

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

**ANALIZA TRŽIŠTA ZAVRŠAVANJA
(TERMINACIJE) POZIVA U ODREĐENU
POKRETNU JAVNU KOMUNIKACIJSKU
MREŽU**

ožujak 2009.

- SADRŽAJ -

1. Sažeti pregled dokumenta (eng. <i>executive summary</i>)	5
2. Uvod.....	7
2.1. Europski regulatorni okvir za elektroničke komunikacije	7
2.2. Zakon o elektroničkim komunikacijama	8
2.3. Kronološki slijed aktivnosti	10
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) poziva 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 ostvaruje poziv	19
5.3.1.1.1. Osviještenost o cijenama i osjetljivost na cjenovne promjene	19
5.3.1.1.2. Korištenje alternativnih usluga	19
5.3.1.2. Ponašanje strane (korisnika) koja prima poziv	22
5.3.1.3. Zaključak.....	23
5.3.2. Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajna razina	24
5.3.3. Zamjenjivost na strani potražnje - veleprodajna razina	24
5.3.4. Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajna razina	25
5.4. Dodatni čimbenik koji utječe na određivanje mjerodavnog tržišta u dimenziji usluga.....	25
5.4.1. Mreže treće generacije (3G).....	25
5.5. Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji	26
5.6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta	26
6. Cilj i predmet analize mjerodavnog tržišta	28
7. Analiza podataka na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu	29
7.1. Tržišni udjeli	29
7.1.1. Tržišni udjeli operatora po broju korisnika	29
7.1.2. Tržišni udjeli operatora po приходima od usluge završavanja (terminacije) poziva	30
7.1.3. Tržišni udio operatora po ukupnom broju završenih (terminiranih) minuta	31
7.2. Razlika u omjeru dolaznog i odlaznog prometa između operatora na tržištu	31
7.3. Odnos prometa unutar mreže i poziva prema drugim mrežama	33
7.4. Usporedba odlaznih i dolaznih minuta po operatoru	35
7.5. Stupanj izgrađenosti mreže	37
7.6. Cijena usluge završavanja (terminacije) poziva	38

7.7. Odnos unutar mreže i izvan mreže maloprodajnih cijena poziva	39
8. Mjerila potrebna za procjenu operatora sa značajnom tržišnom snagom.....	42
8.1. Tržišni udjeli operatora na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu	42
8.2. Nedostatak protutežne kupovne moći	43
8.3. Zapreke ulasku na tržište	44
8.4. Ekonomije razmjera	45
8.5. Nacionalni roaming.....	45
8.6. Troškovi gradnje 1800 MHz radio dijela mreže u usporedbi sa 900 MHz.....	45
8.7. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom	46
9. Prepreke razvoju tržišnog natjecanja	47
9.1. Tržišna dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja	48
9.1.1. Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage	48
9.1.2. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage	49
9.1.3. Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu.....	49
9.1.4. Završavanje (terminacija) poziva.....	49
9.2. Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja	49
9.3. Pregled prepreka razvoju tržišnog natjecanja prepoznatih u praksi.....	50
9.4. Prepreke razvoju tržišnog natjecanja na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu	51
9.4.1. Odbijanje dogovora /uskraćivanje međupovezivanja	52
9.4.2. Previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva.....	53
9.4.3. Prešutni sporazum(i) (eng. tacit collusion).....	54
9.4.4. Diskriminacija na cjenovnoj osnovi	54
9.4.5. Diskriminacija na osnovama koje nisu povezane s cijenama	55
9.4.5.1. Diskriminacija kakvoćom usluge.....	55
9.4.5.2. Diskriminacija u ostalim stavkama koje su trenutno definirane Standardnom ponudom pristupa mreži i međusobnog povezivanja T-Mobile-a i Vipnet-a	56
9.4.6. Nerazumni/neopravdani zahtjevi	56
9.4.7. Neopravdano korištenje informacija o konkurentima	57
9.4.8. Unakrsno subvencioniranje	57
9.4.9. Taktike odgađanja	57
10. Predložene regulatorne obveze na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu	58
10.1. Regulatorne obveze predložene operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2.....	59
10.1.1. Obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže	59
10.1.2. Obveza nediskriminacije	61
10.1.3. Obveza transparentnosti	63
10.1.4. Obveza nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva	66
10.1.4.1. Operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet	67
10.1.4.2. Operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2.....	73

10.1.5. Ostale regulatorne obveze koje je Agencija na temelju ZEK-a mogla propisati na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu	81
11. Prilozi	83
11.1. Prilog A – mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja	83
11.2. Prilog B – komentari na utvrđivanje mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare	83
11.3. Prilog C – komentari na analizu mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare	83
11.4. Prilog D – komentari na regulatorne obveze koje je Agencija nametnula operatorima sa značajnom tržišnom snagom i osvrt Agencije na navedene komentare.....	83

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.

Agencija je u provedbi postupka analize tržišta, koji je propisan člankom 52. ZEK-a, osobito vodila računa o primjeni mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnih prethodnoj (*ex ante*) regulaciji i o mjerodavnim Smjernicama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge³.

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.

Temeljem članka 53. stavka 1. ZEK-a, Agencija je utvrdila tržište *završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu* kao mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji. Navedeno tržište je dio mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnih prethodnoj regulaciji, što znači da je Europska komisija zaključila da su na mjerodavnom tržištu istodobno zadovoljena tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

Utvrđivanje mjerodavnog tržišta predstavlja temelj za provođenje 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.

Smisao procesa određivanja 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) poziva u pokretnim mrežama⁴:

1. Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora Tele2 d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj mreži u kojoj je poziv započeo;
2. Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora T-Mobile d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj mreži u kojoj je poziv započeo;

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*

3. Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora Vipnet d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj mreži u kojoj je poziv započeo.

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

Agencija je, nakon što je odredila mjerodavno tržište, na temelju mjerila potrebnih za procjenu operatora sa značajnom tržišnom snagom iz članka 55. stavka 3. ZEK-a odnosno provedene analize tržišta predložila određivanje tri operatora u pokretnim mrežama kao operatore sa značajnom tržišnom snagom:

1. Operator Tele2 d.o.o. predlaže se operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu;
2. Operator T-Mobile d.o.o. predlaže se operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu;
3. Operator Vipnet d.o.o. predlaže se operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu.

Nakon što je Agencija utvrdila operatore sa značajnom tržišnom snagom, na temelju prepreka koje se mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva i na pripadajućem maloprodajnom tržištu na koje operator sa značajnom tržišnom snagom može prenijeti svoj dominantni položaj s tržišta završavanja (terminacije) poziva, Agencija predlaže da se operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 odrede regulatorne obveze na sljedeći način.

Operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u i Vipnet-u predložena je:

- Obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže;
- Obveza nediskriminacije;
- Obveza transparentnosti uz obvezu objave standardne ponude međupovezivanja;
- Obveza nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva.

Operatoru sa značajnom tržišnom snagom Tele2 predložena je:

- Obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže;
- Obveza nediskriminacije;
- Obveza transparentnosti uz obvezu objave minimalne ponude uvjeta međupovezivanja koja će sadržavati podatke o tehničkim specifikacijama, mrežnim značajkama, cijenama usluga te rokovima i uvjetima ponude;
- Obveza nadzora cijena.

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.

Tržište „*Završavanje (terminacija) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu*“, koje je obrađeno u ovom dokumentu, bilo je smješteno na 16. mjestu od 18 mjerodavnih tržišta koja su bila navedena u staroj Preporuci o mjerodavnim tržištima. U novoj Preporuci o mjerodavnim tržištima navedeno tržište smješteno je na 7. mjestu od 7 mjerodavnih tržišta koliko je navedeno u istoj. Sukladno navedenom, ovo tržište i dalje je podložno prethodnoj regulaciji te je Agencija u mogućnosti prethodno regulirati, a samim time i utvrditi navedeno mjerodavno tržište bez da dokaže da su istodobno zadovoljena tri mjerila navedena u članku 53. stavku 2. ZEK-a.

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 mjerodavnoj Smjernici 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.*

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. 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.

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

¹¹ Tržište 15 sukladno staroj Preporuci o mjerodavnim tržištima

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 završavanja (terminacije) poziva 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.

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 završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

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 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 ili odlaznih poziva, je drukčiji u odnosu na taj test za dolazne pozive obzirom da će povećanje cijene pristupa ili odlaznih poziva platiti strana koja je uputila poziv odnosno vlasnik telefona dok povećanje cijene dolaznih poziva neće platiti vlasnik telefona.

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

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 1. ZEK-a, Vijeće Agencije je Odlukom¹⁴ utvrdilo mjerodavno tržište:

- **Završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu¹⁵.**

Navedeno tržište je dio važeće Preporuke, što znači da je Europska komisija zaključila da su na mjerodavnom tržištu istodobno zadovoljena gore navedena tri mjerila, te na taj način utvrdila da je mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji u većini zemalja Europske unije.

Utvrđivanje mjerodavnog tržišta predstavlja temelj za provođenje 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 7 iz Dodatka Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji

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

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

- **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) poziva 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. 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

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) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

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

²² Naziv nadležnog regulatornog tijela do dana 01. srpnja 2008. godine 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

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 završavanja (terminacije) poziva.

Prema strukturi troškova poziva, maloprodajna cijena poziva uključuje i trošak usluge završavanja (terminacije) poziva. Uslugu završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama nudi svaki od tri operatora pokretnih mreža, s naglaskom na činjenici da je usluga završavanja (terminacije) poziva u mrežu T-Mobile-a i Vipnet-a regulirana, dok je cijena za uslugu završavanja (terminacije) poziva 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 udjel. Primjena prethodno navedenog argumenta ovisi o snazi zamjenjivosti na strani potražnje odnosno što je zamjenjivost na strani potražnje jače izražena operatori su više ograničeni u mogućnosti da povise cijenu usluga koje nude svojim korisnicima.

U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore u podizanju cijena svojih usluga. Međutim, kod usluge završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama to nije slučaj iz razloga što tržište završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama u Republici Hrvatskoj, kao i u zemljama Europske unije, karakterizira CPP princip odnosno princip po kojem cijeli trošak poziva snosi strana koja poziva odnosno strana koja je uputila poziv, uključujući i cijenu završavanja (terminacije) poziva, dok strana koja prima poziv ne mora ništa platiti za javljanje na dolazni poziv.

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

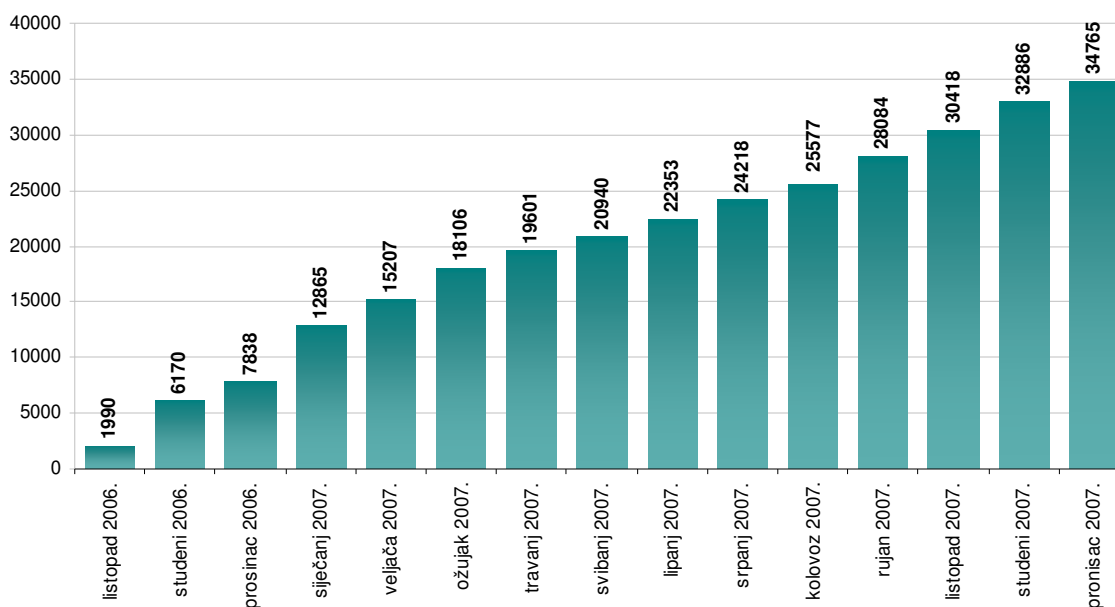
Drugim riječima, operatori pokretnih mreža mogu slobodno, bez straha da će gubiti korisnike, podizati cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva iz razloga što se veća cijena te usluge, zbog CPP principa, neće prevaliti na njegove korisnike, već na korisnike operatora koji su uputili poziv njegovim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

Iz prethodno navedenog proizlazi da se, zbog CPP principa, operatori koji povećaju cijenu završavanja (terminacije) poziva 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 poziv upućen.

Svaki poziv upućen na točno određeni broj u pokretnoj mreži rezultirat će isporukom poziva na taj birani broj. Pošto je svaki broj u pokretnoj mreži zaseban, pozivatelj točno zna koga zove/želi pozvati, iako ne mora znati u kojoj je pokretnoj mreži navedeni broj, odnosno tko je pozvanom 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 pozvanog korisnika te sukladno tome i cijenu završavanja (terminacije) poziva koju isti primjenjuje, a koja će se u konačnici „prevaliti“ na pozivatelja. Drugim riječima, temeljem navedenog je vidljivo da korisnikova odluka koju mrežu će nazvati i kojeg operatora će odrediti kao pristupnog operatora *nije određena* troškom završavanja (terminacije) poziva.

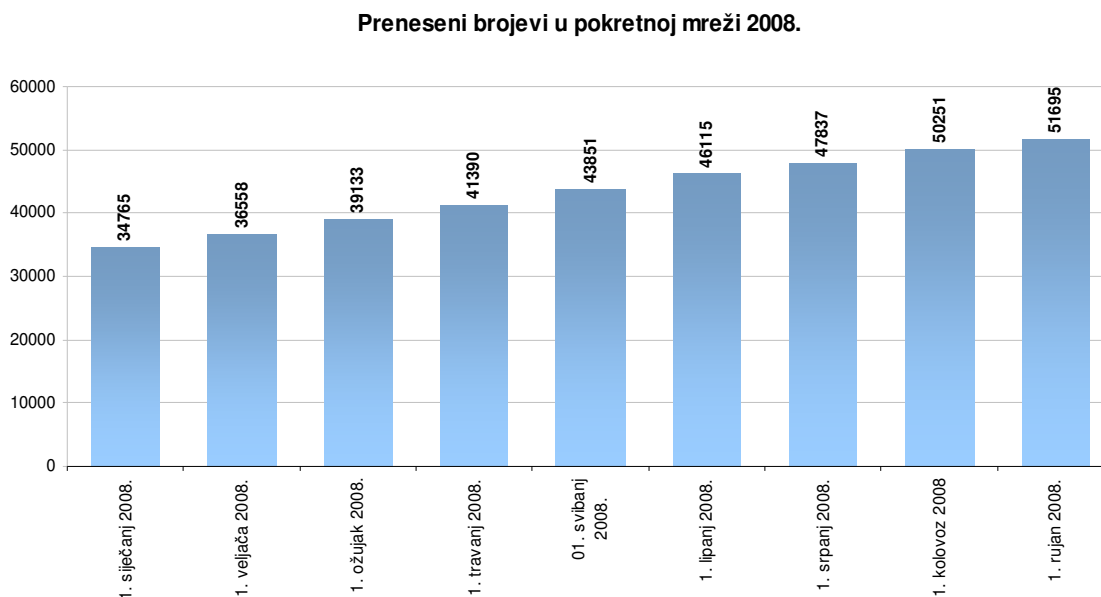
Slika 1.

Preneseni brojevi u pokretnoj mreži 2006.- 2007.



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Slika 2.



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) poziva na određeni broj, operatori međusobno povezuju svoje mreže. S obzirom da niti jedan operator ne može umjesto operatora čiji je broj pozvan završiti poziv u svojoj mreži, poziv upućen prema pokretnim mrežama, odnosno na točno određeni mobilni broj nema prikladnu zamjensku uslugu.

Usluga završavanja (terminacije) poziva, osim što je, po samoj svojoj logici i karakteristikama, veleprodajna usluga, u slučaju kada su pozivatelj i primatelj poziva 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 poziva prema brojevima u pokretnim mrežama može stvoriti pritisak na određivanje cijena usluge završavanja (terminacije) poziva jedino na način da se izbjegne mreža operatora na čiji je broj poziv upućen. Međutim, u slučaju poziva u određenu pokretnu mrežu ne postoji niti jedna prikladna zamjenska usluga tom pozivu, osim da poziv završi na broju i u mreži koja je pozvana. Poziv u pokretnu mrežu može biti upućen iz nepokretnih mreža, iz drugih pokretnih mreža ili iz iste pokretne mreže.

Strani koja upućuje poziv je svejedno je li poziv na mobilni broj uputila s fiksnog broja ili s mobilnog broja (poziv u istoj mreži ili poziv prema drugim mrežama) iz razloga što je cijena završavanja (terminacije) poziva u pokretnu mrežu uvijek ista odnosno iznosi 0,786 kn/min za Vipnet i T-Mobile tijekom cijelog dana te za Tele2 u vrijeme jakog prometa 0,90 kn/min, a u vrijeme slabog prometa 0,45 kn/min. Trošak završavanja (terminacije) poziva u pokretnu mrežu je isti neovisno iz koje mreže poziv dolazi iz razloga što se za sve te pozive koriste isti mrežni elementi iz kojih proizlaze isti troškovi. U skladu s navedenim, a u smislu cijene završavanja (terminacije) poziva krajnjem korisniku je u potpunosti svejedno je li poziv započeo u pokretnoj ili nepokretnoj mreži.

Na temelju prethodno navedenog, Agencija zaključuje da se pozivi iz nepokretnih mreža, drugih pokretnih mreža ili iz iste pokretne mreže, a koji završavaju (terminiraju) u pokretnoj mreži ne smatraju zamjenskim uslugama, već da su svi ti pozivi sastavni dio istog tržišta odnosno dio tržišta završavanja (terminacije) poziva.

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) poziva. U skladu s navedenim, određivanje tržišta trebalo bi provesti promatrajući ponašanje strane koja ostvaruje poziv i strane koja prima poziv.

5.3.1.1. Ponašanje strane (korisnika) koja ostvaruje poziv

U maloprodajnu cijenu poziva operatori uključuju i veleprodajni trošak završavanja (terminacije) poziva. U procjeni čimbenika koji utječu kao prepreke na potencijalno povećanje cijene završavanja (terminacije) poziva 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 pozivima na pokretne brojeve. Naime, dostupnost takvih zamjenskih usluga direktno utječe na cijenu završavanja (terminacije) poziva 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 poziva u pokretnim mrežama odnosno maloprodajne cijene poziva i korisnici koji nisu svjesni maloprodajne cijene. Naime, oni korisnici koji su svjesni prosječne cijene poziva u pokretnim mrežama nužno ne znači da su i svjesni dijelova od kojih se sastoji poziv kao što je veleprodajni trošak cijene završavanja (terminacije) poziva. Jedino što krajnji korisnik može vidjeti je maloprodajna cijena poziva u koju je naravno uključen i veleprodajni trošak. Posljedično, krajnji korisnik ne može primijetiti ikakve promjene u cijeni završavanja (terminacije) poziva, a u skladu s navedenim i ne može vršiti pritisak na cijenu završavanja (terminacije) poziva.

