

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

TRŽIŠTE PRISTUPA I ZAPOČINJANJA (ORIGINACIJE) POZIVA IZ POKRETNIH JAVNIH KOMUNIKACIJSKIH MREŽA

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

- SADRŽAJ -

1. Sažeti pregled dokumenta (eng. <i>executive summary</i>)	4
2. Uvod.....	6
2.1. Europski regulatorni okvir za elektroničke komunikacije	6
2.2. Zakon o elektroničkim komunikacijama	7
2.3. Kronološki slijed aktivnosti	9
3. Glavne karakteristike tržišta pokretnih mreža	12
4. Utvrđivanje mjerodavnog tržišta	13
5. Određivanje granica mjerodavnog tržišta za potrebe provođenja Testa tri mjerila.....	14
5.1. Tržište pokretnih mreža u Republici Hrvatskoj.....	14
5.2. Trenutno stanje na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža.....	15
5.3. Mjerodavno tržište u dimenziji usluga.....	16
5.3.1. Zamjenjivost na strani potražnje - maloprodajna razina	16
5.3.2. Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajna razina	19
5.3.3. Zaključak.....	21
5.3.3. Zamjenjivost na strani potražnje - veleprodajna razina	21
5.3.4. Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajna razina	25
5.4. Dodatni čimbenik koji utječe na određivanje mjerodavnog tržišta u dimenziji usluga.....	26
5.4.1. Mreže treće generacije (3G).....	26
5.5. Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji	26
5.6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta	27
6. Test tri mjerila	28
6.1. Prvo mjerilo: prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode	28
6.1.1. Strukturne zapreke ulaska na tržište	29
6.1.2. Pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište	29
6.2. Drugo mjerilo: struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira.....	30
6.3. Treće mjerilo: primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.....	36
7. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji.....	39
8. Prilozi.....	40
8.1. Prilog A – mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja	40

8.2. Prilog B – komentari na utvrđivanje mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare	40
8.3. Prilog C – komentari na Test tri mjerila i osvrt Agencije na navedene komentare.....	40

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

Europske direktive implementirane su u hrvatsko zakonodavstvo kroz ZEK¹ koji je stupio na snagu dana 01. srpnja 2008. godine. ZEK, između ostalog, propisuje uvjete obavljanja elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga. Agencija² 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 *pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža* 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 usluge³.

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 pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža sastoji od sljedećih usluga:

- Usluga omogućavanja svih vrsta pristupa od strane operatora pokretnih mreža (eng. *MNO*);
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta odlaznih poziva za operatore koji imaju radijski dio mreže, ali koriste uslugu nacionalnog roaminga dok ne izgrade vlastitu pristupnu mrežu;
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta SMS poruka za operatore koji imaju radijski dio mreže, ali koriste uslugu nacionalnog roaminga dok ne izgrade vlastitu pristupnu mrežu;
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta odlaznih poziva za virtualne operatore pokretnih mreža (eng. *MVNO*);

¹ Zakon o elektroničkim komunikacijama (NN 73/08)

² Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije (HAKOM)

³ OJ C 165/6; 11. srpnja 2002. godine

- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta SMS poruka za virtualne operatore pokretnih mreža;
- Usluga pristupa za vlastite potrebe i usluga započinjanja (originacije) poziva i SMS poruka u vlastitu mrežu i mreže drugih operatora koje se pružaju za vlastite potrebe.

Mjerodavno tržište započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore pokretnih mreža odnosno svi operatori pokretnih mreža nude prethodno navedene veleprodajne usluge na istom tržištu.

Prethodno navedeno tržište uključuje započinjanje (originaciju) poziva i 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 usluge pristupa i započinjanje (originaciju) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža, koju nude operatori Tele2, T-Mobile i Vipnet, nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

Mjerodavno tržište ne uključuje veleprodajne usluge međunarodnog roaminga iz razloga što se na temelju Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima iz 2002. godine tržište međunarodnog roaminga smatra zasebnim tržištem.⁴

Agencija je, nakon što je odredila granice mjerodavnog tržišta, provela Test 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 *pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža*, 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.

Temeljem navedenog, a u skladu s člankom 53. stavkom 5. ZEK-a, Agencija predlaže ukidanje svih prethodno određenih regulatornih obveza operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na tržištu međusobnog povezivanja prema ZOT-u. Ukidanje regulatornih obveza se odnosi samo na usluge koje su poglavljem 5.3. ovog dokumenta određene sastavnim dijelom tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža dok su ostale usluge koje su činile tržište međusobnog povezivanja, a odnose se na usluge koje su sastavni dio tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu i tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu obrađene u drugom dokumentu.

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

⁴ Tržište međunarodnog roaminga je tržište broj 17 na temelju stare Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima

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 regulaciji⁵, 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 regulaciji⁶.

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

⁵ OJ L 114/45; 08. svibnja 2003. godine

⁶ 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 mjerodavnim 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-a⁷ 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 „*Pristup i započinjanje (originacija) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža*“, koje je na temelju stare Preporuke o mjerodavnim tržištima bilo smješteno na 15. mjestu od 18 mjerodavnih tržišta koja su bila navedena u istoj, nije sastavni dio 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

⁷ 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.

tržišnom snagom na tom mjerodavnom tržištu u svrhu ocjene djelotvornosti tržišnog 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 Odluku⁸ 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 Odluku⁹ 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 operatori¹⁰ 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.

⁸ klasa: UP/I-344-01/08-01/1584; ur. broj: 376-11-08-01

⁹ klasa: UP/I-344-01/08-01/1583; ur. broj: 376-11-08-01

¹⁰ Operatori su poredani abecednim redom

Postoji tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža¹¹ 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 održan 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 pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža:

Tablica 1. Zaprimanje upitnika – po operatoru

Naziv operatora elektroničkih komunikacijskih usluga	Vrsta operatora elektroničkih komunikacijskih usluga	Datum zaprimljenih podataka iz Upitnika
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.

¹¹ Tržište 15 sukladno staroj Preporuci o mjerodavnim tržištima

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.

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 pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža.

3. Glavne karakteristike tržišta 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 odlaznih poziva, primanje dolaznih poziva te slanje i primanje SMS poruka neovisno o lokaciji na kojoj se nalaze. Drugim riječima, pristup te mogućnost odlaznih i dolaznih poziva čine tri glavne vrste usluga koje predstavljaju polaznu točku za analizu tržišta u mobilnoj telefoniji. U tu svrhu, Agenciji je potrebno razumjeti kako će krajnji korisnik reagirati u slučaju da određeni pokretni operator povisi cijenu jedne od ove tri glavne vrste usluga.

Tržište pokretnih mreža temelji se na CPP principu¹² koji je usvojen u zemljama Europske unije pa tako i u Republici Hrvatskoj. Na temelju tog principa strana koja upućuje poziv plaća cijeli poziv dok strana koja prima poziv ne mora ništa platiti. Drugim riječima, na temelju CPP principa usluga je započeta i plaćena od strane koja je uputila poziv na mobilni uređaj, a ne od strane koja je zaprimila poziv. U skladu s navedenim, test hipotetskog monopola¹³, koji se provodi na temelju cijene pristupa i odlaznih poziva, je drukčiji u odnosu na taj test za dolazne pozive obzirom da će povećanje cijene pristupa i odlaznih poziva platiti strana koja je uputila poziv odnosno vlasnik telefona dok povećanje cijene dolaznih poziva neće platiti vlasnik telefona.

