

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

TRŽIŠTE ZA VRŠAVANJA (TERMINACIJE) SMS PORUKA U ODREĐENU POKRETNU JAVNU KOMUNIKACIJSKU MREŽU

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 mjerodavnog tržišta	14
5.1. Tržište pokretnih mreža u Republici Hrvatskoj.....	14
5.2. Trenutno stanje na tržištu završavanja (terminacija) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu	15
5.3. Mjerodavno tržište u dimenziji usluga.....	16
5.3.1. Zamjenjivost na strani potražnje - maloprodajna razina	16
5.3.1.1. Ponašanje strane (korisnika) koja šalje SMS poruke	19
5.3.1.1.1. Osviještenost o cijenama i osjetljivost na cjenovne promjene	19
5.3.1.1.2. Korištenje alternativnih usluga	20
5.3.1.2. Ponašanje strane (korisnika) koja prima SMS poruku	21
5.3.1.3. Zaključak.....	22
5.3.2. Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajna razina	22
5.3.3. Zamjenjivost na strani potražnje - veleprodajna razina	23
5.3.4. Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajna razina	23
5.4. Dodatni čimbenik koji utječe na određivanje mjerodavnog tržišta u dimenziji usluga.....	24
5.4.1. Mreže treće generacije (3G).....	24
5.5. Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji	24
5.6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta	25
6. Test tri mjerila	26
6.1. Prvo mjerilo: prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne pravne ili regulatorne prirode	26
6.1.1. Strukturne zapreke ulaska na tržište	27
6.1.2. Pravne ili regulatorne zapreke ulaska na tržište	27
6.2. Drugo mjerilo: struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira.....	28
6.3. Treće mjerilo: primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.....	32
6.4. Zaključak.....	33
7. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji.....	35

8. Prilozi.....	36
8.1. Prilog A – mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja	36
8.2. Prilog B – komentari na utvrđivanje mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare	36
8.3. Prilog C – komentari na Test tri mjerila i osvrt Agencije na navedene komentare.....	36

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 *završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu* 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 tri mjerodavna tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu:

1. Završavanje (terminacija) SMS poruka u mreži operatora Tele2 d.o.o. neovisno o nacionalnoj pokretnoj mreži⁴ u kojoj je SMS poruka nastala;
2. Završavanje (terminacija) SMS poruka u mreži operatora T-Mobile d.o.o. neovisno o nacionalnoj pokretnoj mreži u kojoj je SMS poruka nastala;
3. Završavanje (terminacija) SMS poruka u mreži operatora Vipnet d.o.o. neovisno o nacionalnoj pokretnoj mreži u kojoj je SMS poruka nastala.

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

⁴ Agencija izraz *pokretne mreže* koristi kao skraćenicu za izraz *pokretne elektroničke komunikacijske mreže*

Prethodno navedena tržišta uključuju završavanje (terminaciju) SMS poruka u pokretnim mrežama neovisno je li SMS poruka završila na mobilnom uređaju koji podržava 2G ili 3G tehnologiju. Također, Agencija je odredila da je mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji za završavanje (terminaciju) SMS poruka, koju nude operatori Tele2, T-Mobile i Vipnet, nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

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 *završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu*, 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 završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu 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 sastavni dio tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža obrađene u drugim dokumentima.

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

2. Uvod

2.1. Europski regulatorni okvir za elektroničke komunikacije

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

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

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

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

- Preporuku (2003/311/EC) od dana 11. veljače 2003. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj 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 „*Završavanje (terminacija) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu*“, nije bilo sastavni dio niti stare niti nove Preporuke o mjerodavnim tržištima, Agencija može prethodno regulirati navedeno tržište jedino u slučaju da su istodobno zadovoljena tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

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

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

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.

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 Smjernicama 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 javne govorne usluge u pokretnim elektroničkim komunikacijskim 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 elektroničkim komunikacijskim mrežama postoje dva tržišta. Postoji tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz

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

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 koji 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 završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu:

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.

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.

¹¹ Tržište 15 sukladno staroj Preporuci o mjerodavnim tržištima

Agencija je dana 28. studenog 2008. godine zaprimila dodatne podatke i/ili pojašnjenja od strane prethodno navedenih operatora, koji pružaju usluge u pokretnim mrežama.

Agencija je tijekom analize tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, koje je obrađeno u drugom dokumentu, došla do zaključka da tržište završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, koja je trenutno predmet regulacije, nije sastavni dio navedenog tržišta iz čega proizlazi da Agencija, u svrhu kvalitetnog provođenja postupaka iz članka 53. stavka 2. ZEK-a, odnosno kako bi se moglo utvrditi jesu li na navedenom tržištu istodobno zadovoljena sva tri mjerila, a kojima se utvrđuje je li određeno tržište podložno prethodnoj regulaciji, mora prikupiti sve potrebne podatke za utvrđivanje mjerodavnog tržišta.

Temeljem navedenog, Vijeće Agencije je na sjednici održanoj dana 26. siječnja 2009. godine donijelo Odluku¹² kojom se određuju operatori koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za određivanje i analizu tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

Agencija je sve potrebne podatke za analizu tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka odnosno za provedbu Testa tri mjerila prikupila upitnikom koji su operatori Agenciji dostavili dana 19. rujna 2008. godine te na temelju dodatnih podataka koje su operatori dostavili dana 28. studenog 2008. godine. Temeljem navedenog, operatori T-Mobile, Vipnet i Tele2 nisu trebali dostaviti dodatne podatke na temelju odluke od dana 26. siječnja 2009. godine.

¹² klasa: UP/I-344-01/08-01/1583; ur. broj: 376-11-08-01

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 i odlaznih i dolaznih SMS poruka 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 principu¹³ koji je usvojen u zemljama Europske unije pa tako i u Republici Hrvatskoj. Na temelju tog principa strana koja upućuje SMS plaća cijeli SMS dok strana koja prima SMS ne mora ništa platiti. Drugim riječima, na temelju CPP principa usluga je započeta i plaćena od strane koja je uputila SMS na mobilni uređaj, a ne od strane koja je zaprimila SMS. U skladu s navedenim, test hipotetskog monopola¹⁴, koji se provodi na temelju cijene pristupa i odlaznih SMS poruka, je drukčiji u odnosu na taj test za dolazne SMS poruke obzirom da će povećanje cijene pristupa i odlaznih SMS poruka platiti strana koja je uputila SMS poruku odnosno vlasnik telefona dok povećanje cijene dolaznih SMS poruka neće platiti vlasnik telefona.

Temeljem navedenog dolazi se do zaključka da je zbog CPP principa maloprodajno tržište podijeljeno na tržište pristupa i odlaznih poziva i SMS poruka te tržišta dolaznih poziva i SMS poruka. Zbog suštinske razlike, Agencija će tržište završavanja (terminacije) poziva i tržište završavanja (terminacije) SMS poruka promatrati zasebno od tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

¹³ 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 SMS poruku.

¹⁴ 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 Odlukom¹⁵ odredilo operatore koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za utvrđivanje tržišta:

- **Završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.**

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.

¹⁵ klasa: UP/I-344-01/08-01/1583; ur. broj: 376-11-08-01

5. Određivanje mjerodavnog tržišta

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 komunikacijskih 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 završavanja (terminacija) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu

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 završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

Na temelju statusa operatora sa značajnom 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 završavanja (terminacije) SMS poruka.