U CPP principu krajnji korisnici nisu osjetljivi na cijenu završavanja (terminacije) poziva 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 kojeg su nazvali, a samim time i cijenu završavanja (terminacije) poziva 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) poziva odnosno da cijena završavanja (terminacije) poziva 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) poziva, cjenovno osjetljivim korisnicima moraju biti dostupni alternativni načini komuniciranja koje bi oni mogli koristiti

u slučaju da se povisi cijena završavanja (terminacije) poziva. U slučaju postojanja odgovarajućih zamjenskih usluga, prelazak cjenovno osviještenih korisnika na te zamjenske usluge definitivno bi se moglo smatrati preprekom za operatore pokretnih mreža da podižu cijenu završavanja (terminacije) poziva. Dalje u tekstu Agencija razmatra alternativne načine komuniciranja i njihov stvarni utjecaj na cijenu završavanja (terminacije) poziva.

a) Pozivi na fiksne brojeve

Strana koja upućuje poziv mogla bi koristiti pozive na fiksne brojeve kao potencijalnu zamjensku uslugu pozivima na mobilne brojeve. Osnovni argument za ovakvo stajalište je viša cijena završavanja (terminacije) poziva u pokretne mreže koja iznosi 0,786 kn/min tijekom cijelog dana za operatore T-Mobile i Vipnet te za operatora Tele2 u vrijeme jakog prometa²⁶ 0,90 kn/min te 0,45 kn/min za vrijeme slabog prometa²⁷ u odnosu na cijenu završavanja (terminacije) poziva u nepokretne mreže koja kod najjačeg operatora u nepokretnim mrežama HT-a iznosi u vrijeme jakog prometa 0,13 kn/min²⁸, a u vrijeme slabog prometa 0,065 kn/min.

U skladu s navedenim, a pretpostavljajući da krajnji korisnik zna u kojoj je mreži poziv završio i koji su troškovi vezani uz taj poziv mogao bi zaobići visoke cijene završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama tako da osobu koju želi kontaktirati zove na njezin fiksni, a na mobilni telefon. Iz navedene perspektive odnosno zbog niže cijene završavanja (terminacije) poziva u nepokretne mreže pozivi na fiksne brojeve mogli bi se smatrati zamjenskom uslugom. Međutim, s obzirom da operatori pokretnih mreža u svojim tarifnim paketima nude iste maloprodajne cijene za pozive u druge pokretne mreže i u nepokretne mreže korisnik neće biti u mogućnosti, na temelju razlike u cijeni završavanja (terminacije) poziva za pokretne i nepokretne mreže, fiksnu telefoniju smatrati zamjenskom uslugom.

Isto tako, pozivi na fiksne 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 pozivajući određenu osobu na mobilni broj, korisnik može biti siguran da će dobiti točno osobu koju zove. 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.

Prethodno navedeno potvrđuje se i na temelju ponašanja korisnika pokretnih operatora koji upućuju poziv. Naime, u vremenskom razdoblju u kojem je Agencija provodila analizu²⁹ vidljivo je sljedeće. Korisnici T-Mobile mreže od ukupnog broja minuta, koje su napravili u tom vremenskom razdoblju, 93,97% minuta se odnosilo na pozive u pokretne mreže odnosno

²⁶ Vrijeme jakog prometa odnosi se na dio dana od 07:00 do 19:00 sati

²⁷ Vrijeme slabog prometa odnosi se na dio dana od 19:00 do 07:00 sati, vikende te nacionalne blagdane od 00:00 do 24:00 sata

²⁸ Navedene cijene su važeće od dana 01. siječnja 2006.godine. Do tada na snazi je bila cijena od 0,23 kn/min u vremenu jakog prometa i 0,13 kn/min u vremenu slabog prometa.

²⁹ Vremenski period uključuje razdoblje od druge polovice 2005. godine zaključno s prvom polovicom 2008. godine

na mobilne brojeve. Nadalje, korisnici Vipnet mreže od ukupnog broja minuta 93,43% minuta se odnosilo na pozive na mobilne brojeve, a u Tele2 mreži korisnici su 91,71% minuta ostvarili pozivajući mobilne brojeve.

U skladu s prethodno navedenim, stajalište Agencije je da se pozivi na fiksne brojeve *ne mogu smatrati* zamjenskom uslugom pozivima na mobilne brojeve.

b) SMS poruke kao alternativa pozivima unutar iste mreže i pozivima prema drugim pokretnim i nepokretnim mrežama

Agencija je mišljenja da se SMS poruka ne može smatrati pravom zamjenskom uslugom mobilnim govornim pozivima iz sljedećih razloga:

- *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 prosljedi“.*

S obzirom da svaki operator pokretnih mreža omogućava svojim korisnicima da šalju SMS poruke i da ostvaruju govorne pozive odnosno svaki operator svojim korisnicima navedene usluge nudi kao povezane usluge (eng. *bundle*), Agencija je mišljenja da je svakom operatoru u interesu osigurati da navedene usluge ne budu konkurentne/zamjenske već komplementarne.

c) Pozivi preko internetskog protokola (VoIP) odnosno pozivi na VoIP brojeve³⁰

Pozivanje korisnika na VoIP broj predstavlja u ovom trenutku u Republici Hrvatskoj alternativni način komunikacije. Obzirom na trenutno upitnu kvalitetu navedene usluge, prihvaćanje navedene usluge od strane korisnika, ovisnosti o pristupu internetu i upitnog je li pozivi na VoIP brojeve zadovoljavaju osnovni princip mobilnih brojeva, a to je da su oni po svojoj prirodi *mobilni*³¹ odnosno nisu vezani za točno određenu lokaciju, stajalište Agencije je da se pozivi na VoIP brojeve u ovom trenutku niti u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza *ne mogu smatrati* zamjenskom uslugom pozivima na mobilne brojeve.

d) Solucija „uzvрати mi poziv“ (eng. *Call-back solutions*)

Operatori pokretnih mreža povećanjem cijene završavanja (terminacije) poziva utječu na povećanje maloprodajnih cijena poziva prema drugim mrežama. Solucija „uzvрати mi poziv“ odnosi se na situaciju u kojoj osoba koja upućuje poziv traži od osobe koja zaprima poziv da ju nazove. Drugim riječima, navedeno bi značilo da operator nije u mogućnosti bez

³⁰ Pozivi na VoIP brojeve smatraju se pozivima na nezemljopisne brojeve

³¹ 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

ograničenja povećavati cijenu završavanja (terminacije) poziva u svojoj mreži iz razloga što bi navedeno dovelo do povećanja opcije „uzvрати mi poziv“ u drugim mrežama odnosno povećao bi se broj poziva u kojima operator plaća naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva i smanjio broj poziva u kojima operator naplaćuje uslugu završavanja (terminacije) poziva.

Stajalište Agencije je da, u odsustvu regulacije, a uzevši u obzir činjenicu da je prosječno trajanje razgovora u Republici Hrvatskoj oko tri minute, cjenovna osjetljivost osobe koja upućuje poziv *nije dostatna da bi utjecala* na cijenu završavanja (terminacije) poziva.

5.3.1.2. Ponašanje strane (korisnika) koja prima poziv

Obzirom na CPP princip po kojem se posluje u Republici Hrvatskoj, korisnik koji prima poziv nije osjetljiv na trošak i cijenu završavanja (terminacije) poziva. 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 poziva. S druge strane, postoje određeni slučajevi u kojima je strana koja zaprima poziv osjetljiva na malo, ali značajno trajno povećanje u cijeni završavanja (terminacije) poziva koje se manifestira u višoj maloprodajnoj cijeni za stranu koja joj je uputila poziv. 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 govorne pozive 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 poziva odnosno cijenu koju plaća strana koja ju poziva iz razloga što će više cijene elektroničkih komunikacijskih usluga utjecati i na njegove više izdatke. Promatrajući situaciju na domaćem tržištu elektroničkih komunikacija, Agencija je mišljenja da je utjecaj navedenih grupa prenizak da bi djelovao kao zapreka operatorima u slučaju da odluče povišiti cijenu završavanja (terminacije) poziva.

b) GSM sučelje (eng. GSM Gateways)

GSM sučelje je uređaj koji omogućava korisnicima koji su osjetljivi na promjene u cijenama da uštede financijska sredstva na pozivima koji započinju u nepokretnoj mreži i završavaju u pokretnoj mreži na način da se poziv s fiksnog broja na mobilni broj koji je skuplji pretvori u poziv s mobilnog broja na mobilni broj unutar iste mreže koji je jeftiniji. Navedeno je moguće putem PBX sistema. Međutim, isto tako, navedeno je moguće samo na fiksnoj lokaciji i u pravilu se koristi samo za poslovne korisnike. Temeljem navedenog Agencija je mišljenja da navedena opcija nema dovoljan utjecaj kako bi djelovala kao zapreka operatorima u slučaju da odluče povišiti cijenu završavanja (terminacije) poziva.

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 televizije³². 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 tržišni dokaz koji bi upućivao da povezani proizvodi ili usluge mogu predstavljati prepreku operatorima koji žele povišiti cijenu završavanja (terminacije) poziva.

Također, Agencija je mišljenja da u slučaju da mobilne usluge i jesu dio povezanog proizvoda bilo bi malo vjerojatno da bi krajnji korisnici tarifne pakete u kojima se nudi povezani proizvod birali na temelju cijene završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama. Naime, na temelju CPP principa strana koja prima poziv nije osjetljiva na cijenu dolaznog poziva te u skladu s navedenim nije osjetljiva niti na trošak završavanja (terminacije) poziva 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 povišiti cijenu završavanja (terminacije) poziva u pokretnu mrežu te istovremeno smanjivati cijenu neke druge usluge koja se nudi u povezanom 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 poziv i strane koja prima poziv te zaključila sljedeće.

Pozivi na mobilne brojeve nemaju zamjenjivost na strani potražnje obzirom da je strana koja upućuje poziv spremna platiti cijenu mobilnog poziva, a sve iz razloga kako bi kontaktirala točno osobu s kojom želi razgovarati. Naime, povećanje cijene mobilnog poziva za posljedicu može imati da će strana koja upućuje poziv smanjiti broj razgovora ili dužinu razgovora ovisno o elastičnosti njegove/njezine potražnje, ali mala je vjerojatnost da će strana koja upućuje poziv uspjeti pronaći odgovarajuću zamjensku uslugu. Naime, strana koja upućuje poziv može drugu stranu nazvati na fiksni broj, VoIP broj ili poslati SMS poruku. Navedeno nije realno iz razloga što se pozivanjem osobe na fiksni broj osoba treba nalaziti točno na lokaciji fiksnog priključka, SMS poruka sadrži premalen broj znakova i ne prenosi se u realnom vremenu da bi se mogla smatrati zamjenskom uslugom, a za poziv na VoIP broj u ovom trenutku je upitna kvaliteta, prihvaćanje navedene usluge od strane korisnika, ovisan je o pristupu internetu i upitno je zadovoljavaju li pozivi na VoIP brojeve osnovni princip mobilnih brojeva, a to je da su oni po svojoj prirodi mobilni odnosno nisu vezani za točno određenu lokaciju.

U skladu s navedenim, ponašanje strane koja ostvaruje poziv je takvo da operatorima pokretnih mreža ne nameće zapreke odnosno ne sprečava ih da povise cijenu završavanja (terminacije) poziva. Međutim, navedena analiza nije potpuna obzirom da zapreke povećanju cijene završavanja (terminacije) poziva mogu proizaći i od strane koja prima poziv u slučaju da je ta strana osjetljiva na promjenu cijene završavanja (terminacije) poziva. Navedeno se

³² Navedene usluge poznate su pod nazivom „Triple play usluge“

najčešće odnosi na korisnike unutar bliskih skupina, međutim istih je premalo da bi imali utjecaj na cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva.

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

- potražnje za uslugama poziva na broj u određenoj pokretnoj mreži;
- potražnje za uslugama poziva na broj u određenoj pokretnoj mreži kad je poziv započeo u istoj mreži, usluga za vlastite potrebe.

Ukupno gledajući, Agencija je mišljenja da uzevši u obzir trenutni stupanj razvoja tehnologije, CPP princip i nedostatak odgovarajućih zapreka na tržištu, operatori pokretnih mreža imaju razlog odnosno poticaj da cijenu završavanja (terminacije) drže na visokoj razini u slučaju odsustva regulacije.

5.3.2. Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajna razina

Zamjenjivost na strani ponude na maloprodajnoj razini bila bi moguća u slučaju da korisnik posjeduje 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 nazvao takvog korisnika mogao bi izabrati operatora preko kojeg će završiti (terminirati) poziv. Obzirom da navedeno trenutno nije moguće i po mišljenju Agencije navedeno neće biti moguće u vremenskom razdoblju na koje 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 (terminacije) poziva iznimno specifična. Naime, uslugu završavanja (terminacije) poziva 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) poziva prema uvjetima iz Standardne ponude za međusobno povezivanje. Razlika između usluge završavanja (terminacije) poziva koju nude T-Mobile i Vipnet i usluge završavanja (terminacije) poziva koju nudi Tele2 je u tome što je Tele2 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) poziva T-Mobile-a i Vipnet-a. No, zbog specifičnosti usluge poziva 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 pozivu na broj u pokretnoj mreži, Agencija je mišljenja kako na veleprodajnoj razini također ne postoji održiva zamjenska usluga usluzi završavanja (terminacije) poziva na broj u određenoj pokretnoj mreži. Naime, korisnik bilo kojeg operatora u mogućnosti je nazvati korisnika bilo kojeg operatora. U skladu s navedenim, operator čiji je korisnik uputio poziv nema druge mogućnosti nego ugovoriti i platiti naknadu

za uslugu završavanja (terminacije) poziva operatoru čijeg je korisnika njegov korisnik nazvao.

Iz navedenog proizlazi da na veleprodajnoj razini niti jedan operator nema izbor u pogledu s kim će dogovoriti odnosno kome će platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva jer može je platiti samo onom operatoru čijeg je korisnika nazvao njegov korisnik odnosno potražnja za cijenom završavanja (terminacije) poziva usko je povezana s potražnjom za pozivima 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) poziva zasebno, 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) poziva trećoj strani kao odgovor malom, ali značajnom i trajnom 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 poziv, da plati naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva od njega umjesto od operatora čijeg je korisnika njegov korisnik nazvao. 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, poziv može završiti (terminirati) samo u mreži operatora čijeg se korisnika nazvalo i niti jedan operator nije u mogućnosti ponuditi završetak (terminaciju) poziva u svoju mrežu, a da istovremeno poziv 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 poziv završiti (terminirati) nema nikakav utjecaj na samu uslugu odnosno dolazni poziv.

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

Agencija na temelju prethodno navedenog odnosno na *temelju principa tehnološke neutralnosti* smatra da ne postoji razlika između poziva koji je završio u 3G mreži u odnosu na poziv 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 operatori T-Mobile, Vipnet i Tele2. U skladu s gore opisanom dimenzijom usluga mjerodavnog tržišta, svaki poziv može završiti (terminirati) isključivo u mreži operatora čijeg se korisnika poziva. 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) poziva ista neovisno o zemljopisnom području na kojem se nalazi strana koja prima poziv odnosno neovisno o lokaciji završavanja (terminacije) poziva. 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 koji nude svoje usluge na tržištu.

5.6. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta

Na temelju gore provedene analize, Agencija je odredila tri mjerodavna tržišta završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama:

1. Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora Tele2 d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj mreži³³ u kojoj je poziv započeo;
2. Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora T-Mobile d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj mreži u kojoj je poziv započeo.

³³ Pojam „nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj mreži“ odnosi se na sve operatore koji na teritoriju RH 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.

3. Završavanje (terminacija) poziva u mreži operatora Vipnet d.o.o. neovisno o nacionalnoj elektroničkoj komunikacijskoj mreži u kojoj je poziv započeo.

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

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

6. Cilj i predmet analize mjerodavnog tržišta

U skladu s mjerilima iz ZEK-a, a u okviru analize tržišta, Agencija će ocijeniti djelotvornost tržišnog natjecanja na određenom mjerodavnom tržištu te procijeniti postoje li operatori sa značajnom tržišnom snagom na određenom mjerodavnom tržištu, o čemu će kasnije donijeti odgovarajuću odluku sukladno ZEK-u i mišljenju tijela nadležnog za zaštitu tržišnog natjecanja.

Smatra se da operator ima značajnu tržišnu snagu ako, pojedinačno ili zajedno s drugim operatorima, ima položaj koji odgovara vladajućem, što znači da se nalazi u takvom gospodarskom položaju koji mu omogućuje da se u značajnoj mjeri ponaša neovisno o konkurenciji, korisnicima usluga i potrošačima.

U svrhu procjene značajne tržišne snage operatora, Agencija će izračunati tržišni udjel na određenom mjerodavnom tržištu i tumačiti ga u skladu sa Smjernicom Europske komisije o mjerodavnim tržištima te mjerodavnom pravnom stečevinom Europske unije iz područja tržišnog natjecanja.

Nakon utvrđivanja i određivanja mjerodavnog tržišta, kao što je opisano u poglavljima 4. i 5., Agencija će, sukladno prikupljenim podacima, a u skladu s mjerilima iz članka 55. ZEK-a procijeniti postoji li na navedenom tržištu operator(i) sa značajnom tržišnom snagom koji se nalazi u takvom gospodarskom položaju koji mu omogućuje da se u značajnoj mjeri ponaša neovisno o konkurenciji, korisnicima usluga i potrošačima.

U procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage Agencija će primijeniti sljedeća mjerila, a koja su obrađena u 8. poglavlju ovog dokumenta:

- Tržišni udjeli operatora na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu;
- Nedostatak protutežne kupovne moći;
- Zapreke ulasku na tržište;
- Ekonomije razmjera;
- Nacionalni roaming;
- Troškovi gradnje 1800 MHz radio dijela mreže u usporedbi sa 900 MHz.

7. Analiza podataka na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu

7.1. Tržišni udjeli

U skladu s mjerodavnom Smjernicom Europske komisije o mjerodavnim tržištima i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge, tržišni udjel smatra se ključnim kriterijem u procjenjivanju značajne tržišne snage operatora. Na temelju prikupljenih podataka, a radi što kvalitetnije analize tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, Agencija je izračunala tržišne udjele operatora po broju korisnika, po prihodima i po broju završenih (terminiranih) minuta.

7.1.1. Tržišni udjeli operatora po broju korisnika

Gustoća korisnika pokretnih mreža je postotak ukupnog stanovništva koji posjeduje mobilni uređaj. Za izračun iste koriste se korisnici usluga pokretnih mreža koji su bili aktivni u zadnjih šest mjeseci neovisno radi li se o korisnicima s pretplatničkim odnosom (eng. *post-paid customers*) ili korisnicima bez pretplatničkog odnosa (eng. *pre-paid customers*).

Gustoća krajnjih korisnika u pokretnim mrežama dosegla je svoj vrhunac na kraju promatranog razdoblja, završno s danom 30. lipnja 2008. godine., kada je iznosila 122,01%. Slika 3 prikazuje rast gustoće korisnika kroz promatrano razdoblje.