Na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža, za razliku od tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, operatori nisu u mogućnosti povećavati cijenu svojih tarifnih paketa za krajnje korisnike iz razloga što je velika vjerojatnost da će korisnici, vidjevši više cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora. 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 započinjanja (originacije) poziva sastavni dio istog tržišta iz čega proizlazi da se svaka pojedina pokretna mreža ne može, kao kod tržišta završavanja (terminacije) poziva, smatrati odvojenim tržištem već da su sve mreže zajedno sastavni dio istog tržišta.

Temeljem svega prethodno navedenog dolazi se do zaključka da je maloprodajno tržište podijeljeno na tržište pristupa i odlaznih poziva te tržište dolaznih poziva. Zbog suštinske razlike, Agencija će tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža promatrati zasebno od tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

¹² CPP principle – Calling Party Pays Principle. Po navedenom principu trenutno posluje cijela Europa. Samo Sjeverna Amerika i neke azijske zemlje posluju po RPP principu odnosno principu po kojem dio troška snosi i strana koja je zaprimila poziv.

¹³ SSNIP test – small but significant non transitory increase in price.

4. 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 Odlukom¹⁴ odredilo operatore koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za utvrđivanje tržišta:

- **Pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža**¹⁵.

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.

¹⁴ klasa: UP/I-344-01/08-01/1584; ur. broj: 376-11-08-01

¹⁵ Tržište broj 15 iz Dodatka Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji iz 2003. godine

5. 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.¹⁶ 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 cijena¹⁷.

5.1. Tržište pokretnih mreža u Republici Hrvatskoj

Zaključno s danom 30. lipnja 2008. godine¹⁸ u Republici Hrvatskoj postoje tri operatora pokretnih mreža koja nude elektroničke komunikacijske usluge na komercijalnoj osnovi.

- **T-Mobile d.o.o.** – prva mobilna usluga u Republici Hrvatskoj lansirana je 1990. godine od strane HT-ove tvrtke kćeri *Mobitel 099*. Navedena usluga pružala se preko analogne NMT 450 mreže koja je ugašena na kraju 2005. godine. 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 udružile su se 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 Odluku¹⁹ 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 Odluku²⁰ kojom je dalo koncesiju Vipnet-u za obavljanje javnih telekomunikacijskih

¹⁶ Naznačeno je i/ili usluga iz razloga što na tržištu mogu postojati operatori koji obavljaju samo djelatnost elektroničkih komunikacijskih usluga (npr: MVNO operatori)

¹⁷ U testu hipotetskog monopola malo, ali značajno trajno povećanje cijena odnosi se na podizanje cijene usluga od 5% do 10%.

¹⁸ Navedeni datum predstavlja završni datum na koji se odnosi analiza ovog tržišta odnosno podaci za ovu analizu su prikupljeni zaključno s krajem drugog tromjesečja 2008. godine

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

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

usluga uz uporabu radiofrekvencijskog spektra u mobilnoj mreži treće generacije UMTS za područje Republike Hrvatske;

- **Tele2 d.o.o.** - Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je dana 22. prosinca 2004. godine donijelo Odluku²¹ 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, a od dana 01. lipnja 2008. godine navedenu uslugu koristi preko operatora T-Mobile-a.

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

Operatori T-Mobile, Vipnet i Tele2 svoje usluge nude na čitavom području Republike Hrvatske što je vidljivo iz populacijske pokrivenosti GSM signalom koja kod T-Mobile iznosi 99%, kod Vipnet-a 99%, a kod Tele2 ona iznosi 91%. Populacijska pokrivenost UMTS signalom kreće se između 45% i 65% ovisno o operatoru.

5.2. Trenutno stanje na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža

Trenutno stanje na tržištu određeno je ZOT-om koji propisuje da operator koji ima tržišni udjel veći od 25% na određenom mjerodavnom tržištu ima značajnu tržišnu snagu na istom. ZOT se temeljio na regulatornom okviru iz 1998. godine koji je propisivao da je tržišni udjel veći od 25% dovoljan za određivanje operatora sa znatnijom tržišnom snagom na mjerodavnom tržištu.

Temeljem navedenog, Vijeće Hrvatske Agencije za telekomunikacije²² je dana 30. ožujka 2007. godine donijelo Odluku²³ kojom se utvrđuju operatori sa znatnijom tržišnom snagom na mjerodavnom tržištu međusobnog povezivanja odnosno tržištu koje, sukladno ZEK-u, uključuje tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža, tržište završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu i tržište završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu. U skladu s navedenom odlukom, Vipnet i T-Mobile su proglašeni operatorima sa znatnijom tržišnom snagom na tržištu međusobnog povezivanja na temelju tržišnog udjela koji je kod T-Mobile-a iznosio 39,37%, a kod Vipnet-a 32,58%.²⁴

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

²² Naziv nadležnog regulatornog tijela do dana 01. srpnja 2008.g. kada je na snagu stupio Zakon o elektroničkim komunikacijama

²³ klasa: UP/I-344-01/06-01/916; ur.broj: 383-07-20

²⁴ Preostalih 28,05% se odnosilo na HT iz razloga što je po ZOT-u postajalo zajedničko tržište međusobnog povezivanja koje je uključivalo operatore i pokretnih i nepokretnih mreža

Nadalje, Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je dana 17. prosinca 2007. godine objavilo popis mjerodavnih tržišta i operatora i davatelja telekomunikacijskih usluga koji imaju znatniju tržišnu snagu na tim mjerodavnim tržištima. Temeljem tog popisa operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u produžuje se status operatora sa znatnijom tržišnom snagom na tržištu međusobnog povezivanja, a samim time i na tržištu pristupa i (započinjanja) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža koje je sastavni dio tržišta međusobnog povezivanja.

Na temelju statusa operatora sa znatnijom tržišnom snagom, T-Mobile i Vipnet su bili obvezni izraditi Standardnu ponudu pristupa mreži i međusobnog povezivanja. Ostale regulatorne obveze na operatore Vipnet i T-Mobile proizlaze iz ZOT-a²⁵.

5.3. Mjerodavno tržište u dimenziji usluga

5.3.1. Zamjenjivost na strani potražnje - maloprodajna razina

Kako je u mjerodavnim Smjernicama Europske komisije i navedeno, prije definiranja dimenzije usluga i zemljopisne dimenzije veleprodajnih tržišta, potrebno je utvrditi zamjenjivost na strani potražnje na maloprodajnoj razini, s obzirom da iz iste proizlazi potražnja za uslugama na veleprodajnoj razini, a u ovom slučaju potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

Krajnji korisnici pristup u 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 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 odlaznih poziva promatraju kao integrirane usluge i s tehničkog 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 putem bez pretplatničkog odnosa cijeli iznos za pristup mreži 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.

²⁵ Na snazi do 01. srpnja 2008. godine kada na snagu stupa ZEK. Međutim, sukladno članku 128. ZEK-a obveze nametnute ZOT-om ostaju na snazi do završetka postupka analize tržišta

U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore da podižu cijene svojih usluga. Vezano na tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva, za razliku od tržišta završavanja (terminacije) poziva, operatori nisu u mogućnosti povećavati cijenu svojih tarifnih paketa za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa iz razloga što je velika vjerojatnost da će korisnici, vidjevši više cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora.

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 iz čega proizlazi da se svaka pojedina pokretna mreža ne može, kao kod tržišta završavanja (terminacije) poziva, smatrati odvojenim tržištem već da su sve mreže zajedno sastavni dio istog tržišta.