Prema strukturi troškova SMS poruka, maloprodajna cijena SMS poruka uključuje i trošak usluge završavanja (terminacije) SMS poruka. Uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretnim mrežama nudi svaki od tri operatora javnih pokretnih mreža, s naglaskom na činjenici da je usluga završavanja (terminacije) SMS poruka u mrežu T-Mobile-a i Vipnet-a regulirana, dok je cijena za uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka u mrežu Tele2 predmet komercijalnog dogovora.

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

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

U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore da podižu cijene svojih usluga. Međutim, kod usluge završavanja

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

(terminacije) SMS poruka u pokretnim mrežama to nije slučaj iz razloga što tržište završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretnim mrežama u Republici Hrvatskoj, kao i u zemljama Europske unije, karakterizira CPP princip odnosno princip po kojem cijeli trošak SMS poruke snosi strana koja šalje SMS, uključujući i cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka, dok strana koja prima SMS poruku ne mora ništa platiti.

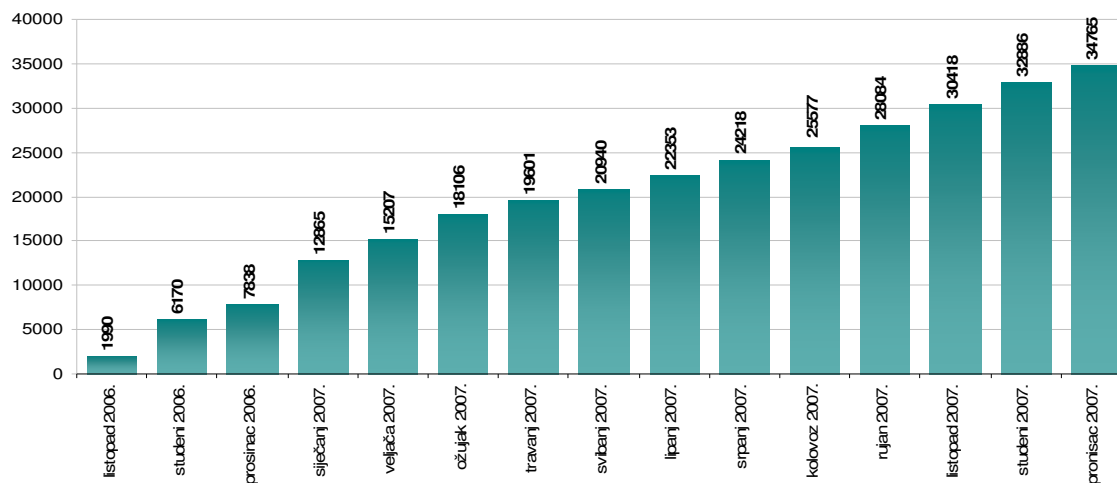
Drugim riječima, operatori pokretnih mreža mogu slobodno, bez straha da će gubiti korisnike, podizati cijenu usluge završavanja (terminacije) SMS poruka iz razloga što se veća cijena te usluge, zbog CPP principa, neće prevaliti na njegove korisnike, već na korisnike operatora koji su poslali poruku njegovim korisnicima. Naime, operator čiji je korisnik poslao poruku morat će platiti višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka koju će prevaliti na svojeg korisnika u obliku većih maloprodajnih cijena SMS poruka prema drugim mrežama.

Iz prethodno navedenog proizlazi da se, zbog CPP principa, operatori koji povećaju cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka ne suočavaju s direktnim cjenovnim ograničenjima s maloprodajne razine, s obzirom da se povećanje maloprodajne cijene odražava na krajnjem korisniku operatora s čije je mreže poslana poruka.

Svaka SMS poruka poslana na točno određeni mobilni broj rezultirat će isporukom SMS poruke na taj birani broj. Pošto je svaki mobilni broj zaseban, pošiljatelj točno zna kome šalje/ želi poslati SMS, iako ne mora znati u kojoj je pokretnoj mreži navedeni broj, odnosno tko je odabranom korisniku pristupni operator. Razlog tome je, između ostalog, i dostupnost usluge prenosivosti broja koja je u Republici Hrvatskoj moguća od listopada 2006. godine. Zbog navedene usluge koja raste iz godine u godinu, a što je vidljivo na slici 1. i slici 2. koje se nalaze niže u dokumentu, korisnicima je teže utvrditi operatora biranog korisnika, te sukladno tome i cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka koju isti primjenjuje, a koja će se u konačnici „prevaliti“ na pošiljatelja. Drugim riječima, temeljem navedenog je vidljivo da korisnikova odluka u koju mrežu će poslati SMS poruku i kojeg operatora će odrediti kao pristupnog operatora *nije određena* troškom završavanja (terminacije) SMS poruke.

Slika 1.

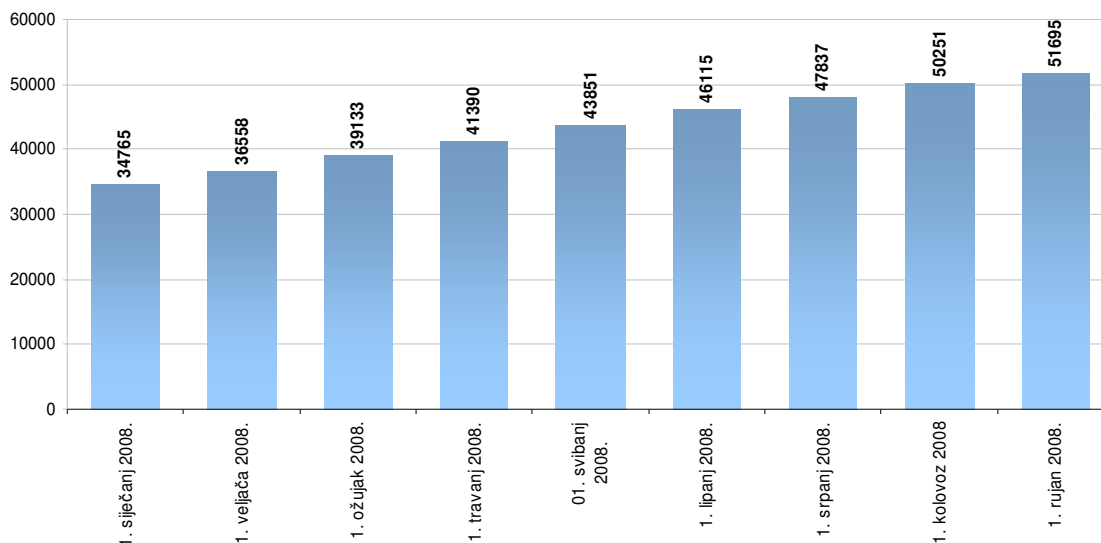
Preneseni brojevi u pokretnoj mreži 2006.- 2007.



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Slika 2.

Preneseni brojevi u pokretnoj mreži 2008.



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Nadalje, krajnji korisnici, neovisno o izboru operatora, žele mogućnost međusobnog komuniciranja. Kako bi im tu komunikaciju omogućili, odnosno kako bi omogućili završavanje (terminaciju) SMS poruka na određeni broj, operatori međusobno povezuju svoje mreže. S obzirom da niti jedan operator ne može umjesto operatora čiji je broj odabran završiti SMS u svojoj mreži, SMS upućen prema pokretnim mrežama, odnosno na točno određeni mobilni broj nema prikladnu zamjensku uslugu.