Slika 3. Gustoća korisnika pokretnih mreža

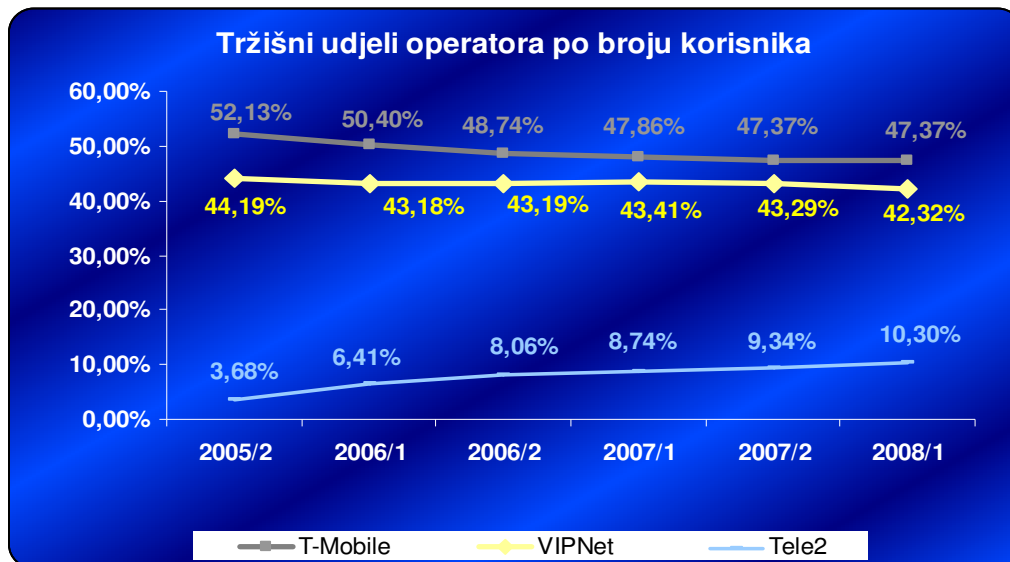


Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

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

Sljedeća slika pokazuje tržišne udjele operatora po broju korisnika.

Slika 4. Tržišni udjeli operatora po broju korisnika

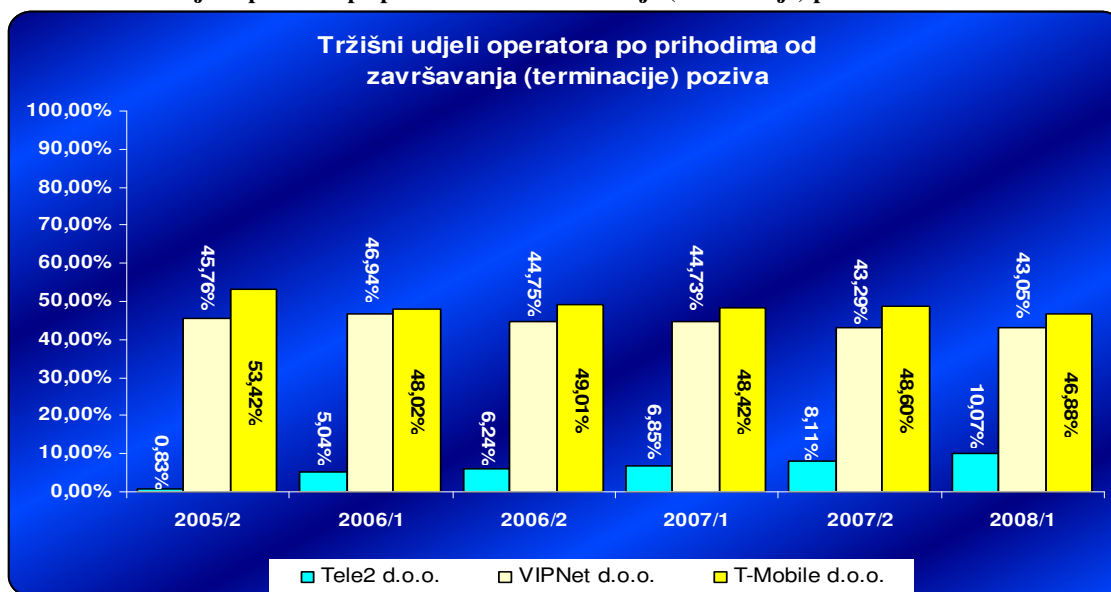


Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Gornji grafikon prikazuje razvoj tržišnih udjela operatora gledano po broju korisnika u promatranom razdoblju. Iz slike je vidljivo da treći pokretni operator Tele2 od ulaska na tržište pa do kraja prvog polugodišta 2008. godine ostvaruje konstantni rast u broju korisnika. Također, gledajući broj korisnika, Tele2 je povećavao svoj tržišni udjel na način da je, osim novih korisnika, uzimao korisnike i od T-Mobile-a i od Vipnet-a. Iz navedenog grafikona također je vidljivo da postoji velika razlika u broju korisnika Tele2 u odnosu na T-Mobile i Vipnet koji se mogu smatrati operatorima s vrlo sličnim tržišnim udjelom.

7.1.2. Tržišni udjeli operatora po prihodima od usluge završavanja (terminacije) poziva

Slika 5. Tržišni udjeli operatora po prihodima od završavanja (terminacije) poziva

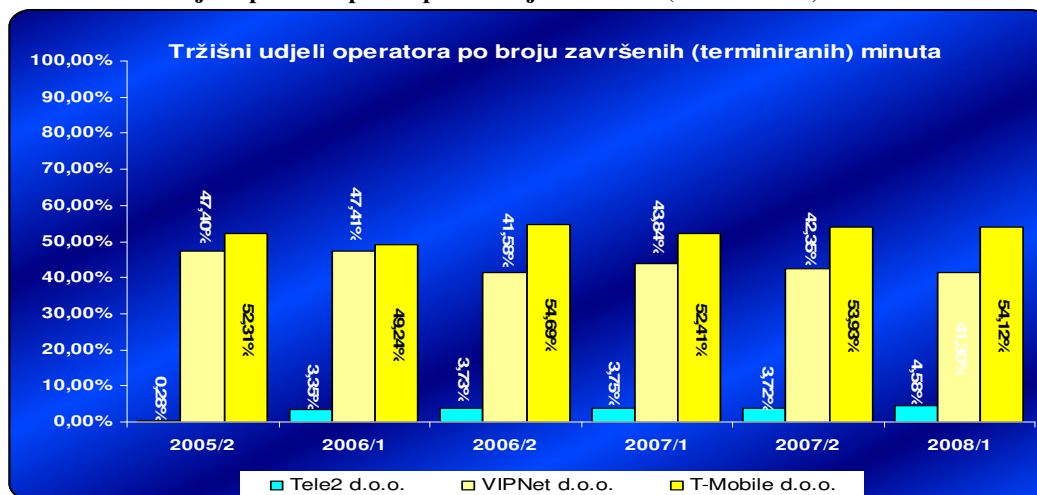


Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Slika 5. pokazuje udio minuta poziva pojedinih operatora koji dolaze iz svih nacionalnih mreža (pokretnih i nepokretnih). Međunarodni pozivi nisu uključeni s obzirom da nisu sastavni dio tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu. Kao što je i vidljivo iz gornjeg grafikona, tržišni udjeli T-Mobile-a i Vipnet-a su vrlo slični uzevši u obzir ukupan prihod od završavanja (terminacije) poziva u njihovu mrežu. Iz navedenog Agencija zaključuje da su T-Mobile i Vipnet po tržišnoj snazi vrlo slični odnosno da s regulatorne strane ne postoji potreba za drugačijom regulacijom. Međutim, Tele2 ima relativno niski tržišni udio odnosno postoji velika razlika u prihodima koje ostvaruje Tele2 kao treći operator na tržištu u odnosu na Vipnet i T-Mobile.

7.1.3. Tržišni udio operatora po ukupnom broju završenih (terminiranih) minuta

Slika 6. Tržišni udjeli operatora po ukupnom broju završenih (terminiranih) minuta



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama³⁴

Slika 6. pokazuje udio minuta poziva pojedinih operatora koji dolaze iz svih nacionalnih mreža (pokretnih i nepokretnih). Nisu uključene završene (terminirane) minute iz međunarodnih mreža s obzirom da nisu sastavni dio tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

Vidljivo je da najveći udio dolaznih poziva ima T-Mobile d.o.o. Iz navedenog grafikona također je vidljiva vrlo velika razlika između T-Mobile-a i Vipnet-a s jedne strane i trećeg pokretnog operatora Tele2 s druge strane. Kroz promatrano razdoblje primjećuje se da T-Mobile ima konstantan udio u broju završenih (terminiranih) minuta dok Vipnet bilježi lagani pad u odnosu na početak promatranog razdoblja.

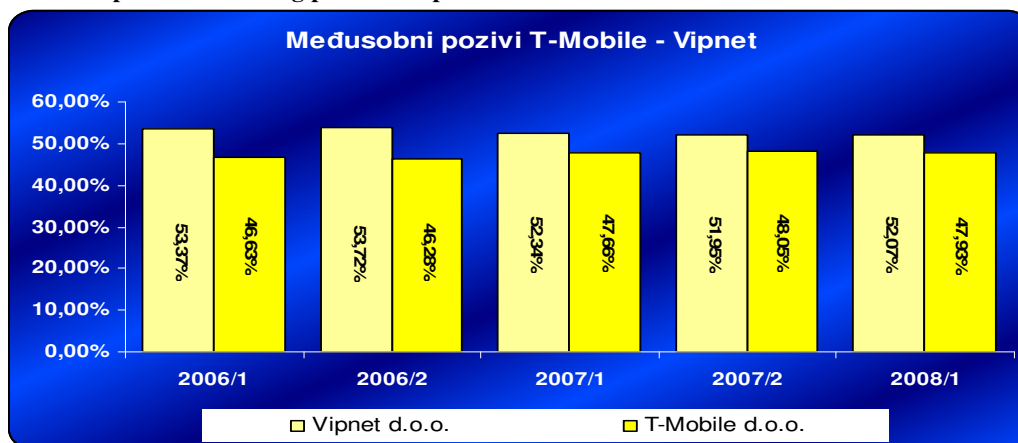
7.2. Razlika u omjeru dolaznog i odlaznog prometa između operatora na tržištu

Po mišljenju Agencije navedeni kriterij može pomoći pri utvrđivanju stvarnog stanja na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu. Naime, što je korisnička baza pokretnog operatora manja u usporedbi s drugim operatorima na tržištu, broj odlaznih poziva tog operatora prema tim drugim operatorima je znatno veći iz

³⁴ Agencija je kod operatora Vipnet-a projicirala, na temelju ostalih razdoblja, podatke za razdoblje 2005/2

čega proizlazi da su i troškovi za uslugu završavanja (terminacije) poziva tog operatora znatno viši od prihoda koje ostvaruje na istoj usluzi.

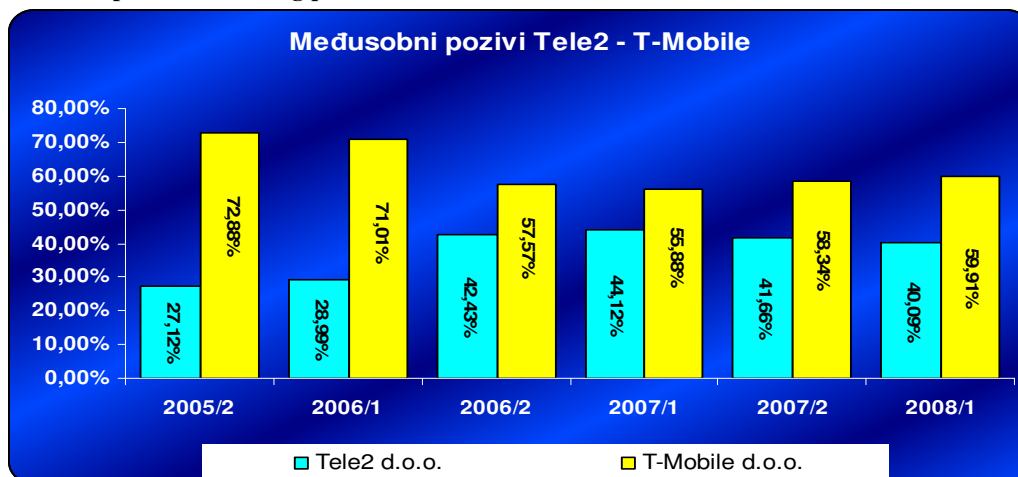
Slika 7. Usporedba dolaznog prometa Vipnet-a i T-Mobile-a



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedenog grafikona je vidljivo da je odnos međusobnih poziva između T-Mobile-a i Vipnet-a stabilan u promatranom razdoblju odnosno da je razlika manja od 5%. Agencija iz navedenog zaključuje da su troškovi i prihodi koje operatori imaju odnosno ostvaruju za uslugu završavanja (terminacije) poziva vrlo slični odnosno da niti jedan od operatora nije u nepovoljnom položaju u odnosu na drugog.

Slika 8. Usporedba dolaznog prometa Tele2 i T-Mobile

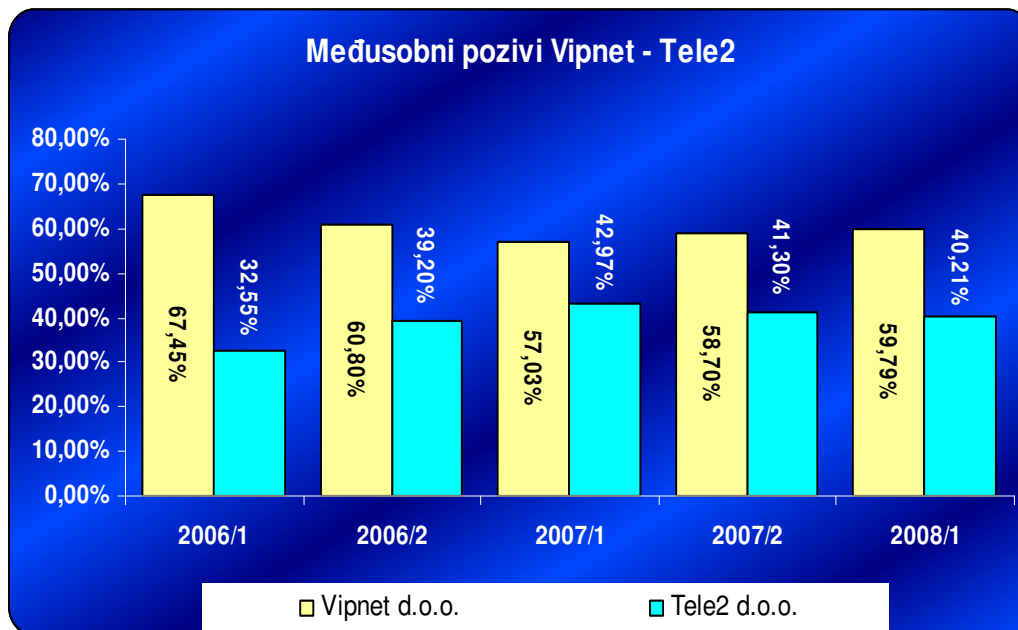


Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedenog grafikona je vidljivo da je puno veći broj odlaznih poziva iz Tele2 u T-Mobile, nego iz T-Mobile-a u Tele2. Po mišljenju Agencije, iz grafikona je vidljivo da postoji asimetrija na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu odnosno da je od kraja prvog polugodišta 2007. godine do kraja prvog polugodišta 2008. godine došlo do povećanja asimetrije u količini dolaznog prometa između pokretnih operatora T-Mobile-a i Tele2. Drugim riječima, Agencija iz navedenog zaključuje da je Tele2 takozvani „net-payer“³⁵ prema T-Mobile-u.

³⁵ Operator koji više plaća, nego što naplaćuje uslugu završavanja (terminacije) poziva

Slika 9. Usporedba dolaznog prometa Vipnet i Tele2



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

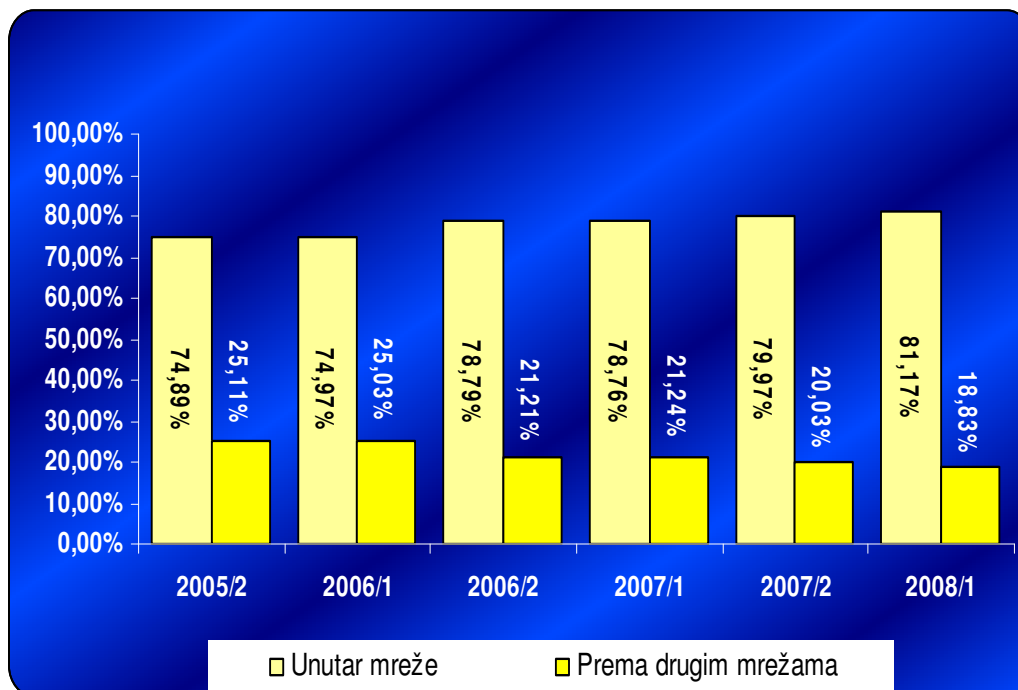
Iz navedenog grafikona je vidljivo da je puno veći broj odlaznih poziva iz Tele2 u Vipnet, nego iz Vipnet-a u Tele2. Po mišljenju Agencije, iz ovog grafikona je također vidljivo da postoji asimetrija na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu odnosno da je od kraja prvog polugodišta 2007. godine do kraja prvog polugodišta 2008. godine došlo do povećanja asimetrije u količini dolaznog prometa između pokretnih operatora Vipnet-a i Tele2. Drugim riječima, Agencija iz navedenog zaključuje da je Tele2 takozvani „net-payer“ i prema Vipnet-u.

7.3. Odnos prometa unutar mreže i poziva prema drugim mrežama

Temeljem navedenog kriterija, Agencija će vidjeti koliko prometa svaki pojedini operator pokretnih mreža ostvaruje unutar svoje mreže odnosno koliko prometa završava u drugim mrežama za koje mora platiti trošak završavanja (terminacije) poziva. Naime, na temelju ekonomija razmjera³⁶ što operator ostvaruje više poziva unutar vlastite mreže jedinični trošak za vlastitu uslugu završavanja (terminacije) poziva je manji odnosno što operator više prometa ostvaruje unutar vlastite mreže manje prometa završava (terminira) u drugim mrežama. Drugim riječima, troškovi završavanja (terminacije) poziva koje moraju platiti operatoru u čijoj je mreži poziv završio su niži.