Temeljem svega prethodno navedenog vidljivo je da se maloprodajne usluge pristupa i poziva (javno dostupna telefonska usluga u pokretnim mrežama), koje se po svojim tehničkim karakteristikama temelje na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva, odnose na pristup i sve vrste poziva krajnjeg korisnika iz pokretnih mreža, a to su:

- pristup u pokretnoj mreži;
- pozivi na zemljopisne brojeve;
- pozivi na nezemljopisne brojeve (usluge s dodanom vrijednosti²⁶);
- pozivi na brojeve u pokretnim mrežama;
- pozivi na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- pozivi na međunarodne brojeve;
- pozivi 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, a uzimajući u obzir potrebu analize maloprodajne razine kao temelja za određivanje tržišta na veleprodajnoj razini, i imajući u vidu da je usluga započinjanja (originacije) poziva preduvjet za pružanje pristupa i javno dostupne telefonske usluge u pokretnoj mreži krajnjim korisnicima, Agencija je razmotrila i druge načine komunikacije kao moguće zamjenske usluge pozivima iz pokretnih 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.

²⁶ Sukladno planu numeriranja

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 odlaznih poziva, krajnji korisnik će biti prisiljen potražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno spomenute usluge. Potencijalna zamjenska usluga bi mogao biti pristup i odlazni poziv 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 mreža omogućavaju krajnjem korisniku da pristupi mreži i uputi poziv 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 pristup mreži kod operatora pokretnih mreža zamijeniti pristupom mreži kod operatora nepokretne mreže.

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 prijenosa SMS poruke, za razliku od govornih poziva, postoji kašnjenje u prijenosu obzirom da se prijenos SMS poruke odvija po principu „pohrani i proslijedi“.*

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.

SMS poruke operatori pokretnih mreža u Republici Hrvatskoj nude 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 upućivanja poziva i slanja SMS poruke *mogu smatrati komplementarnim uslugama* odnosno, sa strane krajnjeg korisnika, smatraju se dijelom istog maloprodajnog tržišta. Drugim riječima, Agencija

navedene usluge ne smatra dijelom istog tržišta zato što su to komplementarne usluge, već iz razloga što ih krajnji korisnik smatra sastavnim dijelom istog tržišta.

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

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

U slučaju „nevođenih/neupravljenih“ (eng. *non-managed*) poziva govori se o usluzi prijenosa 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 pakete 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.

5.3.2. Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajna razina

Operator pokretnih mreža, koji pruža samo uslugu pristupa mreži, može, u slučaju da ostali operatori koji djeluju na tržištu hipotetski povise cijene za usluge odlaznih poziva za 5% do

10%, u vrlo kratkom vremenskom razdoblju ponuditi osim usluge pristupa i uslugu odlaznih poziva. Operator je u mogućnosti napraviti navedeno obzirom da se obje usluge nude preko istih mrežnih elemenata.

Međutim, kao što je prethodno u dokumentu navedeno da operatori usluge pristupa i odlaznih poziva nude kao povezane usluge iz razloga što krajnji korisnici ne bi bili u mogućnosti komunicirati ako ne ostvaruju pristup mreži i mogućnost započinjanja (originacije) 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 Agencije, 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 za 5% do 10% cijene maloprodajnih usluga koje nude. Drugim riječima, u slučaju da ostali operatori povise cijene za uslugu slanja SMS poruka, operator koji ne nudi uslugu slanja SMS poruka 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 mrežu, mogućnost pojave zamjenjivosti na individualnim osnovama je vrlo mala.

Temeljem prethodnog navedenog Agencija je mišljenja da govorne usluge i 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.

5.3.3. Zaključak

Na temelju analize zamjenjivosti na strani ponude i potražnje na maloprodajnoj razini vidljivo je da podjela tržišta na tržište korisnika s pretplatničkim odnosom i tržište korisnika bez pretplatničkog odnosa nije potrebna iz razloga što korisnici mogu vrlo jednostavno mijenjati tarifne pakete odnosno bez ikakvih poteškoća mogu preći s tarifnog paketa koji uključuje pretplatnički odnos na tarifni paket koji ne uključuje pretplatnički odnos i obrnuto. Isto tako, nije potreban podjela tržišta na poslovne i rezidencijalne korisnike iz razloga što korisnici neće biti zainteresirani za promjenu tarifnog paketa dok god postojeći tarifni paket zadovoljava njihove komunikacijske potrebe

U skladu s prethodno navedenim, maloprodajno tržište, koje je jedinstveno za rezidencijalne i poslovne korisnike te korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa, sastoji se od sljedećih usluga:

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

Drugim riječima, Agencija zaključuje da potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva na veleprodajnoj razini proizlazi iz:

- potražnje krajnjih korisnika za uslugama svih vrsta poziva i slanja svih vrsta SMS poruka koje se nude preko operatora koji posjeduje vlastitu infrastrukturu;
- potražnje krajnjih korisnika za uslugama svih vrsta poziva i slanja svih vrsta SMS poruka koje se nude preko operatora koji ima radijski dio mreže, ali koristi uslugu nacionalnog roaminga dok ne izgradi vlastitu pristupnu mrežu;
- potražnje krajnjih korisnika za uslugama svih vrsta poziva i slanja svih vrsta SMS poruka koje se nude preko operatora koji nemaju radijski dio mreže odnosno preko virtualnih operatora pokretnih mreža.

5.3.3. Zamjenjivost na strani potražnje - veleprodajna razina

Na veleprodajnoj razini svaki operator pokretnih mreža želi imati pristup mreži i mogućnost da započinje (originira) sve vrste poziva kako bi na maloprodajnoj razini navedene usluge mogao ponuditi skupa obzirom da krajnji korisnici, kako je rečeno u poglavlju 5.3.1. ovog dokumenta, navedene usluge promatraju kao integrirane usluge. Drugim riječima, operatorima na veleprodajnoj razini usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva predstavljaju integrirane usluge, kao što na maloprodajnoj razini krajnji korisnici navedene usluge gledaju kao integrirane usluge.

Agencija je u poglavlju 5.3.1. ovog dokumenta spomenula da postoje tri vrste operatora koje korisnicima mogu ponuditi pristup i upućivanje poziva, a u navedeno ulaze operatori pokretnih mreža, virtualni operatori pokretnih mreža i operatori pokretnih mreža koji izgrađuju vlastitu mrežu, a za to vrijeme koriste uslugu nacionalnog roaminga nekog od operatora pokretnih mreža na tržištu. Navedeno su različite veleprodajne vrste pristupa koje na maloprodajnoj razini s gledišta krajnjeg korisnika predstavljaju zamjenske usluge. Načelno odnos između operatora koji djeluju na tržištu nije poznat krajnjem korisniku obzirom da navedeno nije bitno za korištenje usluga pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

Postoje četiri osnovna elementa koja su potrebna za pružanje mobilnih usluga na maloprodajnoj razini, a to su pristup mreži, započinjanje (originacija) poziva, usluga prijenosa poziva (eng. *call conveyance*) te usluga završavanja (terminacije) poziva. Neki od ostalih dodatnih elemenata potrebnih za pružanje maloprodajnih mobilnih usluga uključuju signalizaciju i uslugu naplate.

Operatori, kako bi pružali maloprodajne usluge, moraju imati pristup prethodno navedenim elementima i to na način da sagrade vlastitu pristupnu mrežu ili da koriste infrastrukturu već postojećih operatora na tržištu. Virtualni operator pokretnih mreža (eng. *MVNO – Mobile Virtual Network Operator*) je operator koji obavlja djelatnost elektroničkih komunikacijskih usluga a koristi mrežu nekog od operatora pokretnih mreža. Najveća razlika je u posjedovanju radijskog dijela mreže odnosno virtualni operator niti u jednom trenutku neće imati radijski dio mreže odnosno neće imati radijsku frekvenciju potrebnu za pružanje usluga.