Usluga završavanja (terminacije) SMS poruka, osim što je, po samoj svojoj logici i karakteristikama, veleprodajna usluga, u slučaju kada su pošiljatelj i primatelj SMS poruke u istoj mreži (eng. *on-net calls*) definira se kao usluga za vlastite potrebe (eng. *self supply*), što znači da usluga nije prodana drugom operatoru, već maloprodajnom dijelu istog operatora.

Maloprodajna cijena usluge slanja SMS poruka prema brojevima u pokretnim mrežama može stvoriti pritisak na određivanje cijena usluge završavanja (terminacije) SMS poruka jedino na način da se izbjegne mreža operatora na čiji je broj poruka poslana. Međutim, u slučaju slanja SMS poruka u određenu pokretnu mrežu ne postoji niti jedna prikladna zamjenska usluga, osim da SMS završi na broju i u mreži koja je odabrana. SMS poruka u pokretne mreže može biti poslana iz nepokretnih mreža, drugih pokretnih mreža ili iz iste pokretne mreže.

Strani koja upućuje SMS je svejedno je li SMS poruku uputila s mobilnog broja u istoj mreži ili prema drugim pokretnim mrežama iz razloga što je cijena završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretne mreže uvijek ista odnosno iznosi 0,18 kn/min za sve operatore pokretnih mreža. Trošak završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretne mreže je isti neovisno iz koje pokretne mreže SMS dolazi iz razloga što se za sve SMS poruke koriste isti mrežni elementi iz kojih proizlaze isti troškovi. U skladu s navedenim, a u smislu cijene završavanja (terminacije) SMS poruka krajnjem korisniku je u potpunosti svejedno iz koje pokretne mreže je poslao SMS poruku.

Na temelju prethodno navedenog, Agencija zaključuje da slanje SMS poruka iz drugih pokretnih mreža ili iz iste pokretne mreže, a koje završavaju (terminiraju) u pokretnoj mreži ne smatraju zamjenskim uslugama, već da su sve poslana SMS poruke sastavni dio istog tržišta odnosno dio tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka.

U CPP principu operatori pokretnih mreža se, kao što je već i prethodno navedeno, ne suočavaju s direktnim cjenovnim ograničenjima od strane svojih korisnika te iz navedenog razloga nemaju motiv snižavati cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka. U skladu s navedenim, određivanje tržišta trebalo bi provesti promatrajući ponašanje strane koja šalje SMS i strane koja prima SMS poruku..

5.3.1.1. Ponašanje strane (korisnika) koja šalje SMS poruke

U maloprodajnu cijenu SMS poruka operatori uključuju i veleprodajni trošak završavanja (terminacije) SMS poruka. U procjeni čimbenika koji utječu kao prepreke na potencijalno povećanje cijene završavanja (terminacije) SMS poruka potrebno je proučiti korisnikovu osviještenost o cijenama i njegovu osjetljivost na cjenovne promjene. Navedeni čimbenici direktno utječu na konkurentnost na veleprodajnoj razini. Sljedeći bitan čimbenik koji je potrebno proučiti je postojanje alternativnih načina komunikacije koji bi mogli poslužiti kao zamjenska usluga slanju SMS poruka na pokretne brojeve. Naime, dostupnost takvih zamjenskih usluga direktno utječe na cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka koju postavljaju operatori pokretnih mreža.

5.3.1.1.1. Osviještenost o cijenama i osjetljivost na cjenovne promjene

Agencija želi istaknuti da postoje korisnici koji su svjesni prosječne cijene SMS poruka u pokretnim mrežama odnosno maloprodajne cijene SMS poruka i korisnici koji nisu svjesni maloprodajne cijene. Naime, oni korisnici koji su svjesni prosječne cijene SMS poruka u pokretnim mrežama nužno ne znači da su i svjesni dijelova od kojih se sastoji cijena SMS poruka kao što je veleprodajni trošak cijene završavanja (terminacije) SMS poruka. Jedino što krajnji korisnik može vidjeti je maloprodajna cijena SMS poruka u koju je naravno uključen i veleprodajni trošak. Posljedično, krajnji korisnik ne može primijetiti ikakve promjene u cijeni završavanja (terminacije) SMS poruka, a u skladu s navedenim i ne može vršiti pritisak na cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka.

U CPP principu krajnji korisnici nisu osjetljivi na cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretnim mrežama. Također, zbog usluge prenosivosti broja, koja je u Republici Hrvatskoj dostupna od listopada 2006. godine, krajnjim korisnicima je još teže utvrditi mrežu u kojoj se nalazi korisnik kojem su poslali SMS, a samim time i cijenu završavanja (terminacije) SMS poruke koju primjenjuje.

U skladu sa svime prethodno navedenim, Agencija smatra da korisnici nisu dovoljno osviješteni o cijenama te da ne mogu odgovarajuće utjecati na mogućnost operatora pokretnih mreža da povise cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka odnosno da cijena završavanja (terminacije) SMS poruka ne bude postavljena znatno iznad troškovno orijentirane cijene navedene usluge.

5.3.1.1.2. Korištenje alternativnih usluga

Kako bi mogli utjecati na cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka, cjenovno osjetljivim korisnicima moraju biti dostupni alternativni načini komuniciranja koje bi oni mogli koristiti u slučaju da se povisi cijena završavanja (terminacije) SMS poruka. U slučaju postojanja odgovarajućih zamjenskih usluga, prelazak cjenovno osviještenih korisnika na te zamjenske usluge definitivno bi se mogao smatrati preprekom za operatore pokretnih mreža u podizanju cijene završavanja (terminacije) SMS poruka. Dalje u tekstu Agencija razmatra alternativne načine komuniciranja i njihov stvarni utjecaj na cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka.

a) Pozivi na brojeve pokretnih mreža

U skladu s dokumentom „*Analiza tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu*“ utvrđeno je da su pozivi prema brojevima u pokretnim mrežama i slanje SMS poruka u pokretne mreže komplementarne usluge koje svi operatori pokretnih elektroničkih mreža nude zajedno unutar tarifnih paketa. Prema tome Agencija smatra da se pozivi prema brojevima u pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama *ne mogu smatrati* zamjenskom uslugom slanju SMS poruka u pokretne mreže.

b) Pozivi na brojeve nepokretnih mreža

Strana koja šalje SMS mogla bi upućivati pozive na brojeve u nepokretnim mrežama kao potencijalnu zamjensku uslugu slanju SMS poruka na brojeve u pokretnim mrežama.

Pozivi na nepokretne brojeve ignoriraju osnovni princip mobilnih brojeva, a to je da su oni po svojoj prirodi *mobilni* odnosno nisu vezani za točno određenu lokaciju. Nadalje, mobilni broj je personalizirani broj odnosno šaljući SMS za određenu osobu na mobilni broj, korisnik može biti siguran da će točno ta osoba dobiti SMS. Za razliku od mobilnih brojeva, fiksni brojevi nisu personalizirani odnosno fiksni broj je broj svih ukućana. Drugim riječima, pozivajući osobu na fiksni broj korisnik ne mora nužno dobiti osobu koju traži, već bilo koju osobu koja živi na lokaciji na koju se odnosi fiksni broj. Naravno, prethodno navedeno se ne odnosi na osobe koje žive same, ali i kod tih osoba se poziv na fiksni broj ne može smatrati zamjenskom uslugom iz razloga što tu osobu ne mogu dobiti u bilo kojem trenutku, već samo u trenutku kada se osoba nalazi u svom prebivalištu odnosno na lokaciji fiksnog broja.