³⁶ Ekonomije razmjera (engl. *economies of scale*) nastaje smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obujma (volumena) proizvodnje. Važna je zbog ostvarivanja troškovnih prednosti iz veličine pojedinih poslovnih operacija, odnosno, u industrijama gdje je efekt ekonomije razmjera veći, veće poduzeće uvijek ima troškove prednosti nad malim poduzećem. Mogućnost osiguravanja sniženja troškova, i zbog toga postizanja niskih cijena, čini važan izvor konkurentne prednosti na tržištima gdje je konkurencija cijenama glavni oblik suparništva među tvrtkama.

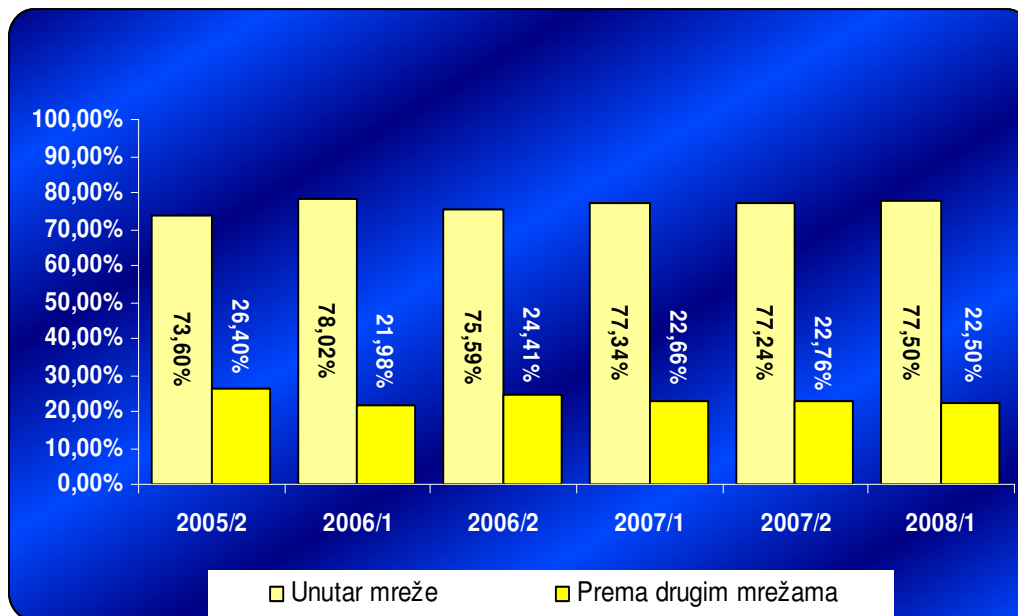
Slika 10. Raspodjela odlaznih poziva unutar i izvan mreže T-Mobile-a



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedenog grafikona je vidljivo da T-Mobile ostvaruje ekonomije razmjera iz razloga što preko 80% prometa ostvaruje unutar vlastite mreže. Također, T-Mobile bilježi slab, ali stabilan porast količine prometa unutar vlastite mreže u promatranom vremenskom razdoblju.

Slika 11. Raspodjela odlaznih poziva unutar i izvan mreže Vipnet-a



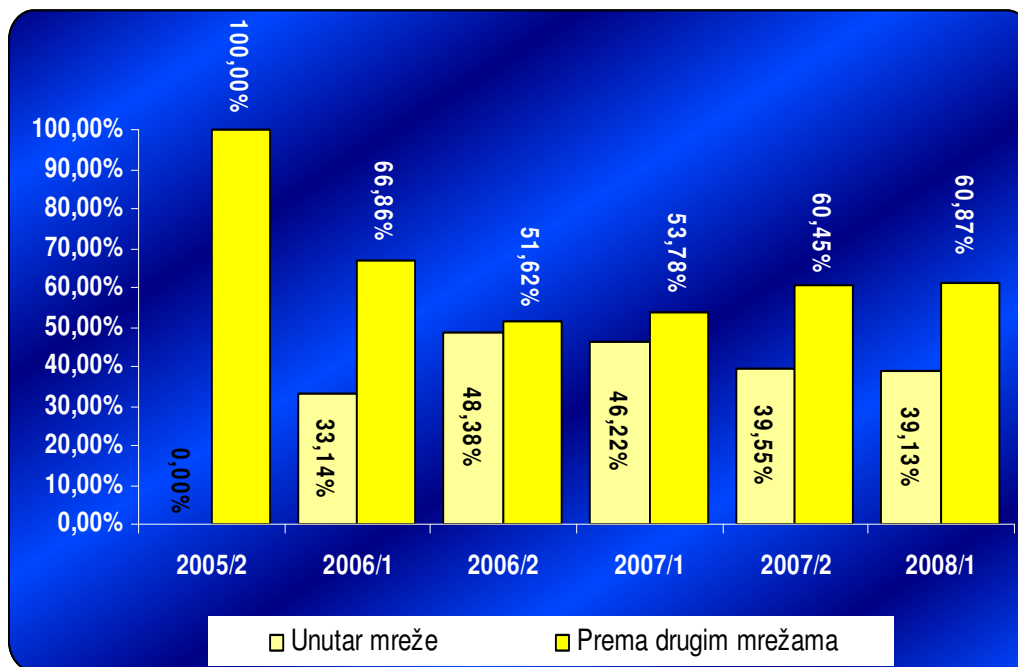
Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedenog grafikona je vidljivo da Vipnet također ostvaruje ekonomije razmjera iz razloga što preko 75% prometa ostvaruje unutar vlastite mreže. Također, za Vipnet se može reći da

bilježi slab, ali stabilan porast količine prometa unutar vlastite mreže u promatranom vremenskom razdoblju.

Naime, iz prethodna dva grafikona je vidljivo da su T-Mobile i Vipnet dva vrlo slična operatora na tržištu odnosno da oba operatora ostvaruju visoke ekonomije razmjera.

Slika 12. Raspodjela odlaznih poziva unutar i izvan mreže Tele2-a



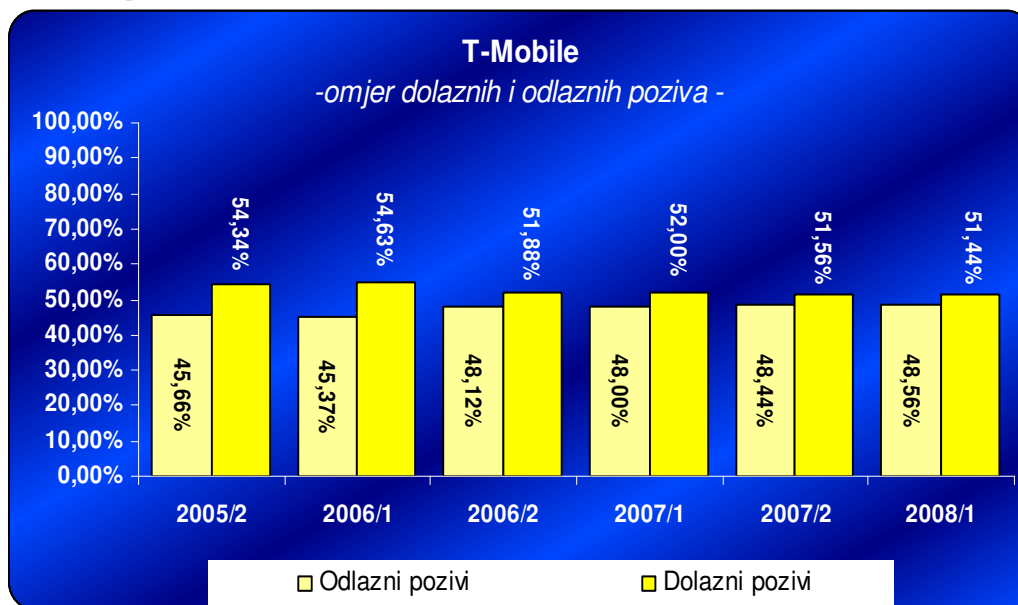
Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Za razliku od T-Mobile i Vipnet-a, Tele2 ne ostvaruje ekonomije razmjera. Naime, Tele2 manje od 50% prometa ostvaruje unutar vlastite mreže odnosno od kraja 2006. godine do kraja prvog polugodišta 2008. godine Tele2 bilježi kontinuirani pad u količini prometa koji ostvaruje unutar vlastite mreže. Naime, Tele2 je unutar vlastite mreže na kraju 2006. godine ostvarivao 48,38% prometa dok je taj postotak na kraju promatranom razdoblja iznosio 39,13%.

7.4. Usporedba odlaznih i dolaznih minuta po operatoru

Na temelju navedenog kriterija Agencija može zaključiti je li na tržištu pokretnih mreža postoji operator koji se može smatrati „net payer“ operatorom. Naime, navedeni operator je operator koji, uzevši u obzir odnos dolaznog i odlaznog prometa više plaća za uslugu završavanja (terminacije) poziva, nego što naplaćuje istu uslugu. U slučaju da na tržištu postoji takav operator, on je u podređenom položaju u odnosu na ostale sudionike na tržištu iz razloga što puno više financijskih sredstava mora izdvajati za uslugu završavanja (terminacije) poziva od ostalih sudionika na tržištu.

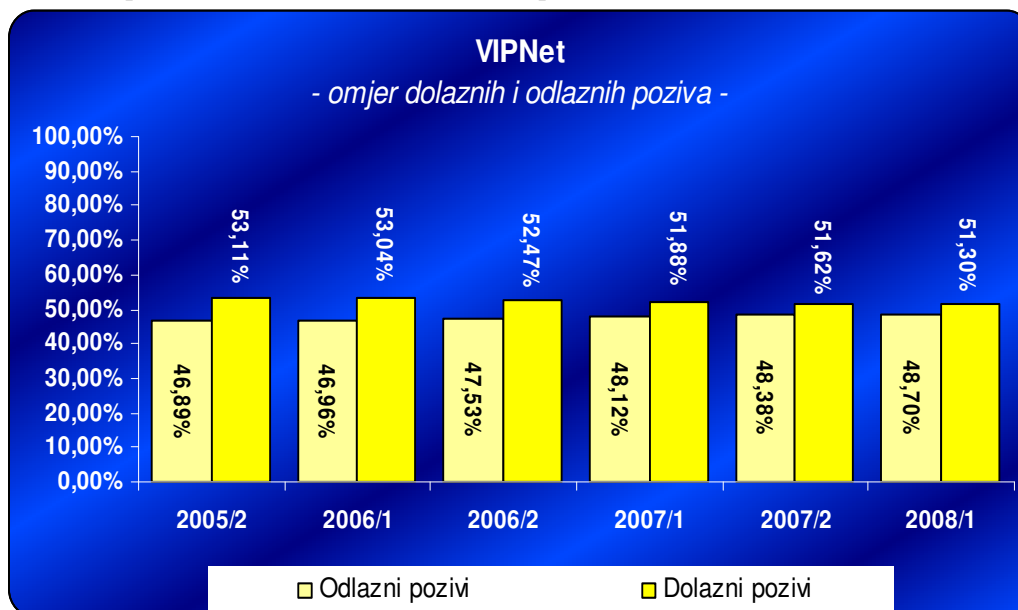
Slika 13. Usporedba odlaznih i dolaznih minuta T-Mobile



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedenog grafikona je vidljivo da se T-Mobile ne može smatrati „net payer“ operatorom iz razloga što u odnosu na ukupnu količinu prometa više naplaćuje, nego što plaća za uslugu završavanja (terminacije) poziva.

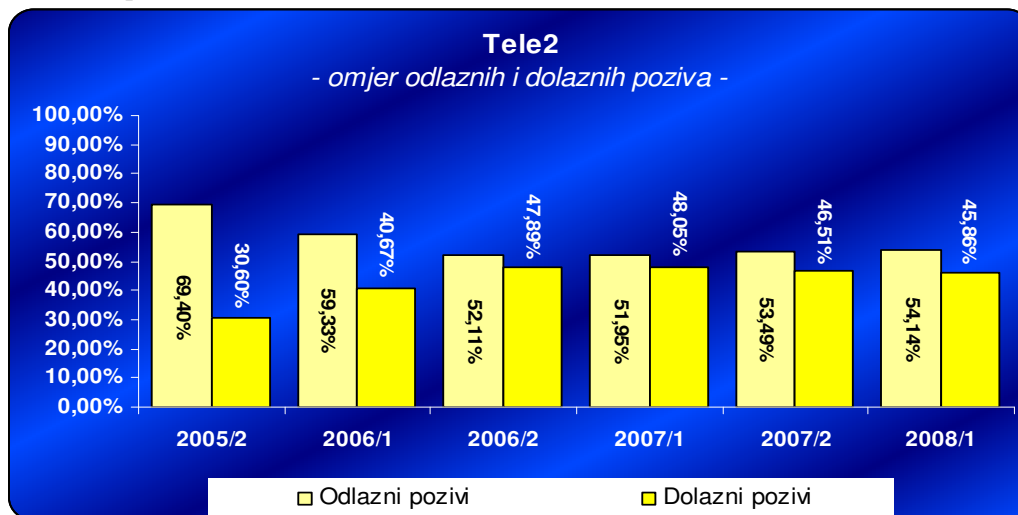
Slika 14. Usporedba odlaznih i dolaznih minuta Vipnet



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedenog grafikona je vidljivo da se Vipnet također ne može smatrati „net payer“ operatorom iz razloga što u odnosu na ukupnu količinu prometa više naplaćuje, nego što plaća za uslugu završavanja (terminacije) poziva. Isto tako, iz prethodna dva grafikona je vidljivo da se T-Mobile i Vipnet mogu smatrati operatorima koji imaju sličnu snagu na tržištu.

Slika 15. Usporedba odlaznih i dolaznih minuta Tele2



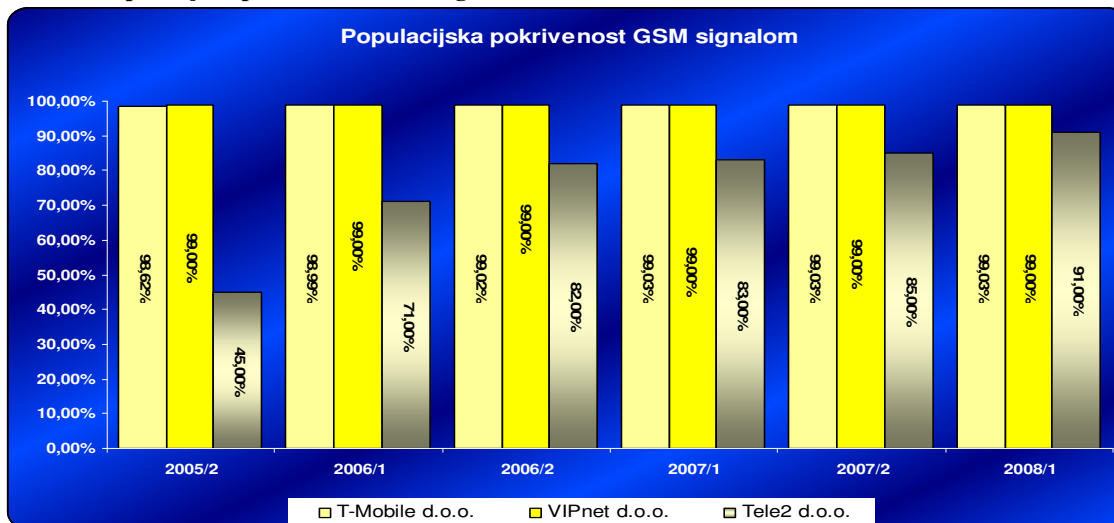
Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedenog grafikona je vidljivo da se Tele2 može smatrati „net payer“ operatorom iz razloga što u odnosu na ukupnu količinu prometa više naplaćuje, nego što plaća za uslugu završavanja (terminacije) poziva. Drugim riječima, Tele2 je u podređenom položaju u odnosu na ostale sudionike na tržištu.

7.5. Stupanj izgrađenosti mreže

Iz navedenog kriterija, Agencija može dobiti sliku o populacijskoj pokrivenosti GSM signalom i UMTS signalom. Naime, što je populacijska pokrivenost veća, operator je u mogućnosti ostvarivati veće ekonomije razmjera iz razloga što usluge koje nudi na tržištu (npr: pozivi, SMS poruke, korištenje interneta) ostvaruje u većoj mjeri ili potpunosti preko vlastite mreže. Drugim riječima, što je populacijska pokrivenost manja, u manjoj mjeri se i ostvaruju ekonomije razmjera.

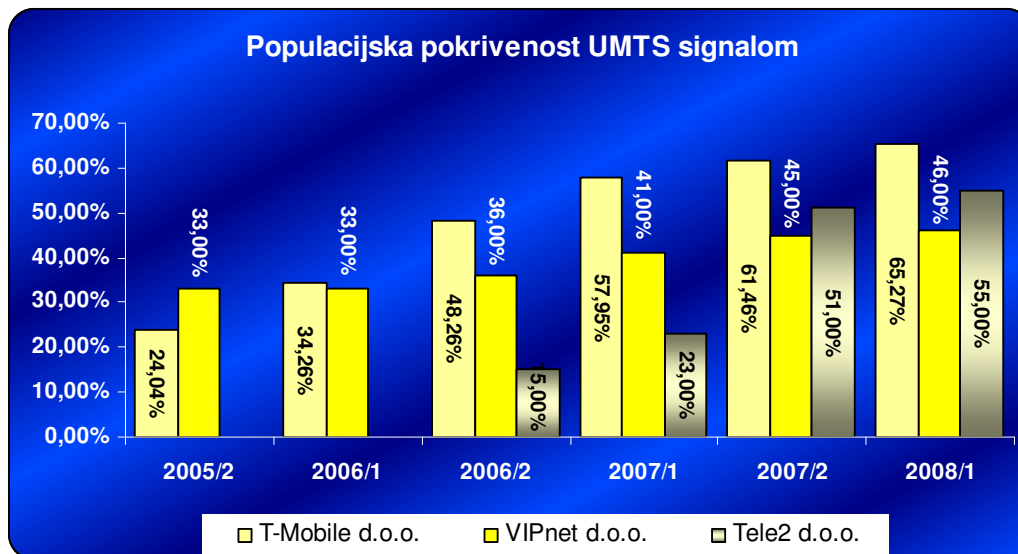
Slika 16. Populacijska pokrivenost GSM signalom



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Kao što je i vidljivo iz gornje slike, na početku promatranog razdoblja i T-Mobile i Vipnet su imali visok stupanj izgrađenosti svoje mreže odnosno pokrivali su GSM signalom gotovo svu populaciju Republike Hrvatske. Tele2 je krajem 2005. godine tek počeo s komercijalnim radom te je razumljivo da je imao relativno mali stupanj pokrivenosti. Međutim, na kraju promatranog razdoblja Tele2 svojom mrežom pokriva 91% populacije iz čega proizlazi da Tele2 ostvaruje manje ekonomije razmjera od T-Mobile-a i Vipnet-a iz razloga što svoje usluge na određenom dijelu nacionalnog teritorija Republike Hrvatske ne nudi preko vlastite infrastrukture, već preko infrastrukture drugih sudionika na tržištu kroz uslugu nacionalnog roaming-a.