Agencija pod virtualnim pokretnim mrežnim operatorom smatra sve sljedeće nabrojane modele virtualnih mrežnih operatora:

- Davatelj usluga (eng. *service provider or airtime reseller*) – virtualni operator koji ne posjeduje niti jedan od osnovni mrežnih elemenata te koristi SIM karticu operatora koji mu daje pristup mreži. Navedeni virtualni operator je vrlo ograničen u mogućnosti da ponudi tarifne pakete drugačije cjenovne strukture od operatora koji mu daje pristup mreži odnosno samo preprodaje usluge pristupnog operatora;
- Davatelj naprednih usluga (eng. *enhanced service provider*) – za razliku od davatelja usluga osim što preprodaje usluge svog pristupnog operatora davatelj naprednih usluga u mogućnosti je ponuditi i svoje vlastite usluge. Ne posjeduje vlastitu SIM karticu, ali može napraviti vlastiti brand SIM kartice pristupnog operatora;
- Puni virtualni operator (eng. *full or extended MVNO*) – Virtualni operator koji posjeduje vlastiti IMSI kod (eng. *International Mobile Subscriber Identity Code*), vlastiti mrežni kod, vlastitu SIM karticu te prodaje vlastite usluge na maloprodajnoj razini. Također, ovaj tip virtualnog operatora ima mogućnost vlastitih roaming ugovora kao i ugovora o međupovezivanju.

Ostale karakteristike virtualnih pokretnih operatora vidljive su u tablici 2.

Tablica 2.²⁷ Karakteristike svakog modela virtualnih operatora pokretnih mreža

	Davatelj usluga	Davatelj naprednih usluga	Puni virtualni operator
Pristupna mreža	Nema radijskog dijela	Nema radijskog dijela	Nema radijskog dijela
SIM, NDC	Nema vlastiti SIM	Moguć vlastiti SIM	Vlastiti SIM
	Nema vlastiti NDC	Moguć vlastiti NDC	Vlastiti NDC
Mrežna infrastruktura	Nema kontrole usmjeravanja	Nema kontrole usmjeravanja	Ima kontrolu usmjeravanja
	Nema HLR	Nema potpunu kontrolu nad HLR-om	Puna kontrola nad HLR-om
	Moguća vlastita VAS platforma	Moguća vlastita VAS platforma	Vlastita VAS platforma
	Moguća vlastita Služba za korisnike i sustav naplate	Vlastita Služba za korisnike i sustav naplate	Vlastita Služba za korisnike i sustav naplate
Cjenovni sustavi	Vlastiti cjenovni sustavi, bazirani na pregovorima	Vlastiti cjenovni sustavi, bazirani na pregovorima	Vlastiti cjenovni sustavi
Brandiranje	Grupirano brandiranje (powered by)	Nezavisno brandiranje i naplate	Potpuno nezavisno brandiranje
	Moguća vlastita naplata	Visoki stupanj vlasništva nad korisnicima	Potpuno vlasništvo nad korisnicima
Poslovni model	Struktura prihoda	Struktura prihoda	Struktura prihoda
	Preprodavač sa dodanom vrijednosti	Preprodavač sa dodanom vrijednosti	Govor, podaci itd.
	Vlastite usluge	Vlastite usluge	Usluge
	Struktura troškova	Struktura troškova	Struktura troškova
	Prodaja i marketing	Prodaja i marketing	Prodaja i marketing
	Distribucija	Distribucija	Distribucija
	Moguće investicije u VAS platforme i CCB	Moguće investicije u SIM, HLR, VAS platforme i CCB	Najam radijskog pristupa
			Dozvole, NDC itd.
		Ostatak mrežne infrastrukture	

Isto tako, na tržištu usluge može nuditi i operator pokretnih mreža koji koristi usluge nacionalnog roaminga jednog od postojećih operatora na tržištu. Osnovna razlika između operatora koji koristi nacionalni roaming i virtualnog pokretnog operatora je u tome što operator koji koristi nacionalni roaming ima radijski dio mreže. Drugim riječima, operator koji koristi nacionalni roaming mora biti operator pokretnih mreža, a ne virtualni operator pokretnih mreža.

Prilikom određivanja mjerodavnog tržišta na veleprodajnoj razini Agencija je obratila pozornost na sljedeća pitanja:

- a) Jesu li usluga započinjanja (originacije) poziva, pristup virtualnim operatorima i ostale veleprodajne usluge koje se pružaju preko pokretnih mreža sastavni dio istog mjerodavnog tržišta?
- b) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih pokretnih mreža sastavni dio istog mjerodavnog tržišta?
- c) Treba li usluga za vlastite potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u mjerodavno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pružaj trećoj strani?

a) Jesu li usluga započinjanja (originacije) poziva, pristup virtualnim operatorima i ostale veleprodajne usluge koje se pružaju preko pokretnih mreža sastavni dio istog mjerodavnog tržišta?

U zemljama Europske unije postoje različiti poslovni modeli koji prvenstveno ovise o raspoloživosti veleprodajnog pristupa i usluge započinjanja (originacije) poziva koju pružaju operatori pokretnih mreža. Tako na primjer virtualni operatori pokretnih mreža zahtijevaju

²⁷ Izvor: Arthur D. Little

pristup radijskom dijelu mreže dok uslugu nacionalnog roaminga mogu pružati samo operatori pokretnih mreža koji imaju koncesiju/dozvolu za obavljanje elektroničkih komunikacijskih usluga.

Agencija je mišljenja da različiti poslovni modeli koji postoje na tržištu ne bi trebali biti sastavni dio istog tržišta obzirom da su temeljeni na različitim ekonomskim pretpostavkama odnosno različnim strategija ulaska na tržište.

Međutim, uzevši u obzir zaključak koji je Agencija iznijela u poglavlju 5.3.1. ovog dokumenta, a odnosi se na činjenicu da korisnik od odabranog pristupnog operatora dobiva uslugu koja uključuje pristup mreži i mogućnost odlaznih poziva, neovisno radi li se o operatoru pokretnih mreža, virtualnom pokretnom operatoru ili operatoru koji izgrađuje vlastitu mrežu, a za to vrijeme koristi uslugu nacionalnog roaminga, različiti poslovni modeli, čiji je smisao da zadovolje potrebe korisnike na maloprodajnoj razini, predstavljaju na strani potražnje zamjensku uslugu jedan drugome odnosno sastavni su dio istog mjerodavnog tržišta.

b) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih pokretnih mreža sastavni dio istog mjerodavnog tržišta?

Na veleprodajnoj razini operatori žele imati pristup mreži i mogućnost započinjanja (originacije) svih vrsta poziva s ciljem da navedene usluge ponude krajnjim korisnicima koji navedene usluge promatraju kao integrirane usluge. Nadalje, operator kojem su nužne prethodno navedene usluge, kako bi mogao ponuditi svoje usluge na maloprodajnoj razini, pristupnog operatora bira na temelju njegove geografske pokrivenosti ili tržišnog udjela po broju korisnika.

Novim operatorima koji ulaze na tržište dovoljno je da im samo jedan od postojećih operatora na tržištu ponudi uslugu pristupa i započinjanja (originacije) poziva kako bi svoje usluge mogli ponuditi na maloprodajnoj razini. Temeljem navedenog, Agencija je mišljenja da su veleprodajne usluge koje se mogu pružati preko različitih pokretnih operatora sastavni dio istog mjerodavnog tržišta.

c) Treba li usluga za vlastite potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u mjerodavno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pružaj trećoj strani?