U skladu s prethodno navedenim, stajalište Agencije je da se pozivi na brojeve u nepokretnim mrežama *ne mogu smatrati* zamjenskom uslugom slanju SMS poruka na brojeve u pokretnim mrežama.

c) Slanje SMS poruka prema nepokretnim mrežama

Slanje SMS poruka na nepokretni broj predstavlja u ovom trenutku u Republici Hrvatskoj alternativni način komunikacije. Obzirom na prihvaćanje navedene usluge od strane korisnika, ovisnosti o pristupu internetu i upitnog je li slanje SMS poruka na nepokretne brojeve zadovoljavaju osnovni princip pokretnih brojeva, a to je da su oni po svojoj prirodi *mobilni*²⁶ odnosno nisu vezani za točno određenu lokaciju, stajalište Agencije je da se slanje SMS poruka na nepokretne brojeve u ovom trenutku niti u vremenskom razdoblju na koje se

²⁶ Pod navedenim Agencija želi istaknuti da je mobilni VoIP u ovom trenutku moguć na vrlo uskom zemljopisnom području za razliku od GSM usluge koja je omogućena na čitavom teritoriju Republike Hrvatske

odnosi analiza *ne mogu smatrati* zamjenskom uslugom slanju SMS poruka na pokretne brojeve.

5.3.1.2. Ponašanje strane (korisnika) koja prima SMS poruku

Obzirom na CPP princip po kojem se posluje u Republici Hrvatskoj, korisnik koji prima SMS nije osjetljiv na trošak i cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka. Naime, u stvarnosti korisnik vodi računa samo o stavkama koje on mora podmiriti, a ne i o stavkama koje drugi sudionici na tržištu moraju podmiriti. Drugim riječima, korisnik vodi računa samo o minimalnom mjesečnom iznosu koji treba podmiriti, a koji ovisi o tarifnom paketu koji koristi te o maloprodajnoj cijeni SMS poruka. S druge strane, postoje određeni slučajevi u kojima je strana koja zaprima SMS osjetljiva na malo, ali značajno povećanje u cijeni završavanja (terminacije) SMS poruka koje se manifestira u višoj maloprodajnoj cijeni za stranu koja joj je poslala SMS poruka. Navedeno se može pojaviti u sljedećim slučajevima:

a) Bliske skupine korisnika (eng. „Closed User Groups“)

Blisku skupinu korisnika čine pretplatnici operatora pokretnih mreža, a njezin smisao je da zadrže slanje SMS poruka unutar određene mreže nudeći jeftinije maloprodajne cijene za korisnike te skupine. Karakteristično je da blisku skupinu korisnika čini obitelj ili korisnici koji su sastavni dio iste poslovne mreže odnosno skupina korisnika koja elektroničke komunikacijske usluge plaća iz istog budžeta. Naime, svaki član obitelji ili korisnik poslovne mreže osjetljiv je na maloprodajnu cijenu SMS poruka odnosno cijenu koju plaća strana koja ga šalje iz razloga što će više cijene elektroničkih komunikacijskih usluga utjecati i na njegove više izdatke. Promatrajući situaciju na domaćem elektroničkom komunikacijskom tržištu, Agencija je mišljenja da je utjecaj navedenih grupa prenizak da bi djelovao kao zapreka operatorima u slučaju da odluče povisiti cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka.

c) Proizvod koji čini skup različitih usluga („Povezani proizvodi“)

Na tržištu u Republici Hrvatskoj pojavljuju se povezani proizvodi odnosno usluge koje u sebi sadržavaju govornu uslugu, internet i usluge televizije²⁷. Krajnjim korisnicima je kod takvih usluga bitna komotnost u obliku jednog računa, kvaliteta i ukupna cijena povezanog proizvoda. U Republici Hrvatskoj trenutno ne postoji povezana usluga koja u sebi uključuje i mobilne usluge. U skladu s navedenim, Agencija nema nikakav tržišni dokaz koji bi upućivao da povezani proizvodi ili usluge mogu predstavljati prepreku operatorima koji žele povisiti cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka.

Također, Agencija je mišljenja da u slučaju da mobilne usluge i jesu dio povezanog proizvoda bilo bi slabo vjerojatno da bi krajnji korisnici tarifne pakete u kojima se nudi povezani proizvod birali na temelju cijene završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretnim mrežama. Naime, na temelju CPP principa strana koja prima SMS poruku nije osjetljiva na cijenu dolazne SMS poruke te u skladu s navedenim nije osjetljiva niti na trošak završavanja (terminacije) SMS poruka u trenutku kada se pretplaćuje kod pojedinog pokretnog operatora i bira povezani proizvod. Iz navedenog proizlazi da bi pokretni operator koji nudi povezani proizvod bio u mogućnosti povisiti cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretnim mrežama te istovremeno smanjivati cijenu neke druge usluge koja se nudi u povezanom

²⁷ Navedene usluge poznate su pod nazivom „Triple play usluge“

proizvodu obzirom da korisnik prepoznaje samo ukupnu cijenu povezanog proizvoda i samo na nju može biti osjetljiv.

5.3.1.3. Zaključak

Uzevši u obzir CPP princip koji je na snazi, Agencija je promatrajući zamjenjivost na strani potražnje na maloprodajnoj razini promatrala ponašanje strane koja upućuje SMS poruku i strane koja prima SMS poruku te zaključila sljedeće.

Slanje SMS poruka na brojeve u pokretnim mrežama nema zamjenjivost na strani potražnje obzirom da je strana koja šalje SMS spremna platiti cijenu mobilnog SMS-a, a sve iz razloga kako bi kontaktirala točno osobu s kojom se želi dopisivati. Naime, povećanje cijene SMS poruka za posljedicu može imati da će strana koja šalje SMS smanjiti broj poslanih SMS poruka ovisno o elastičnosti njegove/njezine potražnje, ali mala je vjerojatnost da će strana koja šalje SMS uspjati pronaći odgovarajuću zamjensku uslugu. Naime, strana koja šalje SMS može drugu stranu nazvati na fiksni broj, mobilni broj ili poslati SMS poruku na fiksni broj. Navedeno nije realno iz razloga što se pozivanjem te osobe na fiksni broj ta osoba treba nalaziti točno na lokaciji fiksnog priključka, poziv prema mobilnim brojevima je komplementarna usluga kao što je zaključeno u dokumentu „*Analiza tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu*“, a za slanje SMS poruka na broj u nepokretnoj mreži u ovom trenutku je upitno prihvaćanje navedene usluge od strane korisnika, ovisan je o pristupu internetu i upitno je zadovoljava li slanje SMS poruka na broj u nepokretnoj mreži osnovni princip pokretnih brojeva, a to je da su oni po svojoj prirodi pokretni odnosno nisu vezani za točno određenu lokaciju.

U skladu s navedenim, ponašanje strane koja prima SMS poruku je takvo da operatorima pokretnih mreža ne nameće zapreke odnosno ne sprečava ih da povise cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka. Međutim, navedena analiza nije potpuna obzirom da zapreke povećanju cijene završavanja (terminacije) SMS poruka mogu proizaći i od strane koja prima poziv u slučaju da je ta strana osjetljiva na promjenu cijene završavanja (terminacije) SMS poruka. Navedeno se najčešće odnosi na korisnike unutar bliskih skupina, međutim navedenih je premalo da bi imali utjecaj na cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva.