Slika 17. Populacijska pokrivenost UMTS signalom



Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Pružanje usluga putem 3G tehnologija nije u Republici Hrvatskoj u potpunosti zaživjelo. Međutim, iz navedenog grafikona je vidljivo da je Tele2, kao treći operator na tržištu, navedenim signalom ostvario veću populacijsku pokrivenost od Vipnet-a.

7.6. Cijena usluge završavanja (terminacije) poziva

Na temelju navedenih podataka, Agencija može dobiti uvid postoji li na tržištu pokretnih mreža simetrija u cijeni završavanja (terminacije) poziva ili svi sudionici na tržištu imaju istu, simetričnu cijenu završavanja (terminacije) poziva.

Tablica 2. Cijene usluga završavanja (terminacije) poziva

Naziv operatora	2005/2		2006/1		2006/2		2007/1		2007/2		2008/1	
	vrijeme jakog prometa	vrijeme slabog prometa	vrijeme jakog prometa	vrijeme slabog prometa	vrijeme jakog prometa	vrijeme slabog prometa	vrijeme jakog prometa	vrijeme slabog prometa	vrijeme jakog prometa	vrijeme slabog prometa	vrijeme jakog prometa	vrijeme slabog prometa
T-Mobile d.o.o.	0,90 kn	0,45 kn	0,90 kn	0,576 kn	0,90 kn	0,576 kn	0,90 kn	0,576 kn	0,786 kn		0,786 kn	
Tele2 d.o.o.	0,90 kn	0,45 kn	0,90 kn	0,45 kn	0,90 kn	0,45 kn	0,90 kn	0,45 kn	0,90 kn	0,45 kn	0,90 kn	0,45 kn
VIPnet d.o.o.	0,90 kn	0,45 kn	0,90 kn	0,576 kn	0,90 kn	0,576 kn	0,90 kn	0,576 kn	0,786 kn		0,786 kn	

Izvor: Upitnici za tržišta u pokretnim mrežama

Iz navedene tablice je vidljivo da na tržištu postoje tri pokretna operatora koji su međusobno povezani. Tele2 je s komercijalnim radom započeo u listopadu 2005. godine na način da je prihvatio iste cijene završavanja (terminacije) poziva kao postojeći operatori na tržištu u tom trenutku, T-Mobile i Vipnet. Iz navedenog Agencija zaključuje da je početak liberalizacije u Republici Hrvatskoj započeo sa simetričnim cijenama završavanja (terminacije) poziva.

Također, bitno je napomenuti razvoj cjenovne politike. Na početku promatranog razdoblja sva tri operatora su koristila princip vremena jakog i vremena slabog prometa. Vrijeme jakog prometa bilo je definirano u trajanju od 07:00 do 22:00 sata, a vrijeme slabog prometa u trajanju od 22:00 do 07:00 sati te vikendom. Sva tri pokretna operatora su koristila istu definiciju, a cijena je iznosila 0,90 kn/min u vremenu trajanja jakog prometa i 0,45 kn/min u vremenu trajanja slabog prometa.

Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je svojom odlukom³⁷ izmijenila standardne ponude međusobnog povezivanja T-Mobile-a i Vipnet-a na način da su izmijenjene definicije vremena jakog i slabog prometa. Nova definicija vremena jakog prometa bila je u trajanju od 07:00 do 19:00 sati, a vremena slabog prometa u trajanju od 19:00 do 07:00 sati te vikendom dok je cijena u vremenu slabog prometa podignuta s 0,45kn/min na 0,576 kn/min. Tele2 je, međutim, još uvijek zadržao staru definiciju. Uzevši u obzir raspored prometa, Agencija dolazi do zaključka da je razlika u cijeni završavanja (terminacije) poziva između T-Mobile-a i Vipnet-a s jedne strane i Tele2 s druge strane premala da bi se zaključilo da postoji asimetrija na tržištu.

Nadalje, Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je sljedeću izmjenu standardne ponude međusobnog povezivanja donijelo svojom odlukom³⁸ u rujnu 2007. godine. U toj je odluci definirano da će Vipnet i T-Mobile, umjesto dosadašnjeg obračuna po vremenu jakog i slabog prometa, koristiti jedinstvenu (eng. *flat-rate*) cijenu završavanja (terminacije) poziva koja iznosi 0,786 kn/min, dok je Tele2, koji nije imao status operatora sa značajnom tržišnom snagom, ostao pri korištenju principa vremena jakog i vremena slabog prometa.

Uzevši u obzir prosječnu cijenu završavanja (terminacije) poziva, Agencija je zaključila da razlika između cijene završavanja (terminacije) poziva koju naplaćuju T-Mobile i Vipnet u odnosu na cijenu koju naplaćuje Tele2 premala da bi se smatralo da na tržištu pokretnih mreža postoji asimetrična cijena završavanja (terminacije) poziva.

7.7. Odnos unutar mreže i izvan mreže maloprodajnih cijena poziva

Na temelju ovog kriterija, Agencija može zaključiti sljedeće. Naime, što je operator koji posluje na tržištu slabiji odnosno ima manju bazu korisnika mora imati niže cijene poziva izvan mreže (eng. *off-net calls*) od jačih operatora kako bi privukao korisnike u svoju mrežu. Nadalje, u slučaju da i privuče korisnike u svoju mrežu, a kako bi bio konkurentan ostalim sudionicima na tržištu mora imati nisku cijeni poziva i unutar vlastite mreže (eng. *on-net calls*). Drugim riječima, što je operator slabiji na tržištu ima sličnu ili istu cijenu za pozive unutar mreže i pozive izvan mreže odnosno što je operator jači na tržištu povećava se razlika u cijeni poziva unutar mreže i poziva izvan mreže.

³⁷ Odluka (klasa 344-01/05-01/47; ur. broj 376-05-12)

³⁸ Odluka T-Mobile (klasa: UP/I-344-01/07-01/489; ur.broj: 376-11-07-06) dana 06. rujna 2007. godine
Odluka Vipnet (klasa: UP/I-344-01/07-01/488; ur.broj: 376-11-07-09) dana 06. rujna 2007. godine

Iz navedenog proizlazi da će operator koji je slabiji manje zarađivati na maloprodajnim paketima, više plaćati uslugu završavanja (terminacije) poziva i samim time u odsustvu regulacije uvijek biti u podređenom položaju.

Prethodno navedeno vidljivo je iz sljedećih tarifnih paketa operatora pokretnih mreža za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa³⁹.

a) korisnici bez pretplatničkog odnosa

Tablica 3. Tarifni paketi T-Mobile-a

Vrsta poziva	Tarifni paket	
	Simpa ekipa	Simpa plan
Pozivi unutar T-Mobile mreže (kn/min)	0,99*/ 0,49**	1,20*/ 1,20**
Pozivi prema ostalim mrežama u RH (kn/min)	1,99*/ 1,99**	2,50*/ 2,50**

* cijene poziva od pon-pet od 07:00 do 19:00 sati

** cijene poziva od pon-pet od 19:00 do 07:00 sati, vikendom i blagdanima 0-24 sata

Tablica 4. Tarifni paketi Vipnet-a

Vrsta poziva	tarifa "Za dvoje"**	tarifa "Svi moji"***	"Vikend tarifa"***
Pozivi unutar Vipnet mreže (kn/min)	1,20	0,80	1,20/ 0,60
Pozivi prema ostalim mrežama u RH (kn/min)	2,50	2,50	2,60/ 1,30

* cijene poziva od pon-pet, vikendom i blagdanima 0-24 sata

**cijene 1,20 i 2,60 od pon-pet od 07:00 do 19:00 sati; cijene 0,60 i 1,30 od pon-pet od 19:00 do 07:00 sati, vikendom i blagdanima 0-24 sata

Tablica 5. Tarifni paketi Tele2

Vrste poziva	Knock Out tarifa*	Tarifizza tarifa*
Pozivi unutar Tele2 mreže (kn/min)	0,49	0,35**
Pozivi prema ostalim mrežama u RH (kn/min)	0,49	0,35

* cijene poziva od pon-pet, vikendom i blagdanima 0-24 sata

** cijena uz 100 kuna nadoplate

b) korisnici s pretplatničkim odnosom

Tablica 6. Tarifni paketi T-Mobile-a*

Vrste poziva	Flex 60	Flex 150	Flex 300	Flex obitelj 200	Flex obitelj 300	Flex obitelj 500	Flex obitelj 700	Moji najbolji 75	Moji najbolji 200
Pozivi unutar T-mobile mreže (kn/min)	1,20	1,10	1,00	1,10	1,00	0,90	0,80	0,99	0,79
Pozivi prema ostalim mrežama u RH (kn/min)	2,50	2,30	2,00	2,30	2,00	1,60	1,30	1,99	1,59

* cijene poziva od pon-pet, vikendom i blagdanima 0-24 sata

³⁹ Izvor: internet stranice operatora pokretnih mreža (www.t-mobile.hr; www.vipnet.hr; www.tele2.hr)

Tablica 7. Tarifni paketi Vipnet-a*

Vrsta poziva	Model 25	Model 50	Model 100	Model 200
Pozivi unutar Vipnet mreže (kn/min)	1,20	1,20	1,10	1,00
Pozivi prema ostalim mrežama u RH (kn/min)	2,50	2,40	2,20	1,50

* cijene poziva od pon-pet, vikendom i blagdanima 0-24 sata

Tablica 8. Tarifni paketi Tele2*

Vrsta poziva	Knock out tarifa	tarifa Plan 0
Pozivi unutar Tele2 mreže (kn/min)	0,49	0,79
Pozivi prema ostalim mrežama u RH (kn/min)	0,49	0,79

* cijene poziva od pon-pet, vikendom i blagdanima 0-24 sata

Iz prethodno navedenih tablica⁴⁰ je vidljivo da Tele2, kao operator s najmanjim tržišnim udjelom, ima iste cijene poziva unutar mreže i prema ostalim mrežama. Navedene cijene se, ovisno o tarifnom paketu, kreću između 0,35 kn/min i 0,79 kn/min. T-Mobile i Vipnet u svojim tarifnim paketima rade razliku u maloprodajnoj cijeni poziva za pozive unutar mreže i prema drugim mrežama. Navedene razlike se kreću, ovisno o tarifnom paketu, između 0,50 kn/min i 1,70 kn/min.

⁴⁰ Navedene tablice ne prikazuju sve tarifne pakete operatora pokretnih mreža, već većinu tarifnih paketa iz kojih je vidljivo da T-Mobile i Vipnet rade razliku u maloprodajnoj cijeni za pozive unutar mreže i pozive izvan mreže dok Tele2 ne radi spomenutu razliku.

8. Mjerila potrebna za procjenu operatora sa značajnom tržišnom snagom

U ZEK-u u članku 55. stavku 3. definirana su mjerila koja se primjenjuju u procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage operatora. Na temelju prikupljenih podataka, Agencija je odredila mjerila koja, po mišljenju Agencije, mogu najkvalitetnije pokazati situaciju na tržištu pokretnih mreža te pomoći u određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom.

8.1. Tržišni udjeli operatora na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu

Tržišni udjel je mjerilo relativne veličine nekog poduzetnika na mjerodavnom tržištu, izračunato na način da se utvrdi postotak u kojem taj poduzetnik sudjeluje u ukupnoj proizvodnji i/ili prodaji nekog proizvoda i/ili usluge na mjerodavnom tržištu u nekom razdoblju.

Tržišni udjel se najčešće koristi kao zamjena za tržišnu snagu. Iako veliki tržišni udjel nije sam po sebi dovoljna mjera kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage (dominacije) na nekom mjerodavnom tržištu, malo je vjerojatno da će operator koji nema značajni tržišni udjel na određenom tržištu biti u dominantnoj poziciji. Prema tome, a u skladu sa Smjernicama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge *operator čiji tržišni udio ne premašuje 25% vjerojatno neće imati značajnu tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu* i u skladu s tim, *operator čiji tržišni udio premašuje 50% je sam po sebi, osim u iznimnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja značajne tržišne snage*. Nadalje, sukladno praksi donošenja odluka od strane Europske komisije, zabrinutost oko utvrđivanja pojedinačne značajne tržišne snage uglavnom nastaje u situaciji u kojoj operator ima tržišni udio iznad 40%. Sukladno tome, postojanje značajne tržišne snage može u nekim slučajevima proizaći iz tržišnog udjela koji je manji od navedenog.

Nadalje, (ne)stabilnost tržišnog udjela kroz određeno vremensko razdoblje je dobar pokazatelj konkurentnosti, odnosno pomanjkanja tržišne snage, što ne isključuje postojanje značajne tržišne snage istog operatora. Sukladno navedenom, možemo smatrati da operator na određenom tržištu ima značajan tržišni udjel ukoliko je isti stabilan kroz dulje vremensko razdoblje, odnosno ukoliko se postupno smanjuje. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su pomanjkanja tržišne snage na mjerodavnom tržištu, a promjene u tržišnim udjelima očituju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga, koje operator nudi na tržištu.

Sukladno analizi zaprimljenih podataka te uzimajući u obzir prethodno navedeno, Agencija je utvrdila postojanje značajne tržišne snage na tržištu usluge završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama. Naime, kao što je i spomenuto u petom poglavlju ovog dokumenta, Agencija je utvrdila tri mjerodavna tržišta koja se odnose na pružanje usluge završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama. Svaki operator na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu ima *100%-tni tržišni udjel*

Tržišni udjel od 100% odnosno dominantni položaj koji ima svaki od pokretnih operatora u vlastitoj mreži ukazuju na prevladavajuću tržišnu moć operatora

T-Mobile-a, Vipnet-a i Tele2 koju svaki zasebno uživa na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu.

Međutim, važno je naglasiti kako visoki tržišni udjel nije jedino i odlučujuće mjerilo u procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage. Tržišni udjel jedino može ukazati na mogućnost postojanja značajne tržišne snage pojedinog operatora. Isto tako, iz Smjernica Europske komisije proizlazi da: „*dominantna pozicija može proizaći iz kombinacije mjerila za određivanje značajne tržišne snage, koji uzeti u obzir odvojeni možda ne bi bili odlučujući*“. Sukladno navedenom, Agencija je mišljenja kako u obzir treba uzeti i druga mjerila kako bi utvrdila postoji li na određenom tržištu operator koji djeluje neovisno o konkurenciji i korisnicima.

8.2. Nedostatak protutežne kupovne moći

Protutežna kupovna moć postoji u situaciji kad određeni kupac, operator (ili više njih), ima veliku pregovaračku moć, a samim time i značajan utjecaj na konkurenciju čime onemogućava da se drugi operator ponaša neovisno o konkurenciji i korisnicima.

Nadalje, postojanje protutežne kupovne moći ovisi o sposobnostima operatora da spriječi porast cijena, na način da ili ne kupuje od konkurencije (dominantnog operatora) ili pruža uslugu sam sebi. Svaki operator na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu ima 100% tržišni udjel, s obzirom da u potpunosti kontrolira vlastitu infrastrukturu. Činjenica je da svaki operator u ovome slučaju ima dominantan položaj na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitoj mreži.

Pri ovoj analizi uzet će se u obzir protutežna kupovna moć između pojedinih operatora. U tu svrhu, u omjer će se staviti pozivi iz mreže jednog operatora prema drugom i obrnuto. Na tržištu pokretnih mreža postoje tri operatora odnosno postoje sljedeći međusobni odnosi:

- Odnos operatora T-Mobile prema operatoru Vipnet;
- Odnos operatora Vipnet prema operatoru T-Mobile.
- Odnos operatora T-Mobile prema operatoru Tele2;
- Odnos operatora Tele2 prema operatoru T-Mobile;
- Odnos operatora Vipnet prema operatoru Tele2;
- Odnos operatora Tele2 prema operatoru Vipnet;

Na temelju podataka koji su obrađeni u 7. poglavlju ovog dokumenta odnosno na temelju tržišnog udjela operatora po ukupnom broju korisnika i ukupnom broju minuta te odnosu omjera dolaznog i odlaznog prometa između operatora na tržištu vidljivo je da su operatori T-Mobile i Vipnet znatno jači od trećeg operatora Tele2.

Naime, ako promatramo odnos između T-Mobile-a i Vipnet-a vidljivo da imaju sličan broj korisnika odnosno udjel T-Mobile-a u broju korisnika iznosi na kraju promatranog razdoblja 47,37%, a Vipnet-a 42,32%. Nadalje, prihod T-Mobile-a na tržištu završavanja (terminacije) poziva iznosi 46,68%, a Vipnet-a iznosi 43,79%. Također, uzevši u obzir međusobne pozive između spomenutih operatora u mreži T-Mobile završi 52,07% poziva, a u mreži Vipnet-a završi 47,93% poziva.

Na temelju navedenog Agencija zaključuje da bi u odsustvu regulacije oba spomenuta operatora imala protutežnu kupovnu moć.

Promatrajući odnos između T-Mobile-a i Tele2, Agencija dolazi do drugačijih zaključaka. Naime, tržišni udjel T-Mobile-a po broju korisnika iznosi 47,37% , a tržišni udjel Tele2 iznosi 10,30% na kraju promatranog razdoblja. Nadalje, prihod T-Mobile-a na tržištu završavanja (terminacije) poziva iznosi 46,68%, a Tele2 iznosi 9,53%. Također, uzevši u obzir međusobne pozive između spomenutih operatora u mreži T-Mobile završi 59,91% poziva, a u mreži Tele2 završi 40,09% poziva.

Na temelju navedenog Agencija zaključuje da u odsustvu regulacije operator Tele2 ne bi imao protutežnu kupovnu moć, dok bi operator T-Mobile imao protutežnu kupovnu moć kojom bi mogao naštetiti operatoru Tele2 iz razloga što ima jaču poziciju na tržištu.

Promatrajući odnos između Vipnet-a i Tele2, Agencija dolazi do istih zaključaka kao u odnosu između T-Mobile-a i Tele2. Naime, tržišni udjel Vipnet-a po broju korisnika iznosi 42,32%, a tržišni udjel Tele2 iznosi 10,30% na kraju promatranog razdoblja. Nadalje, prihod Vipnet-a na tržištu završavanja (terminacije) poziva iznosi 43,79%, a Tele2 iznosi 9,53%. Također, uzevši u obzir međusobne pozive između spomenutih operatora u mreži Vipnet-a završi 59,79% poziva, a u mreži Vipnet-a završi 40,21% poziva.

Na temelju navedenog Agencija zaključuje da u odsustvu regulacije operator Tele2 ne bi imao protutežnu kupovnu moć, dok bi operator Vipnet imao protutežnu kupovnu moć kojom bi mogao naštetiti operatoru Tele2 iz razloga što ima jaču poziciju na tržištu.

8.3. Zapreke ulasku na tržište

Zapreke ulasku, odnosno zapreke pristupa tržištu su svi oni čimbenici koji novim tržišnim takmacima otežavaju ili sprječavaju da pristupe nekom tržištu. Prepreke za pristup tržištu mogu biti pravne odnosno regulatorne, strukturne i strateške.