Potrebno je utvrditi postoji li određena mogućnost konkurentskog pritiska s maloprodajne razine na određivanje veleprodajne cijene usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

Naime, na tržištu mogu postojati operatori koji pružaju maloprodajne usluge pristupa i odlaznih poziva putem veleprodajnih usluga pristupa i započinjanja (originacije) poziva koju ostvaruju preko postojećeg operatora na tržištu

Ukoliko „operator A“, koji pruža veleprodajnu uslugu započinjanja (originacije) poziva, povisi cijenu iste, maloprodajna cijena usluge „operatora B“, koji veleprodajno od njega uzima uslugu pristupa i započinjanja (originacije), će se također povećati iz razloga što će „operator B“, na neki način morati, prebaciti povećanje veleprodajnih troškova na krajnje korisnike.

Krajnji korisnici „operatora B“ će se suočiti s povećanjem cijene maloprodajne usluge temeljene na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva te će početi mijenjati tarifne pakete koje koriste na način da će ići na one tarifne pakete u kojima su povoljnije cijene. Cijene neće biti povoljnije za usluge koje se temelje na veleprodajnoj usluzi započinjanja (originacije) poziva, već na usluzi koja se pruža putem vlastite pristupne infrastrukture (eng. *self supply*).

Slijedom navedenog, vidljivo je da na temelju zamjenjivosti potražnje na maloprodajnoj razini dolazi do određenog pritiska na odluku „operatora A“ iz razloga što će, u slučaju povećanja cijene veleprodajne usluge započinjanja (originacije) poziva, korisnici „operatora B“ početi prelaziti na maloprodajne usluge drugih operatora što će zapravo „operatora A“ dovesti do smanjenja prodaje veleprodajne usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva. Drugim riječima, „operator B“ će veleprodajnu uslugu pristupa i započinjanja poziva početi kupovati od nekog drugog operatora koji, sukladno prethodno navedenom u dokumentu, djeluje na istom mjerodavnom tržištu.

Temeljem navedenog, Agencija je odlučila u određivanje tržišta uključiti i usluge započinjanja (originacije) poziva svih operatora na tržištu, koje se pružaju za vlastite potrebe u svrhu pružanja usluga krajnjim korisnicima.

5.3.4. Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajna razina

a) Jesu li usluga započinjanja (originacije) poziva, pristup virtualnim operatorima i ostale veleprodajne usluge koje se pružaju preko pokretnih mreža sastavni dio istog mjerodavnog tržišta?

Sa strane zamjenjivosti na strani ponude, a ovisno o raspoloživom kapacitetu, operatori pokretnih mreža koji pružaju uslugu pristupa mreži, uslugu započinjanja (originacije) poziva ili što je slučaj u Republici Hrvatskoj obje usluge zajedno, mogu vrlo lako odnosno u kratkom vremenskom razdoblju i bez većih dodatnih troškova ponuditi usluge operatorima koji ulaze na tržište neovisno o poslovnom modelu po kojem bi pružali svoje usluge, a koji su navedeni u poglavlju 5.3.3. ovog dokumenta. Navedeno je moguće iz razloga što operatori već imaju infrastrukturu koja je potreba za pružanje bilo kojeg poslovnog modela koji zatraži novi operator.

b) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih pokretnih mreža sastavni dio istog mjerodavnog tržišta?

Kao što je prethodno u dokumentu već rečeno, svaki operator koji djeluje na tržištu je u mogućnosti u slučaju hipotetskog povećanja veleprodajnih usluga drugog operatora na tržištu u mogućnosti u kratkom vremenskom razdoblju i bez visokih dodatnih troškova ponuditi, ovisno o poslovnom modelu, potrebnu veleprodajnu uslugu.

Iz navedenog proizlazi zaključak da su veleprodajne usluge koje se mogu pružati preko različitih pokretnih operatora sastavni dio istog mjerodavnog tržišta.

c) Treba li usluga za vlastite potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u mjerodavno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pružaj trećoj strani?

Agencija je mišljenja da je za operatore koju kupuju veleprodajno uslugu pristupa i započinjanja (originacije) poziva, u slučaju da operatori od kojih kupuju usluge povećaju cijene veleprodajnih usluga pristupa i započinjanja (originacije) poziva vrlo teško u kratkom vremenskom razdoblju odnosno u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza početi nuditi navedene usluge preko vlastite infrastrukture. Naime, izgradnja vlastite pristupne mreže iziskuje visoka ulaganja ne temelju čega Agencija zaključuje da ne postoji zamjenjivost na strani ponude.

5.4. Dodatni čimbenik koji utječe na određivanje mjerodavnog tržišta u dimenziji usluga

5.4.1. 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 (originirati) 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 odnosno započinjanje (originaciju) 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.

5.5. 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 analizu zamjenjivosti usluge započinjanja (originacije) poziva na maloprodajnoj i veleprodajnoj razini, Agencija zaključuje da je mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji za pružanje navedene usluge u opsegu nacionalno, odnosno, mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji čini cijeli teritorij

Republike Hrvatske. Navedeni zaključak se temelji na činjenici da svi operatori pokretnih mreža u Republici Hrvatskoj imaju dozvolu za obavljanje elektroničke komunikacijske usluge u pokretnim mrežama te, prema saznanjima kojima raspolaže Agencija, svi pružaju usluge međupovezivanja na cijelom teritoriju Republike Hrvatske. Isto tako, usluge se ovisno o regijama ne razlikuju cjenovno, odnosno pružaju se pod istim uvjetima i cijenama 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.

5.6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta

Slijedom svega navedenog, Agencija je utvrdila da se mjerodavno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža sastoji od sljedećih usluga:

- Usluga omogućavanja svih vrsta pristupa od strane operatora pokretnih mreža (eng. *MNO*);
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta odlaznih poziva za operatore koji imaju radijski dio mreže, ali koriste uslugu nacionalnog roaminga dok ne izgrade vlastitu pristupnu mrežu;
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta SMS poruka za operatore koji imaju radijski dio mreže, ali koriste uslugu nacionalnog roaminga dok ne izgrade vlastitu pristupnu mrežu;
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta odlaznih poziva za virtualne operatore pokretnih mreža;
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta SMS poruka za virtualne operatore pokretnih mreža;
- Usluga pristupa za vlastite potrebe i usluga započinjanja (originacije) poziva i SMS poruka u vlastitu mrežu i mreže drugih operatora koje se pružaju za vlastite potrebe.

Mjerodavno tržište započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore pokretnih mreža odnosno svi operatori pokretnih mreža nude prethodno navedene veleprodajne usluge na istom tržištu.

Prethodno navedeno tržište uključuje započinjanje (originaciju) poziva i 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 usluge pristupa i započinjanje (originaciju) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža koju nude operatori Tele2, T-Mobile i Vipnet nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

Mjerodavno tržište ne uključuje veleprodajne usluge međunarodnog roaminga iz razloga što se na temelju Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima iz 2002. godine tržište međunarodnog roaminga smatra zasebnim tržištem.²⁸

²⁸ Tržište međunarodnog roaminga je tržište broj 17 na temelju preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima

6. 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 „*Pristupa i započinjanja (originacija) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža*“, koje je na temelju stare Preporuke o mjerodavnim tržištima bilo smješteno na 15. mjestu od 18 mjerodavnih tržišta koja su bila navedena u toj Preporuci, nije sastavni dio 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.

6.1. 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 to tržište:

- strukturne zapreke;
- pravne ili regulatorne zapreke.

Prvo mjerilo 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.

Prijetnja od ulaska na tržište, neovisno ulazi li novi operator na tržište na kraće ili duže vremensko razdoblje, predstavlja glavni pritisak od stane 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 omogućava razvoj efikasne konkurencije na tom tržištu.