Slijedom svega navedenog, Agencija zaključuje da potražnja za uslugom završavanja (terminacije) SMS poruka na veleprodajnoj razini proizlazi iz:

- potražnje za uslugama slanja SMS poruka na broj u određenoj pokretnoj mreži;
- potražnje za uslugama slanja SMS poruka na broj u određenoj pokretnoj mreži kad je poruka poslana u istoj mreži, usluga za vlastite potrebe.

5.3.2. Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajna razina

Zamjenjivost na strani ponude na maloprodajnoj razini bila bi moguća u slučaju kada bi korisnik posjedovao SIM karticu koja bi mu omogućavala da u istom trenutku bude prisutan na svim mrežama. U slučaju da je navedeno moguće, operator čiji je korisnik poslao SMS poruku mogao bi izabrati operatora preko kojeg će završiti (terminirati) SMS poruku. Obzirom da navedeno trenutno nije moguće i po mišljenju Agencije navedeno biti moguće u vremenskom razdoblju na koji se odnosi ova analiza tržišta, Agencija zaključuje da ne postoji zamjenjivost na strani potražnje na maloprodajnoj razini.

5.3.3. Zamjenjivost na strani potražnje - veleprodajna razina

Prije procjene zamjenjivosti na strani potražnje na veleprodajnoj razini, važno je napomenuti da je usluga završavanja SMS poruka iznimno specifična. Naime, uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka nude svi operatori na tržištu koji imaju krajnje korisnike spojene na vlastitu mrežu.

T-Mobile i Vipnet, kao operatori sa znatnijom tržišnom snagom na tržištu međusobnog povezivanja (prema ZOT-u), nude uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka prema uvjetima iz Standardne ponude za međusobno povezivanje. Razlika između usluge završavanja (terminacije) SMS poruka koju nude T-Mobile i Vipnet i usluge završavanja (terminacije) SMS poruka koju nudi Tele2 je u tome što je on nudi na osnovu komercijalnog dogovora. Gledajući tehničke karakteristike usluge može se reći da se radi o usporedivoj usluzi koju nude T-Mobile i Vipnet te bi se stoga moglo zaključiti da postoji direktna zamjenska usluga usluzi završavanja (terminacije) SMS poruka T-Mobile-a i Vipnet-a. No, zbog specifičnosti usluge slanja SMS poruka na određeni broj u pokretnoj mreži, a koja je navedena na maloprodajnoj razini, iste usluge različitih operatora nisu međusobno zamjenske usluge.

Uzimajući u obzir potražnju na maloprodajnoj razini, odnosno činjenicu kako na istoj ne postoji održiva zamjenska usluga slanja SMS poruka na broj u pokretnoj mreži, Agencija je mišljenja kako na veleprodajnoj razini također ne postoji održiva zamjenska usluga usluzi završavanja (terminacije) SMS poruka na broj u određenoj pokretnoj mreži. Naime, korisnik bilo kojeg operatora u mogućnosti je poslati SMS korisniku bilo kojeg operatora. U skladu s navedenim, operator čiji je korisnik poslao SMS nema druge mogućnosti nego ugovoriti i platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka operatoru čijem je korisniku njegov korisnik poslao SMS.

Iz navedenog proizlazi da na veleprodajnoj razini niti jedan operator nema izbor u pogledu s kim će dogovoriti odnosnu kome će platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka jer može je platiti samo onom operatoru čijem je korisniku njegov korisnik poslao SMS odnosno potražnja za cijenom završavanja (terminacije) SMS poruka usko je povezana s potražnjom za slanjem SMS poruka na maloprodajnoj razini za koju je u prethodnom poglavlju obrazloženo da ne postoji održiva zamjenska usluga.

U skladu s navedenim, Agencija je mišljenja da na veleprodajnoj razini *ne postoji* zamjenjivost na strani potražnje odnosno da je mjerodavno tržište završavanja (terminacije) SMS poruka posebno, za svakog operatora pokretnih mreža na tržištu.

5.3.4. Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajna razina

Agencija je analizirala može li budući ponuditelj brzo i uz relativno male troškove ponuditi uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka trećoj strani kao odgovor malom, ali značajnom povećanju cijena usluge od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom.

O zamjenjivosti na strani ponude na veleprodajnoj razini mogli bi govoriti u slučaju da određeni operator ima mogućnosti ponuditi operatoru, čiji je korisnik uputio SMS, da plati naknadu za uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka od njega umjesto od operatora čijem je korisniku njegov korisnik poslao SMS. Međutim, zbog nedostatka pristupa podacima SIM kartice samog korisnika navedeno trenutno nije moguće niti će po mišljenju Agencije

navedeno biti moguće u vremenskom razdoblju na koje se odnosi ova analiza tržišta. Drugim riječima, SMS može završiti (terminirati) samo u mreži operatora čijem je korisniku poslan SMS i niti jedan operator nije u mogućnosti ponuditi završetak (terminaciju) SMS poruka u svojoj mreži, a da istovremeno SMS zaprimi korisnik neke druge mreže.

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 razgovarati s korisnikom koji koristi mobilni uređaj koji podržava 3G tehnologiju i obrnuto. Navedeno također znači da odabir uređaja na koji će SMS završiti (terminirati) nema nikakav utjecaj na samu uslugu odnosno dolazni SMS.

U praksi, korisnik pokretnih mreža ne zna hoće li SMS koji je poslao završiti (terminirati) na mobilnom uređaju koji podržava 2G ili 3G tehnologiju. Rezultat navedenog je da će korisnik za ostvarivanje slanja SMS (započinjanje ili originacija SMS poruka) platiti istu naknadu neovisno o tehnologiji na kojoj je SMS završio.

Agencija na temelju prethodno navedenog odnosno na *temelju principa tehnološke neutralnosti* smatra da ne postoji razlika između SMS poruke koja je završila u 3G mreži u odnosu na SMS koji je završio 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

Zemljopisna dimenzija mjerodavnog tržišta je određeno zemljopisno područje na kojem se javno nude elektroničke komunikacijske usluge koje čine mjerodavno tržište. U Republici Hrvatskoj elektroničke komunikacijske usluge u pokretnim mrežama nude tri operatora: T-Mobile, Vipnet i Tele2. U skladu s gore opisanom dimenzijom usluga mjerodavnog tržišta, svaki SMS može završiti (terminirati) isključivo u mreži operatora čijem je korisniku poslana SMS poruka. Temeljem navedenog Agencija zemljopisnu dimenziju promatra pojedinačno za svakog operatora.

Svaki od tri operatora koji djeluju na tržištu imaju nacionalnu koncesiju za pružanje usluga te nude elektroničke komunikacijske usluge na čitavom nacionalnom teritoriju i to na način da je cijena završavanja (terminacije) SMS poruka ista neovisno o zemljopisnom području na kojem se nalazi strana koja prima SMS poruku odnosno neovisno o lokaciji završavanja (terminacije) SMS poruka. 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.

U skladu s navedenim, Agencija zemljopisnu dimenziju mjerodavnog tržišta određuje kao nacionalni teritorij Republike Hrvatske i to za sva tri operatora koja nude svoje usluge na tržištu.

5.6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta

Na temelju gore navedene analize, Agencija je odredila tri mjerodavna tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretnim mrežama:

1. Završavanje (terminacija) SMS poruka u mreži operatora Tele2 d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj pokretnoj mreži²⁸ u kojoj je SMS poruka nastala;
2. Završavanje (terminacija) SMS poruka u mreži operatora T-Mobile d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj pokretnoj mreži u kojoj je SMS poruka nastala;
3. Završavanje (terminacija) SMS poruka u mreži operatora Vipnet d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj pokretnoj mreži u kojoj je SMS poruka nastala.