Tržište završavanja (terminacije) poziva je tržište na kojem svaki operator ima 100%-tni tržišni udjel. Naime, svaki operator ima 100%-tni tržišni udjel upravo iz razloga što poziv može završiti samo u mreži u koju je upućen. Iz navedenog razloga, kao što je rečeno u 5. poglavlju ovog dokumenta, ne postoji zamjenjivost na strani ponude i na strani potražnje.

Iz navedenog proizlazi da su zapreke pristupu tržištu gotovo nepremostive, osim u slučaju kada bi operatori svjesno omogućili drugim operatorima pristup do njegovih ključnih mrežnih elemenata (npr: pristup HLR i VLR mrežnim elementima) te vlastitim SIM karticama s posebnom tehnologijom koje bi omogućavale izbor biranja operatora kojem će operator platiti uslugu završavanja (terminacije) poziva. Drugim riječima, operator u toj situaciji ne bi morao platiti naknadu za uslugu završavanja (terminacije) poziva operatoru kod kojeg je završio poziv. U navedenom slučaju postojala bi i zamjenjivost na strani ponude.

Takva odluka, obzirom da operator želi sačuvati nadzor nad svojim korisnicima, nije realna te iz navedenog razloga novi operatori ne mogu pristupiti na pojedinačno tržište završavanja (terminacije) poziva odnosno svaki operator ima 100%-tni tržišni udio na svojoj mreži.

8.4. Ekonomije razmjera

Ekonomije razmjera (eng. *economies of scale*) nastaju smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obujma (volumena) proizvodnje. Razvoj i izgradnja mreže zahtjeva velika ulaganja sa strane operatora što je ne čini atraktivnom opcijom operatorima koji tek ulaze na tržište. Kapitalna ulaganja koja su potrebna za izgradnju i stavljanje u uporabu takve infrastrukture su izuzetno velike i uglavnom nose sa sobom i velike nenadoknadive troškove (eng. *sunk costs*) odnosno troškove koji se neće moći nadoknaditi ako novi operator odluči ili bude prisiljen napustiti tržište.

Uzevši u obzir činjenicu da su potrebna izrazito velika ulaganja kako bi operator ostvario ekonomije razmjera te da postojeći operatori na tržištu T-Mobile i Vipnet imaju vlastitu infrastrukturu na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, a Tele2 ima geografsku pokrivenost GSM signalom od 89%, Agencija je mišljenja da se kriterij ekonomija razmjera može smatrati mjerilom za procjenu značajne tržišne snage operatora.

Međutim, uzevši u obzir podatke prikazane u tablicama 10., 11. i 12. ovog dokumenta vidljivo je da operatori T-Mobile i Vipnet iskorištavaju ekonomije razmjera dok operator Tele2 u ovom trenutku nije u mogućnosti iskorištavati ekonomije razmjera.

8.5. Nacionalni roaming

Usluga nacionalnog roaminga je usluga koja omogućava operatoru koji nije izgradio vlastitu mrežu na cijelom nacionalnom teritoriju da svim svojim korisnicima, neovisno nalaze li se na dijelu teritorija na kojem je izgradio ili nije izgradio svoju mrežu, omogući međusobnu komunikaciju. Treći operator Tele2 nije u potpunosti izgradio vlastitu mrežu, već koristi uslugu nacionalnog roaminga.⁴¹ Svaki operator koji je izgradio vlastitu mrežu ima niže troškove pružanja usluga od operatora koji koristi uslugu nacionalnog roaminga iz razloga što je trošak završavanja (terminacije) poziva viši u slučaju da je poziv završio u nacionalnom roaming-u, nego u vlastitoj mreži.

Operator Tele2 je u razdoblju od listopada 2005. godine do lipnja 2008. godine na usluge nacionalnog roaminga potrošio značajna financijska sredstva dok, istovremeno, operatori T-Mobile i Vipnet nisu imali nikakav trošak za spomenutu uslugu obzirom da imaju u potpunosti izgrađenu mrežu. Nadalje, operator Tele2 će i u budućem vremenskom razdoblju koristiti usluge nacionalnog roaming-a. Iz navedenog Agencija zaključuje da je operator Tele2 imao, u odnosu na operatore T-Mobile i Vipnet, teži ulaz na tržište završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

8.6. Troškovi gradnje 1800 MHz radio dijela mreže u usporedbi sa 900 MHz

Treći operator Tele2 je dana 22. prosinca 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. Iz navedenog proizlazi da je Tele2 počeo graditi svoju mrežu na navedenoj frekvenciji. U svibnju 2008. godine Tele je dobio

⁴¹ Od listopada 2005. godine do lipnja 2008. godine Tele2 je uslugu nacionalnog roaminga koristio od operatora Vipnet-a dok od lipnja 2008. godine spomenutu uslugu koristi preko operatora T-Mobile-a

dozvolu za obavljanje javnih telekomunikacijskih usluga uz uporabu radiofrekvencijskog spektra u pokretnoj mreži druge generacije GSM 900 te trenutno paralelno gradi mrežu na oba bloka radijskih frekvencija što iziskuje dodatne troškove.

T-Mobile posjeduje oba bloka radijskih frekvencija (900 i 1800 Mhz), ali na način da je s radijskim blokom GSM 900 pokrio cijeli teritorij Republike Hrvatske, a Vipnet ima sagrađenu mrežu na bloku radijskih frekvencija GSM 900.

Pokrivanje teritorija Republike Hrvatske sa signalom koristeći 1800MHz je skuplje nego u slučaju rada na 900MHz iz razloga što sustavi s višom frekvencijom pokrivaju manju površinu jer imaju manji domet pa je za pokrivanje iste površine potrebno više BTS-a (eng. *Base Transceiver Station*) ili veća snaga signala. Domet signala ovisan je o reljefu i naseljenosti teritorija koje se pokriva. Rijetko naseljeni ili nenaseljeni dijelovi se obično pokrivaju korištenjem sustava s manjom frekvencijom zbog većih dometa signala takvih sustava i zbog toga što je gušenje signala u urbanim područjima mnogo veće od opadanja snage signala s udaljenošću u rijetko naseljenim ili nenaseljenim područjima. Obzirom kako je veći dio površine Republike Hrvatske rijetko naseljen (prosječna gustoća: 78,4 stanovnika/km²⁴²) operator Tele2 je imao puno veće troškove pokrivanja teritorija Republike Hrvatske sa signalom jer je umjesto uobičajenih sustava za pokrivanje takvog teritorija (900 MHz) morao isti pokriti koristeći sustave s višom frekvencijom (1800 MHz).

Iz navedenog Agencija zaključuje da je operator Tele2 imao, u odnosu na operatore T-Mobile i Vipnet, teži ulaz na tržište završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu.

8.7. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom

Na temelju gore provedene analize, Agencija predlaže određivanje tri operatora u pokretnim mrežama kao operatore sa značajnom tržišnom snagom:

1. Operator Tele2 d.o.o. predlaže se operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu;
2. Operator T-Mobile d.o.o. predlaže se operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu;
3. Operator Vipnet d.o.o. predlaže se operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu.

⁴² Izvor : http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2001/Popis/Graphs/gusposto_frame.html

9. Prepreke razvoju tržišnog natjecanja

U ovom poglavlju Agencija će istaknuti sve moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje bi se u odsustvu regulacije mogle pojaviti na mjerodavnom tržištu ili mjerodavnim tržištima. Utvrđivanjem svih mogućih prepreka, koje mogu usporiti ili zakočiti razvoj tržišnog natjecanja, Agencija će biti u mogućnosti odrediti regulatorne obveze koje će na efikasan način ukloniti uočene prepreke, što bi trebalo dovesti do uklanjanja prepreka ulasku na tržište i razvoju konkurencije na tržištu, a s krajnjim ciljem očuvanja interesa krajnjih korisnika i gospodarstva u cijelosti.

Sukladno članku 56. stavku 3. ZEK-a, regulatorne se obveze moraju temeljiti na prirodni utvrđenog nedostatka na tržištu te moraju biti razmjerne i opravdane s obzirom na regulatorna načela i ciljeve iz članka 5. ZEK-a.

Pod preprekama razvoju tržišnog natjecanja smatra se svako postupanje operatora sa značajnom tržišnom snagom koje je usmjereno na izbacivanje postojećih konkurenata s tržišta, sprečavanje ulaska na tržište novim konkurentima ili svako postupanje suprotno interesima krajnjih korisnika⁴³.

S obzirom da postupak određivanja regulatornih obveza, definiran novim regulatornim okvirom i ZEK-om, ne pretpostavlja da se iskorištavanje statusa značajne tržišne snage stvarno i dogodilo, svaka prepreka razvoju tržišnog natjecanja može biti promatrana kao moguća prepreka razvoju tržišnog natjecanja, odnosno ona za koju se može pretpostaviti da bi se pod određenim okolnostima mogla i dogoditi.

Iako moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja već proizlaze iz regulatorne prakse europskih zemalja, ne smatra se da se svaka od postojećih/već poznatih prepreka razvoju tržišnog natjecanja automatski pojavljuje na svakom tržištu i u svakoj situaciji. Navedeno i predstavlja i najveću razliku između starog regulatornog okvira i ZOT-a s jedne strane te novog regulatornog okvira i ZEK-a s druge strane. Naime, starim zakonskim okvirom bilo je automatski određeno da su operatoru sa značajnom tržišnom snagom nametnute sve obveze definirane ZOT-om, a bez da se potreba za istim i dokazala. No, u skladu s gore u dokumentu spomenutim člankom 56. stavkom 3. ZEK-a, regulatorno tijelo analizom treba u potpunosti prepoznati sve moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja kako bi se na pojavljivanje istih u praksi moglo, određivanjem opravdane regulatorne obveze, preventivno djelovati. Slijedom svega navedenog, Agencija smatra da regulatorna intervencija, odnosno određivanje regulatornih obveza, uvijek treba biti utemeljena na specifičnim nacionalnim okolnostima, a koje su utvrđene procesom analize tržišta (definicija tržišta i procjena djelotvornosti tržišnog natjecanja) iz poglavlja 4. do 8. ovog dokumenta.

U regulatornoj praksi su prepoznate tri osnovne vrste postupanja kojima se stvaraju prepreke razvoju tržišnog natjecanja i to kako slijedi:

1. prenošenje značajne tržišne snage operatora sa značajnom tržišnom snagom s tržišta na kojem ima značajnu tržišnu snagu na susjedno vertikalno ili horizontalno tržište;

⁴³ Citat iz Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework; Final Version May 2006 (ERG (06) 33)

2. različita postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja može koristiti kako bi zadržao status značajne tržišne snage koji posjeduje na pojedinom tržištu (podizanje prepreka ulasku na određeno tržište);
3. postupanja koja se mogu svesti pod pojam „tipično monopolističko ponašanje“ (eng. *textbook monopoly behaviour*⁴⁴).

Prepreke razvoju tržišnog natjecanja se u svojoj definiciji odnose na: „...*svako postupanje operatora sa značajnom tržišnom snagom...*“, iz čega proizlazi da se prepoznavanje mogućih prepreka razvoju tržišnog natjecanja najviše odnosi na prepoznavanje postupanja odnosno ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom. Kako bi se moglo preventivno djelovati na svako postupanje koje je u suprotnosti s razvojem djelotvornog tržišnog natjecanja i svako postupanje suprotno interesima krajnjih korisnika, regulatorne obveze moraju utjecati i regulirati postupke operatora sa značajnom tržišnom snagom. Stoga su regulatorne obveze, novim regulatornim okvirom i ZEK-om, usmjerene na sprečavanje određenog postupanja operatora. Sve navedeno ne znači da određeni problemi na nekom tržištu ne proizlaze iz strukturalnih i regulatornih prepreka, a koje će u cijelom postupku određivanja regulatornih obveza također biti uzete u obzir.

Gore u tekstu su prepoznate tri osnovne vrste postupanja kojima se stvaraju prepreke razvoju tržišnog natjecanja. No, isto tako, prepreke razvoju tržišnog natjecanja se mogu sagledati iz dva osnovna kuta/dimenzije i to:

- tržišne dimenzije i
- uzročno posljedične dimenzije.

9.1. Tržišna dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja

Promatrajući tržišnu dimenziju u regulatornoj praksi se prepoznaju četiri različita slučaja ovisno o razinama na kojima se događaju, i to kako slijedi:

9.1.1. Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na situaciju u kojoj je operator prisutan na više različitih tržišta, odnosno na veleprodajnom i srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu⁴⁴. Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu nudi određene veleprodajne usluge koje su neophodne za pružanje usluge na srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Operator sa značajnom tržišnom snagom može, putem veleprodajne usluge, pokušati prebaciti tržišnu snagu s tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage na potencijalno konkurentno maloprodajno tržište. Ako prenošenje značajne tržišne snage uspije, operator će imati značajnu tržišnu snagu na oba tržišta, veleprodajnom i maloprodajnom. U navedenoj dimenziji postoji 11 tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 9.3. ovog dokumenta.

⁴⁴ Operator sa značajnom tržišnom snagom može biti prisutan i na dva srodna vertikalno povezana veleprodajna tržišta

9.1.2. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na situaciju u kojoj operator posluje na različitim tržištima koja nisu vertikalno povezana i ima status značajne tržišne snage na jednom od njih. Pod određenim okolnostima može pokušati prenijeti značajnu tržišnu snagu s jednog tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage na drugo, potencijalno konkurentno tržište. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage može se dogoditi između maloprodajnih tržišta, veleprodajnih tržišta ili između veleprodajnog i, ne vertikalno povezanog, maloprodajnog tržišta. U navedenoj dimenziji postoji 2 tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 9.3. ovog dokumenta.

9.1.3. Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu

Navedeni slučaj se odnosi, kako na moguće veleprodajno, tako i na moguće određeno maloprodajno tržište. U ovom slučaju operator sa značajnom tržišnom snagom može raznim postupanjima pokušati podići prepreke ulasku na navedeno tržište kako bi zaštitio svoj položaj značajne tržišne snage ili može posegnuti za tipičnim monopolističkim ponašanjem u svrhu očuvanja položaja značajne tržišne snage. Svi navedeni postupci u konačnici utječu na interese krajnjih korisnika. U navedenoj dimenziji postoji 10 tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 9.3. ovog dokumenta.

9.1.4. Završavanje (terminacija) poziva

Navedena dimenzija, iako sadrži i tipična postupanja koja su definirana u prva tri slučaja, je posebno obrađena iz razloga što su tržišta završavanja (terminacije) poziva druge prirode od ostalih tržišta. Naime, tržišta završavanja (terminacije) poziva odnose se na situaciju dvostranog pristupa (eng. *two-way access*) u kojem dvije ili više mreža pružaju istu uslugu te se, kako bi krajnji korisnici mogli međusobno komunicirati, moraju međusobno povezati. U navedenoj situaciji različiti operatori pregovaraju o uvjetima međupovezivanja na veleprodajnoj razini. Nakon što dogovore veleprodajne uvjete međupovezivanja, postavljaju cijene na maloprodajnoj razini na kojoj mogu i ne moraju biti konkurenti (operatori pokretnih i nepokretnih mreža). Kao što je gore i navedeno, zbog specifičnosti tržišta završavanja (terminacije) poziva, tipična postupanja, odnosno prepreke razvoju tržišnog natjecanja u ostalim gore spomenutim slučajevima, su posebno obrađena i u ovom slučaju. U navedenoj dimenziji postoji 4 tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 9.3. ovog dokumenta. No, isto tako, neka druga postupanja odnosno prepreke razvoju tržišnog natjecanja definirana u prve tri slučaja su moguća i na tržištima završavanja (terminacije) poziva.

9.2. Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja

Druga dimenzija koju bi trebalo sagledati kod postupanja operatora odnosno mogućih prepreka razvoju tržišnog natjecanja je uzročno posljedična dimenzija. Naime, svaka prepreka razvoju tržišnog natjecanja odnosno određeno postupanje operatora sa značajnom tržišnom snagom ima određeni cilj. Drugim riječima, svako postupanje je uzrok koji vodi do određene posljedice na tržištu, na postojeće i potencijalne konkurente ili krajnje korisnike.

Uzročno posljedična dimenzija je drugi način sagledavanja problematike prepreka razvoju tržišnog natjecanja, ali pomaže u dinamičkom, vremenskom shvaćanju posljedica određenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja, odnosno, postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Promatrajući uzročno posljedičnu dimenziju u regulatornoj praksi se prepoznaju sljedeći elementi:

- a) **Strateške varijable:** cijena, kvaliteta, vrijeme, informacije, itd.;
- b) **Postupanje:** cjenovna diskriminacija, diskriminacija kvalitetom, taktike odgađanja, skrivanje/uskraćivanje informacija, itd.;
- c) **Posljedice:** podizanje troškova izravnih konkurenata, smanjivanje prodaje izravnih konkurenata, istiskivanje cijene, sprječavanje ulaska, izlazak s tržišta (eng. *foreclosure*).

9.3. Pregled prepreka razvoju tržišnog natjecanja prepoznatih u praksi

Kao što je gore u tekstu i navedeno, prepreke razvoju tržišnog natjecanja predstavljaju određena postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Prema dokumentu ERG (06) 33 u europskoj regulatornoj praksi postoji 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja koje su prepoznate u praksi. Većina prepreka je bazirana na iskustvima regulatornih tijela i pokazuje stvarne situacije u sektoru elektroničkih komunikacija, no, isto tako, regulatorno tijelo ništa ne sprječava da prepozna moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja izvan zadanog okvira, a koje su specifične za određenu državu ili određeno tržište.

Imajući na umu obrađeno u prijašnjem poglavlju odnosno tržišnu i uzročno posljedičnu dimenziju prepreka razvoju tržišnog natjecanja odnosno postupanja operatora, u nastavku se nalazi lista od 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja koje su prepoznate u praksi. U navedenoj listi je sadržana i tržišna i uzročno posljedična dimenzija u dijelu u kojem se spominju strateške varijable i postupanje operatora.

Uobičajene prepreke razvoju tržišnog natjecanja prema tržišnoj dimenziji i postupanjima operatora su kako slijedi:

- a) **Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage**
 - odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa;
 - diskriminirajuće korištenje informacija ili uskraćivanje informacija;
 - taktike odgađanja;
 - grupiranje/vezanje usluga;
 - nerazumni/neopravdani zahtjevi;
 - diskriminacija kakvoćom usluge;
 - strateški dizajn proizvoda;
 - neopravdano korištenje informacija o konkurentima;
 - diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
 - unakrsno subvencioniranje usluga;
 - predatorske cijene.

b) Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

- grupiranje/vezanje usluga;
- unakrsno subvencioniranje usluga.

c) Značajna tržišna snaga na jednom tržištu

- strateški dizajn proizvoda koji podiže troškove prelaska korisnika;
- uvjeti ugovora koji podižu troškove prelaska korisnika;
- ekskluzivni dogovor(i);
- prekomjerna ulaganja;
- predatorske cijene;
- previsoke cijene;
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
- nedostatna ulaganja;
- previsoki troškovi/inefikasnost;
- niska kakvoća usluge.

d) Završavanje (terminacija) poziva

- prešutni sporazum(i);
- previsoke cijene;
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
- odbijanje dogovora/uskraćivanje međupovezivanja.

Kako bi regulatorno tijelo bilo u mogućnosti izabrati regulatorne obveze koje će na najbolji način riješiti prepoznate prepreke razvoju tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu/tržištima, osnovno je utvrditi uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora. Naime, prema mišljenju Agencije, uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje određenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja u odsustvu regulacije.