6.1.1. Strukturne zapreke ulaska na tržište

Na temelju Preporuke Europske komisije iz 2002. godine,²⁹ 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.

Agencija je mišljenja da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža ne postoje visoke i trajne strukturne zapreke za ulazak na tržište. Naime, treći operator Tele2 ušao je na tržište i postupno počeo graditi vlastitu pristupnu infrastrukturu odnosno bio je u mogućnosti duplicirati mrežu kakvu posjeduju operatori T-Mobile i Vipnet koji su prije njega ušli na tržište. Po mišljenju Agencije osnovna strukturna prepreka je (ne)mogućnost izgradnje vlastite pristupne mreže. Za razliku od tržišta elektroničkih komunikacijskih mreža u nepokretnim mrežama, u pokretnim mrežama postoji mogućnost dupliciranja mreže kakvu posjeduju ostali operatori na tržištu.

6.1.2. Pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište

Na temelju Preporuke Europske komisije, pravne ili regulatorne zapreke ne ovise o ekonomskim uvjetima, već proizlaze iz pravnih, administrativnih ili ostalih sličnih mjera koje indirektno utječu na ulazak novih operatora na tržište.

Na temelju dokumenta europske grupe regulatora (eng. *ERG*)³⁰, glavne pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište odnose se na sljedeće:

- potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom;
- ograničenja i uvjeti povezani uz uporabu radiofrekvencijskog spektra;
- utjecaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ući na tržište.

a) Potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom

ZEK je stupio na snagu dana 01. srpnja 2008. godine. Na temelju članka 31. ZEK-a svaka pravna ili fizička osoba ima pravo postaviti, upotrebljavati i davati na korištenje elektroničku komunikacijsku mrežu te pružati elektroničke komunikacijske usluge na području Republike Hrvatske bez pribavljanja posebnog ovlaštenja odnosno u mogućnosti su navedene usluge

²⁹ ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

³⁰ ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

pružati samo na temelju općeg ovlaštenja. Opće ovlaštenje podrazumijeva da su, sukladno članku 32. ZEK-a, obvezni 15 dana prije početka pružanja usluga obavijestiti u pisanom obliku Agenciju o svojoj namjeri. Do stupanja na snagu ZEK-a odnosno na temelju ZOT-a operatori su od Agencija trebali ishoditi prijavu i dozvolu za rad.

b) Ograničenja i uvjeti povezani uz uporabu radiofrekvencijskog spektra

U Republici Hrvatskoj frekvencijski spektar je djelomično zauzet. Naime, frekvencijski spektar GSM 900 u potpunosti je zauzet dok na frekvencijskog spektru GSM/DCS 1800 ima slobodnih kapaciteta. Također, na tržištu je slobodan i 1 kanal UMTS(3G) iz čega proizlazi mogućnost ulaska četvrtog operatora pokretnih mreža koji bi nudio usluge na 3G tehnologiji.

Iako je frekvencijski spektar GSM/DCS 1800 skuplji u odnosu na frekvencijski spektar GSM 900, Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku ne postoje visoke i trajne pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište obzirom da postoji mogućnost ulaska novih operatora koji svoje usluge mogu nuditi i na 2G i na 3G tehnologiji.

c) Utjecaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ući na tržištu

Na temelju ZOT-a, koji je bio na snazi do dana 01. srpnja 2008. godine i koji se temeljio na starom regulatornom okviru, operatori koji su željeli ući na tržište bili su obvezni platiti koncesiju za korištenje radiofrekvencijskog spektra te od regulatora ishoditi prijavu i dozvolu za rad. Koncesija za pružanje GSM usluga iznosila je 105 milijuna kuna.

U skladu sa ZEK-om odnosno Pravilnikom o plaćanju naknada za pravo uporabe adresa, brojeva i radiofrekvencijskog spektra³¹, operatori su obvezni platiti dozvolu za korištenje radiofrekvencijskog spektra u iznosu od 50 milijuna kuna te ne trebaju ishoditi od Agencije prijavu i dozvolu za rad, već su na temelju općeg ovlaštenja u mogućnosti započeti pružati uslugu.

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 pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište.

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

Prvo 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 dinamično 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 su prva dva mjerila međusobno nadopunjuju odnosno Agencija na temelju oba mjerila može izvući zaključak je li nužno prethodno regulirati određeno tržište.

³¹ Navedeni pravilnik je donijelo ministarstvo mora, prometa i infrastrukture (klasa: 011-01/08-02/85; ur.broj: 530-10-08-1), a stupio je na snagu dana 01. siječnja 2009. godine

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-a³² 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 trebao odgovarati vremenskom razdoblju koji je ili koji 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-a³³ regulatornim tijelima prilikom određivanja teži li tržište u određenom vremenskom razdoblju djelotvornom tržišnom natjecanju mogu pomoći sljedeća podmjerila koja ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- tržišni udjeli operatora;
- cjenovna kretanja;
- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke zapreke razvoju infrastrukturne konkurencije;
- stupanj diversifikacije 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) Broj prenesenih brojeva

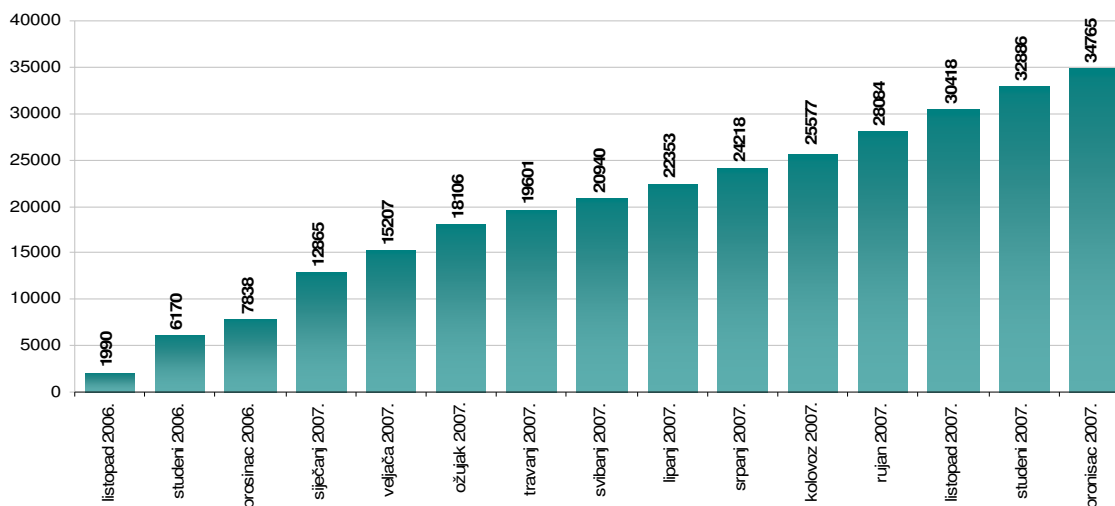
Dostupnost usluge prenosivosti broja u Republici Hrvatskoj moguća je od listopada 2006. godine. Na slikama 1. i 2. niže u dokumentu vidljivo da od uvođenja navedene usluge na tržište broj prenesenih brojeva kontinuirano raste iz mjeseca u mjesec.

³² ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

³³ ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

Slika 1.