Prethodno navedena tržišta uključuje završavanje (terminaciju) SMS poruka u pokretnim mrežama neovisno je li SMS poruka završila na mobilnom uređaju koji podržava 2G ili 3G tehnologiju.

Agencija određuje da je mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji za završavanje (terminaciju) SMS poruka koju nude operatori Tele2, T-Mobile i Vipnet nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

²⁸ Pojam „nacionalnoj mreži“ odnosi se na sve operatore koji na teritoriju Republike Hrvatske imaju dozvolu za obavljanje elektroničkih komunikacijskih usluga neovisno odnosi li se dozvola na nacionalno ili regionalno područje odnosno neovisno radi li se o nacionalnom ili regionalnom operatoru.

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 „*Završavanje (terminacija) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu*“, nije bilo sastavni dio niti stare niti nove Preporuke o mjerodavnim tržištima. Temeljem navedenog, Agencija može prethodno regulirati navedeno tržište jedino u slučaju da su istodobno zadovoljena sljedeća tri mjerila:

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

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

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 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 strane potencijalne konkurencije na postojeće operatore na tržištu. U slučaju kada postoje zapreke ulaska na tržište odnosno u

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

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.

Tržišta završavanja (terminacije), neovisno radi li se o završavanju (terminiranju) poziva ili SMS poruka, su specifična tržišta. Naime, kao što je rečeno u 5. poglavlju ovog dokumenta, SMS poruka može završiti (terminirati) samo u mreži operatora čijem je korisniku poslan SMS i niti jedan operator nije u mogućnosti ponuditi završetak (terminaciju) SMS poruka u vlastitu mrežu, a da istovremeno SMS zaprimi korisnik neke druge mreže. Temeljem navedenog niti jedan operator nema izbor u pogledu s kim će dogovoriti odnosno kome će platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) SMS poruka jer može je platiti samo onom operatoru čijem je korisniku njegov korisnik poslao SMS poruku.

Drugim riječima, niti jedan operator nema mogućnost ulaska na tržište završavanja (terminacije) SMS poruka nekog drugog operatora iz razloga što nema pristup podacima SIM kartice korisnika drugih operatora na tržištu. Temeljem navedenog, Agencija zaključuje da *postoje visoke i trajne strukturne zapreke ulaska na tržište.*

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.

Tržište pokretnih mreža temelji se na CPP principu koji je usvojen u zemljama Europske unije pa tako i u Republici Hrvatskoj. Na temelju tog principa strana koja, između ostalog, upućuje SMS plaća cijeli SMS dok strana koja prima SMS ne mora ništa platiti. Drugim riječima, na temelju CPP principa usluga je započeta i plaćena od strane koja je uputila SMS poruku na mobilni uređaj, a ne od strane koja je zaprimila SMS poruku odnosno operator nema mogućnost izbora pri plaćanju usluge završavanja (terminacije) SMS poruke, već ju je obvezan platiti operatoru čijem je korisniku njegov korisnik uputio SMS poruku.

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

Također, iz CPP principa proizlazi da je svaki operator u mogućnosti povećavati cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka u vlastitu mrežu iz razloga što se navedeno povećanje neće „prevaliti“ na njegove korisnike, već na korisnike ostalih operatora na tržištu.

Zaključno, svaki operator ima značajnu tržišnu snagu odnosno dominantni položaj nad svojim korisnicima neovisno radi li se o operatoru koji ima jaki ili slabi tržišni udio odnosno neovisno ima li puno ili malo krajnjih korisnika.

Obzirom da se regulacija tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka³⁰ temelji na CPP principu, Agencija je mišljenja da *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

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

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

Na temelju dokumenta ERG-a³¹ vrlo je teško kod drugog mjerila odrediti vremensko razdoblje u kojem bi trebalo promatrati teži li tržište djelotvornom tržišnom natjecanju odnosno određivanje vremenskog razdoblja predstavlja temelj drugog mjerila. Razumno bi bilo zaključiti da bi mjerodavno vremensko razdoblje za procjenu drugog mjerila trebalo odgovarati vremenskom razdoblju koje je ili koje će Agencija uzeti u obzir prilikom analize mjerodavnog tržišta. Obzirom da je, sukladno članku 52. stavku 2. ZEK-a, Agencija postupak analize tržišta odnosno postupak provođenja Testa tri mjerila obvezna provoditi najmanje svake tri godine te da je u analizi tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu određeno vremensko razdoblje od tri godine, Agencija će drugo mjerilo promatrati u vremenskom razdoblju od tri godine.

Na temelju dokumenta ERG-a³² regulatornim tijelima prilikom određivanja teži li tržište u određenom vremenskom razdoblju djelotvornom tržišnom natjecanju mogu pomoći sljedeća podmjerila koji ne moraju biti kumulativno zadovoljena:

- tržišni udjeli operatora:

³⁰ Navedeno se odnosi i na tržište završavanja (terminaciju) poziva

³¹ ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

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

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

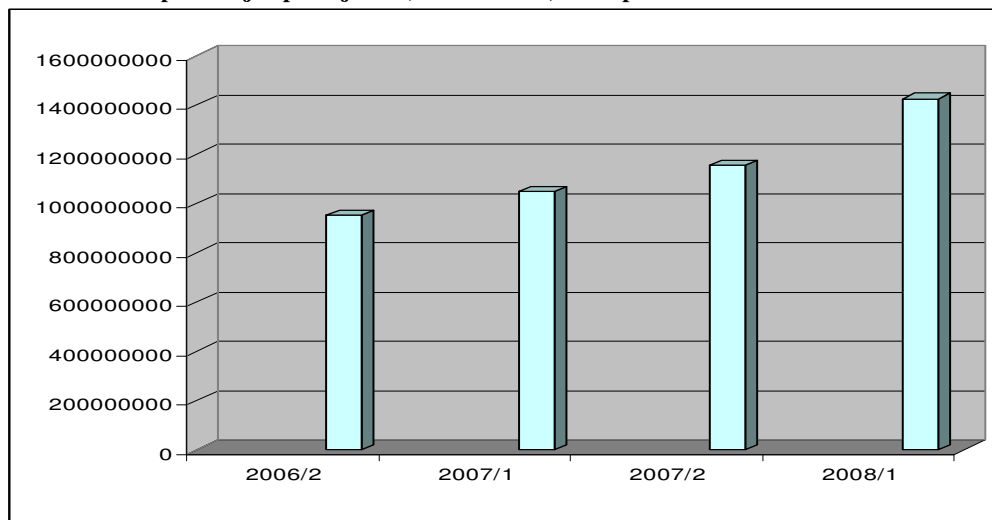
Po mišljenju Agencije kod navedenog mjerila potrebno je provjeriti je li se tržište i dalje razvija ili su postojeći operatori zadovoljni sa svojom pozicijom na tržištu. Drugim riječima, prvo je potrebno utvrditi je li zaustavljen razvoj tržišta u smislu da su operatori zadovoljni sa svojim tržišnim 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) Ukupan broj zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka

Na slici 3., koji se nalazi niže u dokumentu, vidljivo je da tržište nije zasićeno odnosno da se svake godine povećava ukupan broj zaprimljenih SMS poruka.