Pravodobnom reakcijom i dobro određenim regulatornim obvezama, regulatorno tijelo može utjecati na sprječavanje prenošenja značajne tržišne snage na susjedna tržišta i podizanje prepreka ulasku na tržište, a čime će izravno pomoći ulasku na tržište i razvoju konkurencije na tržištu. Na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerojatan i gdje tržišna snaga ostaje/odolijeva zbog prednosti prvog ulaska (eng. *first mover advantage*) regulatorno tijelo mora zaštititi korisnike od postupanja suprotno interesima krajnjih korisnika i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Iz svega navedenog proizlazi da bi se za odabiranje prave regulatorne obveze i prepoznavanje srži problema trebalo sagledati ukupnu sliku na tržištima i utvrditi izvor značajne tržišne snage operatora uz definiranje mogućih strukturalnih i regulatornih prepreka, a što je, kako je gore u tekstu i navedeno, utvrđeno procesom analize tržišta (definicija tržišta i procjena djelotvornosti tržišnog natjecanja).

9.4. Prepreke razvoju tržišnog natjecanja na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu

U ovom poglavlju Agencija će analizirati sve moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje se u odsustvu regulacije, a u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu te mogućnost da operatori sa značajnom tržišnom snagom na tom

tržištu svoju značajnu tržišnu snagu prenesu na pripadajuće maloprodajno tržište. Prepreke razvoju tržišnog natjecanja mogu proizaći iz sposobnosti ili namjere operatora da na tržištu iskoristi svoju jaku tržišnu snagu odnosno dominantni položaj.

Agencija je, kao što je i navedeno u osmom poglavlju ovog dokumenta, zaključila da na tržištu terminacije (završavanja) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom odnosno svaki od tri operatora pokretnih mreža ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom i to na način da se svaki smatra operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu.

Obzirom da je Agencija na navedenom tržištu odredila operatore sa značajnom tržišnom snagom može se zaključiti da u odsustvu regulacije ne bi postojala savršena konkurencija na tom tržištu i vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, na koje bi operatori sa značajnom tržišnom snagom mogli prenijeti svoj dominantni položaj, odnosno struktura tržišta na bi težila razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja.

Agencija smatra da postoji dvije vrste prepreka razvoju tržišnog natjecanja: prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje su se već dogodile u praksi na tržištima definiranim ZOT-om i prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje bi se, na mjerodavnom tržištu obrađenom ovim dokumentom, u odsustvu regulacije, mogle dogoditi odnosno prepreke koje bi se mogle pojaviti u slučaju da Agencija ne regulira tržište na kojem postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom. Kod određivanja regulatornih obveza, a u skladu s dokumentom ERG-a⁴⁵, Agencija nije radila razliku između gore navedenih prepreka te je u skladu s time i određivala regulatorne obveze. Drugim riječima, za određivanje regulatornih obveza nije bitno je li se određena prepreka dogodila u praksi ili je Agencija predvidjela mogućnost pojavljivanja određene prepreke u budućnosti.

Agencija je u poglavljima od 9.4.1. do 9.4.9. ovog dokumenta najprije analizirala sve prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje se mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, a nakon toga i ostale prepreke koje se mogu pojaviti na tržištu iz razloga što operatori sa značajnom tržišnom snagom mogu svoj dominantni položaj s ovog tržišta prenijeti na vertikalno povezano maloprodajno tržište.

9.4.1. Odbijanje dogovora /uskraćivanje međupovezivanja

U slučaju da operatori nemaju obvezu međupovezivanja, postojeći operatori na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu T-Mobile, Vipnet i Tele2 bili bi u mogućnosti zakočiti razvoj pripadajućeg maloprodajnog tržišta iz razloga što bi mogli odbiti potpisati ugovor o međupovezivanju s novim operatorom/operatorima koji ulaze na tržište. Isto tako, operatori T-Mobile i Vipnet, koji imaju jaki tržišni udio, a koji za T-Mobile iznosi 47,37%, a za Vipnet 42,32% mogli bi uskratiti međupovezivanje postojećem operatoru na tržištu Tele2 čiji tržišni udio iznosi 10,30%.

Bez ugovora o međupovezivanju, poslovanje novih operatora ili postojećeg operatora bilo bi izrazito ograničeno iz razloga što bi svoje usluge mogli ponuditi samo između vlastitih korisnika dok njihovi korisnici ne bi bili u mogućnosti kontaktirati korisnike ostalih operatora

⁴⁵ ERG (06) 33

koji djeluju na tržištu. Drugim riječima, bez ugovora o međupovezivanju poslovati bi mogli samo operatori s jakim tržišnim udjelom odnosno operatori koji imaju veliku bazu korisnika iz razloga što bi takvi operatori većinu prometa i ostvarivali unutar vlastite mreže za koji nije niti potreban ugovor o međupovezivanju.

Naime, kao što je vidljivo u tablicama 10., 11. i 12. ovog dokumenta, T-Mobile ostvaruje 81,17% prometa unutar vlastite mreže, Vipnet ostvaruje 77,50% prometa unutar vlastite mreže, a Tele2 ostvaruje 39,13% prometa unutar vlastite mreže. Iz navedenog je vidljivo da bi u slučaju da postojeći operatori na tržištu nemaju potpisan ugovor o međupovezivanju najviše štete bilo naneseo operatoru Tele2 iz razloga što isti samo 39,13% prometa ostvaruje unutar vlastite mreže.

U navedenom slučaju novi operatori i postojeći operator na tržištu zbog izrazito ograničenih mogućnosti poslovanja bili bi prisiljeni prestatu nuditi svoje usluge na tržištu.

9.4.2. Previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva

Previsoke cijene završavanja (terminacije) poziva, kao oblik iskorištavanja dominantnog položaja, smatraju se, pod pretpostavkom da su operatori međusobno povezani, najvažnijim problemom koji se može pojaviti na tržištu iz razloga specifičnosti samog tržišta odnosno CPP principa koji je detaljno obrazložen u 3. poglavlju ovog dokumenta. Zabrinutost oko cijena postoji u situaciji gdje su one u odsustvu regulacije trajno na visokoj razini i bez djelotvornog pritiska (od strane novih operatora koji bi mogli ući na tržište odnosno postojećih koji posluju na tržištu) koji bi ih u određenom razdoblju spustio na konkurentsku razinu.

Kao što je napisano u petom poglavlju ovog dokumenta, poziv može završiti (terminirati) samo u mreži operatora čijeg se korisnika nazvalo i niti jedan operator nije u mogućnosti ponuditi završetak (terminaciju) poziva u svoju mrežu, a da istovremeno poziv zaprimi korisnik neke druge mreže. Drugim riječima, obzirom da ne postoji zamjenjivost na strani ponude i potražnje, svaki od tri operatora pokretnih mreža ima 100%-tni tržišni udio na svojoj vlastitoj mreži te je u mogućnosti postaviti cijenu završavanja (terminacije) poziva na vrlo visoku razinu čime istovremeno povećava vlastite prihode i troškove ostalih operatora na tržištu.

Postavljanje cijene završavanja (terminacije) poziva na vrlo visoku razinu dovodi operatore nepokretnih mreža u nezavidnu situaciju iz razloga što neutemeljeno podizanje troškova utječe na učinkovitost njihovog poslovanja te se negativno održava na gospodarstvo u cijelosti.

U slučaju da operatori pokretnih mreža koji djeluju na tržištu imaju istu ili sličnu tržišnu snagu, podizanje cijene završavanja (terminacije) poziva na vrlo visoku razinu ne bi utjecalo na spomenute operatore iz razloga što bi se u isto vrijeme došlo do podizanja troškova za uslugu završavanja (terminacije) poziva, ali i podizanja prihoda koju operatori ostvaruju od spomenute usluge. U Republici Hrvatskoj, kao što je napisano u poglavlju 8.3. ovog dokumenta, T-Mobile-a i Vipnet-a imaju protutežnu kupovnu moć dok Tele2 nema protutežnu kupovnu moć.

Iz navedenog proizlazi da bi postavljanje cijene završavanja (terminacije) poziva na vrlo visoku razinu dovelo operatora Tele2 u nezavidnu situaciju iz razloga što neutemeljeno

podizanje troškova utječe na učinkovitost njegovog poslovanja te se također negativno održava na gospodarstvo u cijelosti.

9.4.3. Prešutni sporazum(i) (eng. tacit collusion)

Prešutni sporazum je jedan od problema koji se može pojaviti na tržištu u slučaju odsustva regulacije. Karakterističan je za pozive koji su započeli i završili u pokretnim mrežama (eng. *M2M calls*) ili za pozive koji su započeli i završili u nepokretnim mrežama (eng. *F2F calls*). Prešutni sporazum se može pojaviti u više različitih oblika, a jedan od njih je postavljanje recipročnih cijena završavanja (terminacije) poziva između svih ili određenih operatera pokretnih mreža.

Prešutni sporazum je karakterističan za tržište na kojem djeluju operatori sličnog tržišnog udjela, slične troškovne strukture te za tržište na kojem je promet između operatera simetričan. U navedenom slučaju operatori bi mogli, ovisno o strategiji na vertikalno povezanom tržištu (maloprodajno tržište), dogovoriti prešutni sporazum po kojem će cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva držati iznad ili ispod troškovne razine.

Naime, strategija operatera se može odnositi na postavljanje visokih cijena završavanja (terminacije) poziva i visokih maloprodajnih cijena, a sve u cilju ostvarivanja većih zarada. Nadalje, operatori mogu postaviti visoke cijene završavanja (terminacije) poziva te malu marginu na maloprodajnoj razini čime operatore koji nisu u prešutnom sporazumu stavljaju u nepovoljan položaj. Kod ovih strategija operatori unutar prešutnog sporazuma dogovorenu cijenu završavanja (terminacije) poziva naplaćuju svima, uključujući i međusobno, te na taj način ne vrše diskriminaciju među operatorima.

Nadalje, operatori unutar prešutnog sporazuma mogli bi dogovoriti da si međusobno plaćaju, što uključuje i njihova povezana društva, nižu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva dok bi svi ostali plaćali višu cijenu. Na navedeni način ti operatori bi mogli na pripadajućem maloprodajnom tržištu ponuditi niske cijene te na taj način konkurenciju dovesti u vrlo težak položaj. Kod ove strategije operatori bi dogovorenu cijenu završavanja (terminacije) poziva naplaćivali samo međusobno te bi na taj način vršili diskriminaciju među operatorima.⁴⁶

U Republici Hrvatskoj operatori T-Mobile i Vipnet imaju, kao što je vidljivo na slici 4. ovog dokumenta, sličan tržišni udio te, kao što je vidljivo na slici 7. ovog dokumenta, simetričan promet između mreža iz čega proizlazi da bi navedeni operatori mogli dogovoriti prešutan sporazum. Prešutni sporazum između T-Mobile-a i Vipnet-a, koji može uključivati jednu od prethodno navedenih strategija, utjecao bi na učinkovitost poslovanja operatera Tele2 te na poslovanje operatera nepokretnih mreža što bi se posljedično negativno održavao na gospodarstvo u cijelosti.

9.4.4. Diskriminacija na cjenovnoj osnovi

Prepreka razvoju tržišnog natjecanja koja se odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom nudi različite cijene usluge završavanja (terminacije) poziva svom

⁴⁶ Navedeni problem je objašnjen pod ovim kriterijem, a ne pod diskriminacijom na cjenovnoj osnovi iz razloga što je navedena diskriminacija rezultat dogovora dva ili više operatera dok je pod preprekom diskriminacija na cjenovnoj osnovi objašnjena mogućnost diskriminacije koju može vršiti svaki operator individualno.

maloprodajnom dijelu (vlastite potrebe) i povezanim društvima u odnosu na sadašnje i potencijalne konkurente na maloprodajnom tržištu.

Postoje različite vrste diskriminacije na cjenovnoj osnovi koje se mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu. Naime, operatori sa značajnom tržišnom snagom su u mogućnosti napraviti razliku u cijeni, koju će im plaćati operatori za uslugu završavanja (terminacije) poziva, između operatora pokretnih mreža, između operatora nepokretnih mreža ili između operatora pokretnih i operatora nepokretnih mreža.

Isto tako, diskriminacija na cjenovnoj osnovi može se dogoditi u slučaju da operator koji ima jaki tržišni udjel pokuša svoj utjecaj prenijeti na maloprodajno tržište na način da za pozive koji dolaze iz drugih mreža naplaćuje višu cijenu završavanja (terminacije) poziva, nego što bi sebi naplatio za poziv koji je započeo i završio u njegovoj mreži ili svom povezanom društvu. U navedenom slučaju operatori s jakim tržišnim udjelom T-Mobile i Vipnet bili bi u mogućnosti, zbog neravnoteže u ukupnom udjelu, operatora Tele2 i operatore nepokretnih mreža dovesti u nezavidan položaj na tržištu.

Navedeni problem koji se može pojaviti na tržištu direktno utječe na podizanje troškova konkurencije odnosno može ostale operatore dovesti u nepovoljan položaj te ih u konačnici i prisiliti da prestanu nuditi svoje usluge na tržištu.

9.4.5. Diskriminacija na osnovama koje nisu povezane s cijenama

Osim diskriminacije na cjenovnoj osnovi, kao što je opisano u prethodnom poglavlju, operatori su u mogućnosti diskriminirati ostale sudionike na tržištu i na drugim osnovama poput diskriminacije u uvjetima, kvaliteti, rokovima ili informacijama.

Navedeni oblici diskriminacije odnosno svi oblici diskriminacije koji nisu povezani s cijenama, a koji se mogu pojaviti na tržištu također direktno utječu na podizanje troškova konkurencije odnosno mogu ostale operatore dovesti u nepovoljan položaj te ih u konačnici i prisiliti da prestanu nuditi svoje usluge na tržištu.

9.4.5.1. Diskriminacija kakvoćom usluge

U odsustvu regulacije postojala bi mogućnost da postojeći operatori na tržištu T-Mobile, Vipnet i Tele2 novim operatorima koji ulaze na tržište ponude kakvoću za uslugu međupovezivanja, koja, između ostalog, uključuje obvezu održavanja broja blokiranih i neuspjelih poziva, ispod razine koju nude za vlastite potrebe. Također, operatori s jakim tržišnim udjelom T-Mobile i Vipnet bi bili u mogućnosti na gore navedeni način diskriminirati postojećeg operatora Tele2 koji nema jaki tržišni udio.

Nadalje, postoji mogućnost da u slučaju pada mreže ili problema u mreži, operator sa značajnom tržišnom snagom daje prioritet u završavanju (terminaciji) poziva upućenih iz vlastite mreže ili mreže povezanog društva na štetu poziva upućenih iz drugih mreža. Na navedeni način događa se nekoliko stvari. Sadašnji ili potencijalni konkurenti gube povjerenje krajnjih korisnika što dovodi do štete na maloprodajnoj razini i moraju ulagati u povećanje kapaciteta mreže, koji im je dužan dati operator sa značajnom tržišnom snagom, a kako bi mogli pružati kvalitetnu uslugu krajnjim korisnicima. Na taj način bi moglo doći do neopravdanog povećanja troškova sadašnjih ili potencijalnih konkurenata na maloprodajnoj

razini, a koji bi, u konačnici, doveli do zaključka da je operator sa značajnom tržišnom snagom uspio prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog na pripadajuće maloprodajno tržište.

9.4.5.2. Diskriminacija u ostalim stavkama koje su trenutno definirane Standardnom ponudom pristupa mreži i međusobnog povezivanja T-Mobile-a i Vipnet-a

Pod navedenom diskriminacijom Agencija smatra diskriminacije poput diskriminacije u tehničkim uvjetima ili upravljanju i održavanju međupovezivanja koja, između ostalog, uključuje i vremenske okvire za otklon kvarova.

Naime, Agencija je mišljenja da bi u odsustvu regulacije operatori koji posluju na tržištu bili u mogućnosti diskriminirati konkurenciju osim cjenovno, što je definirano u poglavlju 9.4.4. ovog dokumenta, i na ostalim osnovama koje su trenutno definirane Standardnom ponudom pristupa mreži i međusobnog povezivanja T-Mobile-a i Vipnet-a.

Iako prethodno spomenuti oblici diskriminacije nisu spomenuti u 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja koji su prema dokumentu ERG (06) 33 prepoznati u praksi, Agencija je mišljenja da bi, u odsustvu regulacije, operatori bili u mogućnosti diskriminirati i na drugim osnovama koje nisu povezane s cijenama.

9.4.6. Nerazumni/neopravdani zahtjevi

Pod nerazumnim/neopravdanim zahtjevima mogu se smatrati svi uvjeti ugovora o međupovezivanju između dva operatora u kojima operator zahtijeva da druga strana ispuni određeni zahtjev ili zahtjeve koji su u potpunosti neopravdani, a s ciljem da podigne troškove konkurencije i ograniči njegovo djelovanje na pripadajućem maloprodajnom tržištu koji bi mogli dovesti drugu stranu u nepovoljan položaj te ju u konačnici i prisiliti da prestane nuditi svoje usluge na tržištu. U odsustvu regulacije postojeći operatori na tržištu T-Mobile, Vipnet i Tele2 bi mogli tražiti ispunjenje nerazumnih/neopravdanih zahtjeva prema novim operatorima koji ulaze na tržište ili bi operatori s jakom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet mogli zahtijevati izmjenu postojećih ugovora o međupovezivanju s operatorima koji nemaju jaki tržišni udjel.

Instrumenti osiguranja plaćanja mogu se smatrati primjerom nerazumnog/neopravdanog zahtjeva. Naime, instrumenti osiguranja plaćanja, koji su trenutno sastavni dio standardne ponude pristupa mreži i međupovezivanja T-Mobile-a i Vipnet-a, u slučaju odsustva regulacije mogli bi predstavljati potencijalni problem na tržištu iz razloga što bi operatori bili u mogućnosti tražiti bilo koji od instrumenata osiguranja plaćanja u neopravdano visokom iznosima kojima bi operatore, koji im predstavljaju konkurenciju na pripadajućem maloprodajnom tržištu, mogli dovesti u izrazito nepovoljan položaj.

Isto tako, operatori bi bili u mogućnosti od druge strane zahtijevati (pre)detaljne informacije o korisnicima drugih operatora s ciljem da navedene informacije iskoriste kako bi izradili tarifne pakete u potpunosti prilagođene korisnicima drugog operatora. Navedene informacije direktno bi ugrožavale tržišni udio drugog operatora, a samim time i njegovu poziciju i djelovanje na tržištu.

9.4.7. Neopravdano korištenje informacija o konkurentima

Navedena prepreka je usko povezana s prethodnom preprekom odnosno s nerazumnim/neopravdanim zahtjevima. Naime, u ovom slučaju riječ je o postupcima operatora sa značajnom tržišnom snagom u kojima koristi podatke koje mu u okviru pružanja usluge međupovezivanja daju postojeći ili novi operatori na tržištu te korištenje istih s ciljem podizanja troškova konkurencije i ograničavanja njihovog djelovanja na pripadajućem maloprodajnom tržištu.

Primjer neopravdanog korištenja informacija mogao bi biti korištenje informacija od strane jednog operatora u svrhu izrade tarifnih paketa u potpunosti prilagođenih korisnicima drugog operatora kako bi privukao korisnike drugih operatora ili motivirao svoje korisnike da ne promijene operatora.