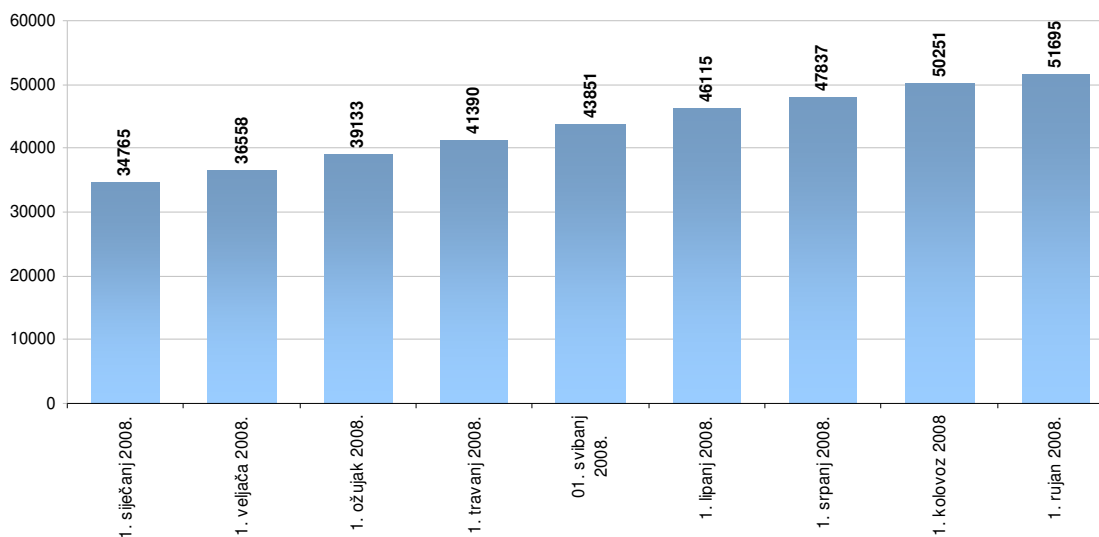
Preneseni brojevi u pokretnoj mreži 2006.- 2007.



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Slika 2.

Preneseni brojevi u pokretnoj mreži 2008.



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Na temelju kontinuiranog porata broja prenesenih brojeva Agencija zaključuje da se nije zaustavio razvoj tržišta u smislu da su operatori zadovoljni sa svojom pozicijom odnosom tržišnim udjelom, već da na tržištu i dalje postoji konkurencija između operatora za krajnje korisnike.

Također, Agencija smatra da će se i u promatranom vremenskom razdoblju nastaviti daljnji rast broja prenesenih brojeva odnosno da će se tržište i dalje dinamički razvijati.

b) Gustoća korisnika pokretnih mreža

Kao što je na slici 3. niže u dokumentu vidljivo broj korisnika pokretnih mreža se kontinuirano povećava iz godine u godinu. Na kraju 2005. godine gustoća korisnika iznosila je 82,95% dok je na kraju drugog tromjesečja 2008. godine iznosila 122,01%.

Slika 3. Gustoća korisnika pokretnih mreža



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Na temelju kontinuiranog porata korisnika pokretnih mreža Agencija zaključuje da se rast tržišta nije zaustavio. Nadalje, po mišljenju Agencija gustoća korisnika u Republici Hrvatskoj nije dosegla svoj vrhunac već se u promatranom vremenskom razdoblju očekuje daljnji umjereni rast tržišta po broju korisnika te bi, po procjenama Agencije, sredinom 2011. godine u Republici Hrvatskoj trebalo biti malo više od 6 milijuna korisnika pokretnih mreža.

Isto tako, Agencija u promatranom razdoblju očekuje snažan rast u broja korisnika 3G mobilnih uređaja kao i korištenja 3G usluga.

Na temelju prethodno navedenog Agencija zaključuje da će se promatrano tržište i dalje dinamički razvijati.

c) Tele2 – aktivni operator na tržištu

Na temelju podataka koje je Agencija prikupila kroz upitnike vidljivo je da je Tele2 aktivni operator na tržištu odnosno vidljiv je kontinuirani porast u geografskoj i populacijskoj pokrivenosti GSM i UMTS signalom. Obzirom da na tržištu postoje tri aktivna operatora pokretnih mreža T-Mobile, Vipnet i Tele2 odnosno da tržište u promatranom razdoblju teži efikasnoj konkurenciji, Agencija u ovom trenutku ne smatra opravdanim prethodno regulirati tržište započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža. Drugim riječima, sva tri operatora mogu odnosno moći će u promatranom vremenskom razdoblju

ponuditi potencijalnom novom operatoru koji želi ući na tržište usluge koje su sastavni dio ovog tržišta.

Nadalje, a vezano uz dinamičko mjerilo 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) Pristup mreži preko usluge nacionalnog roaminga

Tele2 je u prosincu 2004. godine dobio koncesiju 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, a svoju GSM uslugu počeo je komercijalno nuditi u listopadu 2005. godine. Obzirom da nije imao vlastitu infrastrukturu, Tele2 je u lipnju 2005. godine potpisao s operatorom Vipnet-om ugovor o nacionalno roamingu. Navedeni operatori su ugovor o nacionalnom roamingu potpisali na komercijalnoj osnovi odnosno uvjete i cijene nacionalnog roaminga dogovorili su samostalno bez uplitanja Agencije.

Navedeni ugovor o nacionalnom roamingu istekao je u svibnju 2008. godine, a Tele2 je u listopadu 2007. godine sklopio novi ugovor o nacionalnom roamingu s operatorom T-Mobile-om koji je na snagu stupio u lipnju 2008. godine. Tele2, kao novi operator na tržištu odnosno operator s najslabijom tržišnom snagom, uspio je na komercijalnoj osnovi odnosno bez uplitanja Agencije promijeniti operatora za nacionalni roaming. Novi ugovor o nacionalnom roamingu povoljniji je za Tele2 u pogledu usluga koje je u mogućnosti ponuditi krajnjim korisnicima te u pogledu troškova odnosno s troškovne strane novi ugovor o nacionalnom roamingu je za Tele2 povoljniji od starog ugovora o nacionalnom roamingu.

Nadalje, u koncesiji koju je Tele2 dobio u prosincu 2004. godine 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 navedeni su rokovi u kojima je obavezan izgraditi vlastitu infrastrukturu za radiofrekvencijski spektar GSM/DCS-1800 i radiofrekvencijski spektar UMTS. Rok za geografsku i populacijsku pokrivenost GSM signalom iznosi 5 godina od dobivanja koncesije.

Agencija je upoznata s problemima s kojima se suočavaju operatori pokretnih mreža prilikom gradnje vlastite mreže odnosno postavljanja antenskih stupova. Međutim, na temelju prikupljenih podataka od strane operatora T-Mobile-a, Vipnet-a i Tele2 Agencija je zaključila da postojeći operatori na tržištu T-Mobile, Vipnet i Tele2 daju infrastrukturu u najam i unajmljuju infrastrukturu međusobno te od drugih poduzeća koja posluju na tržištu čime se sigurno umanjuju prepreke ulaska na tržište odnosno olakšava geografska i populacijska pokrivenost nacionalnog teritorija svakom pojedinom operatoru. Na temelju postojeće situacije na tržištu Agencija je mišljenja da ne postoje opravdani razlozi zbog kojih potencijalnim novim operatorima na tržištu također ne bi bilo omogućeno da unajmljuju infrastrukturu.

Isto tako, u Republici Hrvatskoj operator koji želi ući na tržište nije obavezan prije komercijalnog pružanja vlastitih usluga na maloprodajnoj razini cijeli nacionalni teritorij pokriti vlastitom infrastrukturom te nije obavezan izgraditi vlastitu infrastrukturu u toliko kratkom roku da visina ulaganja u vlastitu infrastrukturu cijeli poslovni plan ulaska na tržište

čini u potpunosti neisplativim. Naime, po mišljenju Agencije rok od 5 godina za pokrivanje nacionalnog teritorija GSM signalom nije prekratak rok odnosno ne predstavlja rok koji bi ulazak na tržište novom operatoru trebao predstavljati visoku i trajnu zapreku ulaska na tržište.