Slika 3.³³. Ukupan broj zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka



Na temelju navedene slike Agencija zaključuje da će se i u budućem vremenskom razdoblju odnosno vremenskom razdoblju od sljedeće tri godine nastaviti dinamički razvoj tržišta.

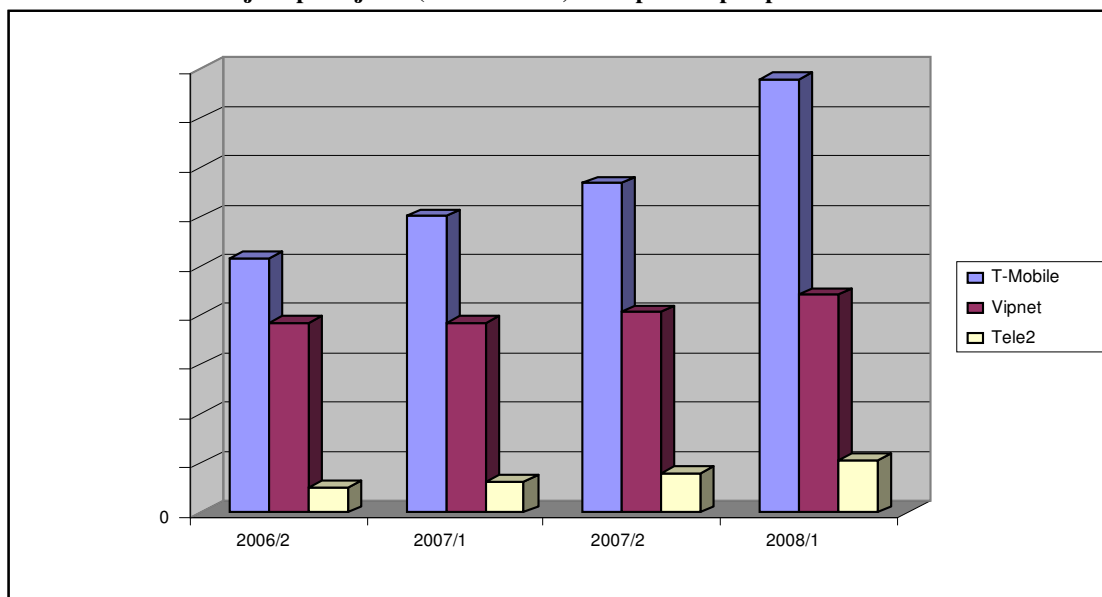
³³ T-Mobile je broj zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka iz vlastite mreže dostavio od razdoblja 2007/1. Agencija je na temelju dostavljenih podataka napravila projekciju broja zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka iz vlastite mreže za razdoblje 2006/2. Operator Tele2 je jedini dostavio sve podatke za sva zatražena razdoblja.

b) Ukupan broj zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka po operatorima

Iako je kod Testa tri mjerila ključno provjeriti je li se tržište dinamički razvija, po mišljenju Agencije potrebno je i provjeriti je li dinamičkom razvoju tržišta doprinose svi ili samo pojedini operatori koji djeluju na tržištu.

Na slici 4., koji se nalazi niže u dokumentu, vidljiv je konstantan stabilan porast broja zaprimljenih SMS poruka u mrežu svakog pojedinog operatora.

Slika 4.³⁴. Trend razvoja zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka po operatorima

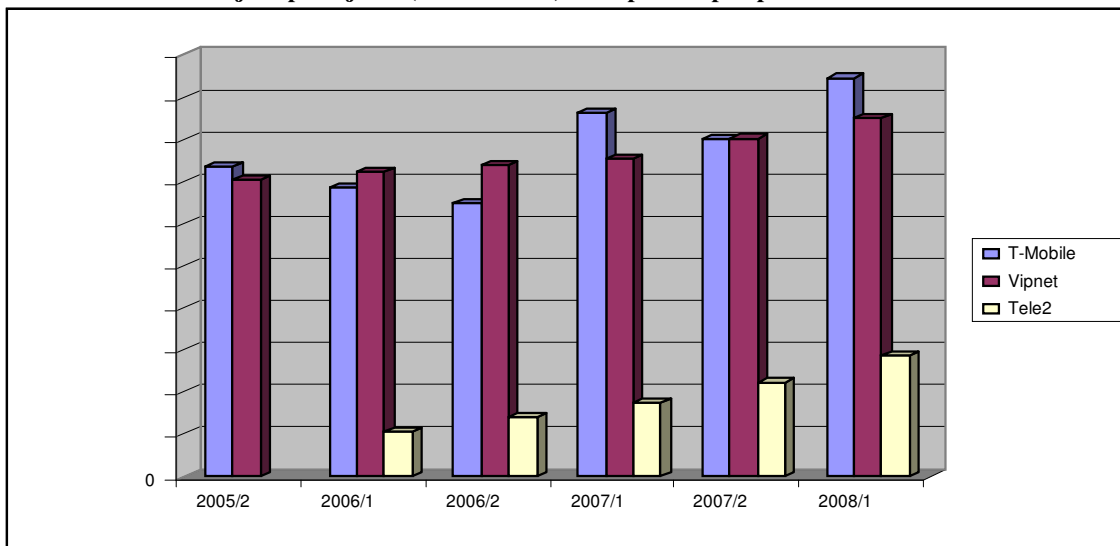


Na temelju navedenog grafikona Agencija zaključuje da bi se trebao i u budućem vremenskom razdoblju odnosno vremenskom razdoblju od sljedeće tri godine nastaviti dinamički razvoj tržišta odnosno rast broja zaprimljenih SMS poruka po svakom pojedinom operatoru. Naime, kroz kontinuirano snižavanje maloprodajnih cijena, koje je obrađeno niže u dokumentu, na temelju dokumenta kojim je obrađeno tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama te povećanja broja SMS poruka od strane svih operatora pokretnih mreža vidljiva je djelotvornost tržišnog natjecanja koja će se, po mišljenju Agencije, nastaviti i u budućem vremenskom razdoblju.

c) Ukupni prihodi od dolaznih (terminiranih) SMS poruka po operatorima

Na slici 5., koji se nalazi niže u dokumentu, vidljiv je konstantan stabilan porast prihoda od zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka u mrežu svakog pojedinog operatora.

³⁴T-Mobile je broj zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka iz vlastite mreže dostavio od razdoblja 2007/1. Agencija je na temelju dostavljenih podataka napravila projekciju broja zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka iz vlastite mreže za razdoblje 2006/2. Operator Tele2 je jedini dostavio sve podatke za sva zatražena razdoblja.

