoji li struktura tržišta koja teži razvoju održivog tržišnog natjecanja u određenom vremenskom razdoblju nije od najveće važnosti činjenica hoće li se udjeli operatora na mjerodavnom tržištu mijenjati, već je bitno prepoznati određenu dinamiku tržišnih događanja, a koja vodi u smjeru razvoja djelotvornog tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu u odgovarajućem vremenskom okviru.

<sup>24</sup> SEC(2007) 1483 final

Slijedom svega navedenog, Agencija smatra da struktura mjerodavnog tržišta teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira, odnosno, mjerilo obrađeno u ovom poglavlju nije zadovoljeno iz svih gore navedenih razloga.

### ***5.3. Treće mjerilo: primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu***

Na temelju dokumenta ERG-a<sup>25</sup>, regulatorno tijelo bi trebalo procijeniti je li primjena propisa o zaštiti tržišnog natjecanja dovoljna da ukloni nedostatke koji postoje ili koji se mogu pojaviti na tržištu elektroničkih komunikacija. Navedena procjena mogla bi uključivati sljedeće:

#### **a) Stupanj općeg nekonkurentskog ponašanja**

Propisi o zaštiti tržišnog natjecanja mogli bi se smatrati dostatnim za uklanjanje nedostataka na tržištu u slučaju da ne postoji velika i učestala potreba za djelovanjem Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja. S druge strane, ako nedostaci koji postoje ili se mogu pojaviti na tržištu zahtijevaju učestalu potrebu za intervencijom od strane Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja, poput potrebe za određivanjem regulatornih obveza, moglo bi se smatrati da propisi o zaštiti tržišnog natjecanja nije dostatan za uklanjanje nedostataka koji postoje na tržištu.

#### **b) Stupanj kompleksnosti uklanjanja nekonkurentskog ponašanja**

Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja svojevrsan problem može predstavljati kompleksnost određivanja stupnja nekonkurentskog ponašanja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom ili operatora koji imaju zajedničku značajnu tržišnu snagu. Navedeno Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja može predstavljati problem iz razloga što ne raspolaže informacijama od operatora koji djeluju na tržištu, odnosno nije odgovarajuće upoznata sa situacijom na tržištu. U navedenom slučaju, prethodna regulacija bi bila puno učinkovitija za tržište, nego da se nekonkurentsko ponašanje pokušava ukloniti naknadnom (*ex-post*) regulacijom.

#### **c) Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na mjerodavnom tržištu ili na povezanim tržištima**

Na tržištu se mogu dogoditi situacije u kojima je pravovremena intervencija neophodna kako bi se spriječile ozbiljne ili nepopravljive štete koje mogu biti nanesene konkurenciji od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. U navedenim slučajevima odnosno u situacijama u kojima je nužna brza intervencija od strane regulatorne institucije, propisi o zaštiti tržišnog natjecanja odnosno naknadna regulacije ne bi bila dovoljna, već je u navedenim slučajevima potrebna prethodna regulacija.

---

<sup>25</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

**d) Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj  
efektivne konkurencije na tržištu**

U nekim slučajevima primjena propisa o zaštiti tržišnog natjecanja odnosno naknadna regulacija može stvoriti određene probleme u poticanju razvoja djelotvornog tržišnog natjecanja u budućem vremenskom razdoblju. Konkretno, u slučajevima u kojima je moguće dupliciranje infrastrukture, primjena prethodne regulacije, koja bi u obzir uzela poticanje efikasnih ulaganja, mogla bi se dugoročno smatrati učinkovitijom od primjene samo naknadne regulacije odnosno od primjene propisa iz područja tržišnog natjecanja.

Agencija je analizirajući prvo i drugo mjerilo došla do zaključka da na tržištu ne postoje visoke i trajne zapreke ulaska te da tržište teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar vremenskog okvira od tri godine odnosno nije uočila trenutne nedostatke ili potencijalne nedostatke na tržištu koji bi zahtijevali prethodnu regulaciju. Temeljem navedenog, Agencija nije u mogućnosti zaključiti je li zadovoljeno treće mjerilo odnosno je li primjena propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje uklanjanje nedostataka ili potencijalnih nedostataka s tržišta iz razloga što nije utvrdila nedostatke za koje bi mogla provjeriti je li primjena tih propisa odnosno je li naknadna regulacija dovoljna za uklanjanje nedostataka s tržišta.

## **6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji**

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 5.1., 5.2. i 5.3., mjerodavno tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama nije podložno prethodnoj regulaciji i to iz razloga što nisu istodobno zadovoljena sva tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

Na temelju svega navedenog, a u skladu s člankom 53. stavkom 5. ZEK-a, Agencija predlaže ukidanje svih prethodno određenih regulatornih obveza T-Mobile-u i VIPnet-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na tržištu javne govorne usluge u pokretnoj mreži prema ZOT-u.

Također, Agencija bi htjela naglasiti da će pozorno pratiti daljnji razvoj tržišta javno dostupne telefonske usluge u pokretnim mrežama te da će u slučaju da primijeti da su se na tržištu pojavile visoke i trajne zapreke ulaska na tržište te da je tržište prestalo težiti djelotvornom tržišnom natjecanju ponovno provesti Test tri mjerila. U slučaju da nakon provedenog testa budu zadovoljena sva tri mjerila, Agencija će provesti analizu tržišta kojom će utvrditi operatore sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu i kojima će, sukladno ZEK-u, odrediti barem jednu regulatornu obvezu.

## **7. Prilozi**

### ***7.1. Prilog A – mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja***

- bit će omogućeno nakon što Agencija zaprimi službeno mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja na verziju koja će biti predmet javne rasprave

### ***7.2. Prilog B – komentari na utvrđivanje mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare***

- bit će omogućeno nakon završetka postupka javne rasprave

### ***7.3. Prilog C – komentari na Test tri mjerila i osvrt Agencije na navedene komentare***

- bit će omogućeno nakon završetka postupka javne rasprave