Operator Tele2 je uspio na komercijalnoj osnovi dogovoriti ugovor o nacionalnom roamingu s operatorom Vipnet-om te za vrijeme trajanje navedenog ugovora sklopiti novi ugovor o nacionalnom roamingu pod povoljnijim uvjetima s operatorom T-Mobile-om. Uzevši u obzir prethodno navedeno te odgovarajući rok za izgradnju vlastite pristupne mreže kao i mogućnost unajmljivanja infrastrukture po mišljenju Agencije tržište teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja.

b) Pristup mreži davateljima usluga s dodanom vrijednosti koji žele pružati negovorne usluge s dodanom vrijednosti

Operatori T-Mobile i Vipnet su bez uplitanja Agencije u svoje elektroničke komunikacijske mreže integrirali platforme kojima je omogućeno pružanje usluga s dodanom vrijednosti uz puno veće mogućnosti za svakog operatora koji je imao pristup tim platformama. Pri uvođenju novih čvorova u elektroničku komunikacijsku mrežu potrebno je, osim troška platforme, provesti i prilagodbu te testiranje povezanih čvorova mreže kako bi se osigurala sigurnost, ispravan rad i integritet elektroničke komunikacijske mreže.

Činjenica da su oba operatora, u vremenskom razdoblju za koje je Agencija prikupila podatke, omogućila pristup „*Open interface*“ platformama pokazuje da postoji volja s njihove strane za poboljšanje kvalitete usluga s dodanom vrijednosti, sigurnosti mreže te uvjeta koje daju operatorima korisnicima pristupa, a s druge strane i postojanje potrebe na strani davatelja usluga s dodanom vrijednosti za takvim platformama.

„*Open interface*“ platforme korisniku omogućavaju veću kontrolu nad realizacijom usluga s dodanom vrijednosti koristeći protokole i alate koji su puno jednostavniji i pristupačniji za upotrebu. Isto tako, koristeći sve mogućnosti ove platforme operatorima korisnicima je omogućeno stvaranje novih usluga na lakši i jednostavniji način koristeći jednostavne protokole koji omogućavaju komunikaciju između aplikacija na različitim operacijskim sustavima, različitim platformama i pisanim u različitim programskim jezicima što je prije uvođenja ovih platformi bilo znatno kompliciranije.

Isto tako, potrebno je napomenuti da ove platforme povećavaju sigurnost elektroničke komunikacijske mreže zbog toga što svi operatori korisnici sada pristupaju platformama, a ne direktno jezgrenom mreži ili njenim komponentama. Navedeno je u znatnoj mjeri povećalo raspon usluga koje operatori korisnici tih platforma odnosno davatelji usluga s dodanom vrijednosti mogu plasirati na tržište elektroničkih komunikacija uz uvjet da su spremni razvijati nove ideje i stvarati nove proizvode.

Kako je u Republici Hrvatskoj broj operatora/davatelja koji pružaju usluge s dodanom vrijednosti u stalnom porastu tako je uvođenje novih platformi za jednostavnije razvijanje i pružanje tih usluga bio potreban korak koji su postojeći operatori na tržištu T-Mobile i Vipnet samoinicijativno odnosno bez uplitanja Agencije napravili i time otvorili još više opcija operatorima koji žele pružati usluge s dodanom vrijednosti. Povećana sigurnost i kontrola pristupa te mogućnost lakše implementacije i razvoj novih usluga osiguravaju krajnjem korisniku veći izbor i bolju zaštitu pri korištenju usluga s dodanom vrijednosti.

Temeljem svega prethodno navedenog, a uzevši u obzir činjenicu da postojeći operatori na tržištu imaju, bez uplitanja Agencije, i potpisane ugovore o pružanju negovornih usluga s dodanom vrijednosti s velikim brojem operatora/davatelja usluga s dodanom vrijednosti, Agencija je mišljenja da tržište teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja.

c) Pristup mreži virtualnim operatorima pokretnih mreža

Trenutno u Republici Hrvatskoj postoje tri operatora pokretnih mreža T-Mobile, Vipnet i Tele2 i ne postoje virtualni operatori pokretnih mreža. Do sada je postojao samo jedan zahtjev za virtualnim pokretnim operatorom koji je uputila Telcro grupa d.o.o. postojećim operatorima na tržištu koji imaju u potpunosti vlastitu infrastrukturu T-Mobile-u i Vipnet-u. Postojeći operatori na tržištu nisu s Telcro grupom uspjeli postići komercijalni dogovor.

Agencija ne smatra opravdanim zaključiti da postojeći operatori na tržištu koji imaju vlastitu infrastrukturu T-Mobile i Vipnet imaju namjeru kočiti razvoj tržišta u pogledu ulaska virtualnih operatora pokretnih mreža na tržište na temelju samo jednog odbijenog zahtjeva odnosno na temelju samo jednog zahtjeva na kojem se nije uspio postići komercijalni dogovor.

Sukladno navedenom, Agencija je mišljenja da u ovom trenutku tržište teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja odnosno Agencija je mišljenja da postojeći operatori na tržištu nemaju namjeru kočiti razvoj tržišta, već su spremni, na temelju zajedničkog poslovnog interesa, omogućiti pristup mreži virtualnim pokretnim operatorima.

d) Usluga započinjanja (originacije) odlaznih poziva i slanja SMS poruka

Kao što je gore u dokumentu napisano, operator Tele2 je uslugu nacionalnog roaminga od lipnja 2008. godine koristio od operatora Vipnet-a, a od lipnja 2008. godine uslugu nacionalnog roaminga koristi od operatora T-Mobile-a. Oba ugovora o nacionalnom roamingu su operatoru Tele2 omogućavala odnosno i dalje omogućuju veleprodajno usluge započinjanja (originacije) poziva i SMS poruka iz čega proizlazi da su navedene usluge, koje su sastavni dio tržišta započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža, omogućene na komercijalnoj osnovi odnosno bez uplitanja Agencije.

Temeljem navedenog, Agencija smatra da ne postoji opravdani razlog zašto spomenute usluge ne bi bile omogućene potencijalnim novim operatorima na tržištu neovisno o vrsti pristupa koje zatraže od postojećih operatora na tržištu uključujući i od operatora Tele2 koji je veliki dio nacionalnog teritorija pokrio vlastitom mrežom.. Drugim riječima, Agencija je mišljenja da tržište teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja.

6.3. 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-a³⁴, regulatorno tijelo bi trebalo procijeniti je li primjena propisa o zaštiti tržišnog natjecanja dovoljan da ukloni nedostatke koji postoje ili koji se mogu

³⁴ ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

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.

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.

7. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 6.1., 6.2. i 6.3. ovog dokumenta, mjerodavno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža 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 operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na tržištu međusobnog povezivanja prema ZOT-u. Ukidanje regulatornih obveza se odnosi samo na usluge koje su poglavljem 5.3. ovog dokumenta određene sastavnim dijelom tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža dok su ostale usluge koje su činile tržište međusobnog povezivanja, a odnose se na usluge koje su sastavni dio tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu obrađene u drugom dokumentu.

Također, Agencija bi htjela naglasiti da će pažljivo pratiti daljnji razvoj tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža 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.

8. Prilozi

8.1. 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

8.2. Prilog B – komentari na utvrđivanje mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare

- bit će omogućeno nakon završetka postupka javne rasprave

8.3. Prilog C – komentari na Test tri mjerila i osvrt Agencije na navedene komentare

- bit će omogućeno nakon završetka postupka javne rasprave