Slika 5.³⁵. Trend razvoja zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka po operatorima

Na temelju navedenog grafikona Agencija zaključuje da bi se trebao i u budućem vremenskom razdoblju odnosno vremenskom razdoblju od sljedeće tri godine nastaviti dinamički razvoj tržišta odnosno rast prihoda od zaprimljenih (terminiranih) SMS poruka po svakom pojedinom operatoru. Naime, unatoč zadržavanju veleprodajne cijene završavanja (terminacije) SMS poruka na istoj razini, na temelju dokumenta kojim je obrađeno tržište javno dostupne telefonske usluge u pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama te kontinuiranom snižavanju maloprodajnih cijena SMS poruka, vidljiva je djelotvornost tržišnog natjecanja koja će se, po mišljenju Agencije, nastaviti i u budućem vremenskom razdoblju.

d) Kontinuirano snižavanje maloprodajnih cijena SMS poruka od strane operatora pokretnih mreža

U Republici Hrvatskoj iz ponuđenih tarifnih paketa na tržištu vidljiv je iz godine u godinu trend snižavanja maloprodajnih cijena SMS poruka od strane svih operatora pokretnih mreža koji djeluju na tržištu. Po mišljenju Agencije navedeno se također može smatrati pokazateljem djelotvornog tržišnog natjecanja iz razloga što konkurencija na maloprodajnoj razini utječe na razvoj konkurencije i na veleprodajnoj razini odnosno na tržištu završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

Osim prethodno navedenih grafikona, u kojima je prikazan dinamički razvoj tržišta, Agencija smatra potrebnim istaknuti i sljedeće. Naime, svi operatori koji djeluju na tržištu imaju sklopljene ugovore za međupovezivanje i SMS *interworking* ugovore koji im omogućuju funkcionalno i sigurno pružanje SMS poruka uz konstantno povećanje prihoda, što ukazuje na prisutnost nediskriminacije i učinkovite konkurencije na tržištu završavanja (terminacije) SMS poruka u pokretnim elektroničkim mrežama.

Nadalje, kako je operator Tele2, kao operator koji je kasnije ušao na tržište, uspješno realizirao pružanje usluge SMS poruka sklapanjem SMS *interworking* ugovora s oba prisutna operatora na tržištu T-Mobile-om i Vipnet-om te obzirom da trenutno ne postoje nikakvi

³⁵ Navedeni grafikon, za razliku od grafikona 1. i 2. uključuje podatke od razdoblja 2005/2 iz razloga što su svi operatori dostavili podatke za sva razdoblja zatražena u upitniku.

pokazatelji stagnacije ili opadanja korištenja SMS usluga od strane njegovih korisnika i posljedično prihoda koje ostvaruje od završavanja (terminacije) te usluge, Agencija smatra kako je struktura tržišta prikladna za razvoj djelotvornog tržišnog natjecanja unutar vremenskog razdoblja od tri godine na koji se odnosi ova analiza. Također, Agencija ne smatra opravdanim zaključiti da bi potencijalni novi operatori na tržištu pokretnih mreža trebali imati problema prilikom sklapanja SMS *interworking* ugovora s postojećim operatorima na tržištu.

Temeljem svega prethodno navedenog, a uzevši u obzir i činjenicu da se rast tržišta po broju SMS poruka i prihoda od tih poruka događa uz konstantnu cijenu završavanja (terminacije) SMS poruka koja iznosi 0,18 kn/min, Agencija smatra da *nije zadovoljeno* drugo mjerilo odnosno smatra da tržište u promatranom vremenskom razdoblju teži djelotvornom tržišnom natjecanju.

e) Specifičnost tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu

Tržište završavanja (terminacije) SMS poruka isključivo je pitanje pokretnih mreža te se svako podizanje cijene završavanja (terminacije) SMS poruka odnosi samo na to tržište odnosno postoji mogućnost u određenom vremenskom razdoblju „*prebijanja*“ viših cijena između operatora koji posluju na tom tržištu. Kod tržišta završavanja (terminacije) poziva situacija je drugačija iz razloga što usluge poziva nude operatori i pokretnih i nepokretnih mreža iz čega proizlazi da u slučaju povećanja cijene završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama ne može doći do „*prebijanja*“ između svih operatora koji posluju na tom tržištu.

Temeljem navedenog, a uzevši u obzir ostalo navedeno pod drugim mjerilom, Agencija smatra opravdanim zaključiti da tržište završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu teži djelotvornom tržišnom natjecanju.

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-a³⁶, regulatorno tijelo bi trebalo procijeniti je li primjena propisa o zaštiti tržišnog natjecanja dovoljna da ukloni nedostatke koji postoje ili koji se mogu pojaviti na tržištu elektroničkih komunikacija. Navedena procjena mogla bi uključivati sljedeće:

a) Stupanj općeg nekonkurentskog ponašanja

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

³⁶ ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

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 svojevrstan 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 spriječila 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 je prvo mjerilo zadovoljeno dok drugo mjerilo nije zadovoljeno. Drugim riječima, Agencija je zaključila da postoje visoke i trajne zapreke ulaska na tržište, ali da tržište teži djelotvornom tržišnom natjecanju u promatranom vremenskom razdoblju odnosno razdoblju od tri godine.

Promatrajući vrste strukturnih i pravnih ili regulatornih zapreka koje postoje na tržištu, Agencija je mišljenja da propisi o zaštiti tržišnog natjecanja sami po sebi ne bi bili dovoljni za uklanjanje nedostataka s tržišta. Temeljem navedenog, Agencija je zaključila da je zadovoljeno treće mjerilo.

6.4. Zaključak

Pored svega navedenog Agencija želi naglasiti da tržište završavanja (terminacije) SMS poruka prema novom regulatornom okviru nikada nije bilo dio Preporuke Europske komisije

odnosno navedeno tržište nije bilo sastavni dio niti Preporuke Europske komisije iz 2003. godine niti sastavni dio Preporuke Europske komisije iz 2007. godine. Prema eksplanatornom memorandumu je definirano da je dokazivanje potrebe za regulacijom puno veće na tržištima koja nikada nisu bila dio Preporuke nego na tržištima koja su bila sastavni dio stare Preporuke, a nisu sastavni dio nove Preporuke.

Nadalje, osnovna razlika između tržišta završavanja (terminacije) poziva u odnosu na tržište završavanja (terminacije) SMS poruka u odrađenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu je u činjenici što se tržište završavanja (terminacije) SMS poruka isključivo odnosi na tržište pokretnih mreža. Naime, usluge poziva nude operatori i pokretnih i nepokretnih mreža dok SMS poruke nude samo operatori pokretnih mreža.

Obzirom, kao što je prethodno u dokumentu navedeno, da je tržište završavanja (terminacije) SMS poruka isključivo pitanje pokretnih mreža, svako podizanje cijene završavanja (terminacije) SMS poruka odnosi se samo na to tržište odnosno postoji mogućnost u određenom vremenskom razdoblju „*prebijanja*“ viših cijena između operatora koji posluju na tom tržištu. Kod tržišta završavanja (terminacije) poziva situacija je drugačija iz razloga što usluge poziva nude operatori i pokretnih i nepokretnih mreža iz čega proizlazi da u slučaju povećanja cijene završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama ne može doći do „*prebijanja*“ između svih operatora koji posluju na tom tržištu.

Prethodno spomenuto većina regulatora u zemljama Europske unije smatra ključnim razlogom zašto je tržište završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu regulirano tržište odnosno ključnim razlogom zašto tržište završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu nije predmet prethodne regulacije.

Iz svega prethodno navedenog Agencija zaključuje da tržište završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu ne treba biti podložno prethodnoj regulaciji.

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 završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu 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 završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu 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 tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz pokretnih javnih komunikacijskih mreža obrađene u drugom dokumentu. Temeljem navedenog, Agencija predlaže da usluga završavanja (terminacije) SMS poruka u mreže T-Mobile i Vipnet, koja je iznosila 0,18 kn/min, prestane biti regulirana usluga.

Također, Agencija bi htjela naglasiti da će pažljivo pratiti daljnji razvoj tržišta završavanja (terminacije) SMS poruka u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu te da će u slučaju da primijeti da je tržište prestalo težiti djelotvornom tržišnom natjecanju odnosno da je upitno drugo mjerilo, 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