9.4.8. Unakrsno subvencioniranje

Unakrsno subvencioniranje se odnosi na situaciju u kojoj postoje dva različita tržišta i dvije različite cijene na navedenim tržištima. Operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu završavanja (terminacije) poziva, u odsustvu regulacije, mogao bi naplaćivati cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva iznad troška kako bi na pripadajućem vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu mogao pružiti cijenu ispod troška što bi dovelo do problema istiskivanja cijena (eng. *margin squeeze*), podizanja troškova konkurencije i ograničenih mogućnosti poslovanja konkurencije.

U navedenom slučaju novi operatori na tržištu zbog prethodno navedenih razloga bili bi prisiljeni prestati nuditi svoje usluge na vertikalno povezanom odnosno na maloprodajnom tržištu.

9.4.9. Taktike odgađanja

Taktike odgađanja se odnose na situacije u kojima operator sa značajnom tržišnom snagom ne odbija pružanje usluge završavanja (terminacije) poziva, ali istu pruža sa zakašnjenjem u odnosu na svoj maloprodajni dio (vlastite potrebe) ili povezana društva, te na taj način dovodi sadašnje i potencijalne konkurente u neravno pravan položaj na pripadajućem maloprodajnom tržištu iz razloga što je usluga završavanja (terminacije) poziva neophodna za pružanje kompletne usluge krajnjim korisnicima.

Drugim riječima, taktike odgađanja se odnose na situacije na tržištu u kojima postojeći operatori na tržištu T-Mobile, Vipnet i Tele2 ne odbijaju potpisati ugovor o međusobnom povezivanju s novim operator/operatorima na tržištu, već pokušavaju što je moguće duže odgoditi potpisivanje navedenog ugovora s ciljem očuvanja svog tržišnog udjela na pripadajućem maloprodajnom tržištu.

Naime, kao što je već rečeno pod preprekom odbijanje dogovora/uskraćivanje međupovezivanja, bez ugovora o međupovezivanju poslovati bi mogli samo operatori s jakim tržišnim udjelom odnosno operatori koji imaju veliku bazu korisnika iz razloga što bi takvi operatori većinu prometa i ostvarivali unutar vlastite mreže za koji nije niti potreban ugovor o međupovezivanju.

10. Predložene regulatorne obveze na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu

U prethodnom poglavlju Agencija je analizirala prepreke koje bi se u odsustvu regulacije mogle pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu na kojem operatori T-Mobile, Vipnet i Tele2 imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom i pripadajućem maloprodajnom tržištu na koje prethodno navedeni operatori mogu prenijeti svoj dominantni položaj. Drugim riječima, Agencija je analizirala mogućnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom da iskoriste svoj vladajući položaj na tržištu koji bi se posljedično mogao odraziti negativno na gospodarstvo u cijelosti.

Naime, ako Agencija u postupku određivanja i analize tržišta iz članka 54. ZEK-a utvrdi nedostatnu djelotvornost tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu, donijet će odluku o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu u skladu s člankom 55. ZEK-a, kojom će odrediti, zadržati ili izmijeniti određene regulatorne obveze iz članka 58. do 65. ZEK-a, a koje su kako slijedi:

- Obveza transparentnosti;
- Obveza nediskriminacije;
- Obveza računovodstvenog razdvajanja;
- Obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže;
- Obveza nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva;
- Nadzor maloprodajnih cijena usluga;
- Najmanji skup iznajmljenih vodova;
- Odabir i predodabir operatora.

Agencija će odrediti regulatorne obveze operatoru sa značajnom tržišnom snagom na osnovu postojećih i mogućih prepreka razvoju tržišnog natjecanja definiranih u poglavlju 9. ovog dokumenta, a kako bi se operatoru sa značajnom tržišnom snagom onemogućila zlouporaba položaja značajne tržišne snage i utjecaja na djelotvorno tržišno natjecanje.

Regulatorne obveze određene u skladu sa ZEK-om moraju se temeljiti na prirodi utvrđenog nedostatka na tržištu te moraju biti razmjerne i opravdane s obzirom na regulatorna načela i ciljeve iz članka 5. ZEK-a. Svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom Agencija mora odrediti najmanje jednu regulatornu obvezu.

Naime, Agencija smatra da bi se načelo razmjernosti najbolje moglo zadovoljiti ako se svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom odrede one regulatorne obveze koje će najbolje riješiti postojeće i potencijalne prepreke razvoju tržišnog natjecanja odnosno da se svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom odrede one regulatorne obveze koje po svojoj značajnoj tržišnoj snazi i zaslužuju s ciljem omogućavanja djelotvornog tržišnog natjecanja.

Na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, gdje značajnu tržišnu snagu ima svaki operator za pozive u svojoj individualnoj mreži, Agencija smatra potrebnim odrediti sljedeće regulatorne obveze:

a) Operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet

- Obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže;
- Obveza nediskriminacije;
- Obveza transparentnosti uz obvezu objave standardne ponude međupovezivanja;
- Obveza nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva.

b) Operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2

- Obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže;
- Obveza nediskriminacije;
- Obveza transparentnosti uz obvezu objave minimalne ponude uvjeta međupovezivanja koja će sadržavati podatke o tehničkim specifikacijama, mrežnim značajkama, cijenama usluga te rokovima i uvjetima ponude;
- Obveza nadzora cijena.

10.1. Regulatorne obveze predložene operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2

Agencija smatra da, obzirom na karakteristike i snagu svakog pojedinog operatora, koja je detaljno objašnjena u 7. poglavlju ovog dokumenta, ne postoji razlika između operatora T-Mobile-a i Vipnet-a koja bi zahtijevala da se navedenim operatorima predlože različite regulatorne obveze. Sukladno navedenom, Agencija predlaže identične regulatorne obveze prethodno spomenutim operatorima. Isto tako, temeljem navedenog poglavlja vidljiva je razlika između operatora Tele2 u odnosu na operatore T-Mobile i Vipnet na temelju koje je Agencija za operatora Tele2 predložila regulatorne obveze koje se u određenim dijelovima razlikuju od regulatornih obveza predloženih operatorima T-Mobile i Vipnet.

10.1.1. Obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže ⁴⁷

Agencija može, u skladu s odredbama članka 56. ZEK-a, odrediti operatorima obvezu udovoljavanja opravdanim zahtjevima za pristup i korištenje posebnih dijelova mreže i pripadajuće infrastrukture i opreme. Isto tako, sukladno članku 61. stavku 2. ZEK-a, Agencija može operatorima odrediti obvezu pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže osobito ako smatra da bi uskraćivanje pristupa ili koje drugo neprihvatljivo uvjetovanje ili ograničenje sličnog učinka, spriječilo održivo tržišno natjecanje na maloprodajnoj razini, ili bi bilo protivno interesima krajnjih korisnika usluga. Također, sukladno članku 61. stavku 3. ZEK-a, Agencija može odrediti i dodatne uvjete koji se odnose na ispunjavanje načela pravičnosti, razločnosti i pravodobnosti.

U okviru ovog dokumenta govori se o tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu temeljem čega Agencija ovu obvezu, koja je navedena u članku 61. ZEK-a, operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 smatra potrebnim odrediti samo u dijelu koji se odnosi na pristup u svrhu međupovezivanja.

Zbog specifičnosti tržišta završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, koje se očituje u postojanju CPP principa, svaki operator ima status značajne tržišne snage u vlastitoj mreži. Drugim riječima, operatori sa značajnom tržišnom

⁴⁷ Članak 12. Direktive o pristupu (eng. *Access Directive*)

snagom T-Mobile, Vipnet i Tele2 imaju 100%-tni tržišni udio za završavanje (terminaciju) poziva u svoju pokretnu mrežu što im daje mogućnost donošenja odluka neovisno o ostalim sudionicima na tržištu te im omogućava da spriječe ili otežaju pristup drugih operatora svojim korisnicima. Naime, napuštanje ove obveze onemogućilo bi pristup ostalih operatora njihovim korisnicima jer je jedino tako moguće realizirati taj pristup što bi značilo da svaki operator ima mogućnost ponuditi komunikaciju samo između svojih vlastitih korisnika. Navedeno bi otežalo ili u potpunosti onemogućilo operatorima ulazak na pripadajuće maloprodajno tržište i bilo protivno interesima krajnjih korisnika, a što nije u skladu s člankom 61. stavkom 2. ZEK-a.

Agencija smatra, sukladno prethodno navedenom, da je određivanje obveze međupovezivanja osnovna regulatorna obveza odnosno da je ista nužna i da ju je potrebno odrediti svim operatorima sa značajnom tržišnom snagom na mjerodavnom tržištu, a kako bi sve mreže bile međusobno povezane.

Nadalje, u 9. poglavlju ovog dokumenta Agencija je, između ostalog, a nastavno na prethodno navedeno analizirala prepreke koje se odnose na odbijanje dogovora/uskraćivanje međupovezivanja i taktike odgađanja. Po mišljenju Agencije, potrebno je spriječiti mogućnost da se prethodno navedene prepreke pojave na tržištu te se operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 predlaže regulatorna obveza pristupa i korištenja posebnih dijelova mreže na sljedeći način:

1. obveza pregovaranja u dobroj vjeri s drugim operatorima koji traže pristup za međupovezivanje odnosno obveza odgovora na svaki razuman zahtjev za međupovezivanje u roku od 10 dana od zaprimanja zahtjeva za pregovore;
2. obveza kojom operatori sa značajnom tržišnom snagom ne smiju ukinuti već odobreni pristup za međupovezivanje s postojećim operatorima pokretnih i nepokretnih mreža;
3. obveza kojom će se osigurati zajedničko korištenje antena, antenskih stupova, zgrada i drugih građevina te njihovih ulaza;
4. obveza pružanja usluge potrebne za osiguranje međusobnog djelovanja usluga za krajnje korisnike usluga, uključujući opremu za usluge inteligentnih mreža u pokretnim mrežama;
5. obveza da međusobno povežu mreže ili mrežnu opremu odnosno obveza realizacije funkcionalnog međupovezivanja u roku od 60 dana od dana zaprimanja zahtjeva za pregovore.

Sukladno predloženim regulatornim obvezama, Agencija je u potpunosti uklonila s tržišta prepreke koje se odnose na odbijanje dogovora/uskraćivanje međupovezivanja i taktike odgađanja. Međutim, navedenom obvezom Agencija nije riješila mogućnost da operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile, Vipnet i Tele2 pristup za međupovezivanje daju pod diskriminatornom uvjetima. Iz navedenog razloga, Agencija smatra potrebnim obvezu pristupa za međupovezivanja upotpuniti s obvezom nediskriminacije, a sve u svrhu stvaranja uvjeta za djelotvorno tržišno natjecanje.

Agencija je kroz obvezu pregovaranja u dobroj vjeri skratila sadašnji rok u kojem operatori sa značajnom tržišnom snagom moraju odgovoriti na zahtjev sa 15 na 10 dana, a obvezom pod točkom 5. Agencija je skratila rok za funkcionalno međupovezivanje sa 90 na 60 dana iz razloga što smatra da će kraći rokovi, koje po mišljenju Agencije operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile, Vipnet i Tele2 mogu implementirati uzevši u obzir broj obrađenih zahtjeva za međupovezivanje i broj međupovezivanja koje su u zadnje 3 godine

implementirali, dovesti do efikasnijeg djelovanja pripadajućeg maloprodajnog tržišta od kojeg će u konačnici imati koristi krajnji korisnici te gospodarstvo u cijelosti. Operatori sa značajnom tržišnom snagom su ocjenjivanje razumnom zahtjeva obvezni „provoditi“ u skladu s predloženom obvezom nediskriminacije i tehničkim mogućnostima vlastite mreže.

Nadalje, Agencija je operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 odredila obvezu zajedničkog korištenja antena, antenskih stupova, zgrada i drugih građevina iz razloga što operator nije uvijek u mogućnosti postaviti antenski stup gdje bi želio iz razloga što je navedena lokacija zauzeta ili iz određenih razloga operator na navedenu lokaciju nije u mogućnosti postaviti antenski stup (npr: Zakon o prostornom uređenju i gradnji⁴⁸). Cjelokupno provođenje ove obveze provodit će se u skladu s Pravilnikom o načinu i uvjetima pristupa i zajedničkog korištenja elektroničke komunikacijske infrastrukture i povezane opreme⁴⁹. Nadalje, prilikom gradnje novih antenskih stupova Agencija će, u suradnji s Ministarstvom zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva, u postupcima izdavanja lokacijskih i građevinskih dozvola prema članku 105. stavku 2. i članku 231. stavku 1. Zakona o prostornom uređenju i gradnji investitorima dati uvjete građenja antenskih stupova za zajedničku uporabu.

Operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 je predložena obveza da ne smiju uskratiti već uspostavljeno međupovezivanje iz razloga što bi u navedenom slučaju operator kojem je uskraćeno međupovezivanju morao tražiti alternativni put do korisnika tog operatora, a taj alternativni put ne postoji.

Agencija je, pri određivanju obveza iz članka 61. stavka 3. ZEK-a odnosno obveza koje su navedene gore u dokumentu, vodila računa da navedene obveze budu razmjerne regulatornim načelima i ciljevima iz članka 5. ZEK-a odnosno vodila je računa o kriterijima koju su navedeni u članku 61. stavku 5. ZEK-a. Naime, Agencija smatra kako je, s obzirom na stupanj razvoja tržišta, međupovezivanje tehnički i gospodarski u potpunosti izvedivo, uzimajući u obzir raspoložive kapacitete operatora.

Isto tako, Agencija smatra kako je ZEK-om, ostalim zakonskim propisima te podzakonskim aktima (npr: pravilnici, opći uvjeti poslovanja, Zakon o obveznim odnosima) te standardnim ponudama, ovisno o svakom pojedinačnom slučaju, osigurana i dugoročna zaštita tržišnog natjecanja kroz prava i obveze svakog operatora na tržištu te da svaki operator ima jednaku priliku kroz određeno vremensko razdoblje na povrat uloženi početnih sredstava, osiguravajući pritom poštivanja odgovarajućih prava intelektualnog vlasništva.

10.1.2. Obveza nediskriminacije⁵⁰

Agencija može, u skladu s odredbama članka 56. ZEK-a, odrediti operatorima sa značajnom tržišnom snagom obvezu nediskriminacije u vezi s međupovezivanjem i/ili pristupom. U okviru ovog dokumenta govori se o tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu temeljem čega Agencija ovu obvezu, koja je navedena u članku 59. ZEK-a, operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 smatra potrebnim odrediti samo u dijelu koji se odnosi na pristup u svrhu međupovezivanja.

⁴⁸ Odluka (Klasa: 011-01/07-01/63; ur.broj: 71-05-03/1-07-2) o proglašenju Zakona o prostornom uređenju i gradnji

⁴⁹ NN 154/2008

⁵⁰ Članak 10. Direktive o pristupu (eng. *Access Directive*)

Ovom se regulatornom obvezom osigurava da operator sa značajnom tržišnom snagom pruža iste uvjete operatorima u istovjetnim uvjetima za istovjetne usluge te osigurava drugim operatorima jednaku razinu kakvoće usluge koju osigurava za svoje vlastite usluge ili za potrebe svojih povezanih društava. Drugim riječima, svaki od operatora sa značajnom tržišnom snagom bi, u odsustvu ove regulatorne obveze, mogao diskriminirati ostale postojeće ili nove operatore nuđenjem usluga slabije kvalitete ili nuđenjem usluga po višoj cijeni nego što iste nude svom maloprodajnom dijelu (za vlastite potrebe) ili svojim povezanim društvima. Svako ponašanje, koje bi bilo u smjeru gore navedenog, vodilo bi do otežavanja ulaska novih operatora na tržište, a samim time i do manje konkurencije na maloprodajnom tržištu, a što bi u konačnici najviše pogodilo krajnje korisnike.

Naime, u slučaju da Agencija ne propiše obvezu nediskriminacije operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile, Vipnet i Tele2 bi mogli odrediti uvjete završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu na način koji bi doveo njih ili njihova povezana društva u bolji položaj u odnosu na druge operatore, čime bi se ugrožavala konkurentnost na tržištu i opstanak drugih operatora.

Temeljem navedenog, cijene završavanja (terminacije) poziva koje nude sami sebi ili svojem vertikalno integriranom dijelu koji djeluje na maloprodajnoj razini, trebaju biti usporedive odnosno jednake s cijenama koje nude drugim operatorima jer bi inače moglo doći do istiskivanja konkurencije s tržišta iz razloga što bi cijene za krajnje korisnike T-Mobile-a, Vipnet-a i Tele2 bile puno niže od onih koje bi mogla ponuditi konkurencija.

Cijena je jedan od ključnih uvjeta jednakog postupanja te ujedno i uvjet kod kojeg je nejednako postupanje na tržištu najčešće. Ukidanje ili nenametanje ove obveze bi moglo dovesti do smanjenja konkurentnosti na tržištu.

Nadalje, osim prethodno spomenutog, sukladno članku 58. ZEK-a, Agencija nije operatorima sa značajnom tržišnom snagom u mogućnosti odrediti obvezu objave standardne ponude ako tim operatorima uz obvezu transparentnosti nije odredila i obveza nediskriminacije. Temeljem navedenog, a uzevši u obzir obrazloženja iz poglavlja 10.1.3. ovog dokumenta koji govori zašto je nužno za tržište da operatori T-Mobile i Vipnet imaju obvezu objave standardne ponude međupovezivanja, Agencija navedenim operatorima smatra potrebnim odrediti i obvezu nediskriminacije.

Naime, u 9. poglavlju ovog dokumenta Agencija je, između ostalog, analizirala prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva, diskriminaciju na cjenovnoj osnovi i diskriminaciju na osnovama koje nisu povezane s cijenama, a koje zapravo u obliku prepreka pokazuju prethodno navedeno u tekstu.

Određivanjem obveze nediskriminacije Agencija bi samo djelomično uklonila prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva, diskriminaciju na osnovama koje nisu povezane s cijenama i diskriminaciju na cjenovnoj osnovi iz razloga što bi za potpuno uklanjanje navedenih prepreka Agencija morala odrediti dodatne regulatorne obveze koje su propisane dalje u dokumentu. Isto tako, određivanjem obveze nediskriminacije otklonile bi se i sve slične prepreke koje nisu direktno definirane, a mogle bi na isti način, kao prethodno definirane prepreke, sprječavati održivo tržišno natjecanje.

Nadalje, kao što je već rečeno pod obvezom iz članka 10.1.1. ovog dokumenta, Agencija obvezom nediskriminacije nadopunjuje obvezu pristupa za međupovezivanje čime stvara uvjete za efikasno tržišno natjecanje.

Također, operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile, Vipnet i Tele2 trebali bi ponuditi, kao što je i do sada bio slučaj, drugim operatorima uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu na načelu nediskriminacije u smislu da je cijena završavanja (terminacije) poziva ista neovisno radi li se o pozivima koji dolaze od operatora nepokretnih ili pokretnih mreža, a završavaju (terminiraju) u pojedinačnoj pokretnoj javnoj komunikacijskoj mreži operatora T-Mobile-a, Vipnet-a ili Tele2.

Agencija temeljem prethodno navedenog zaključuje da se obvezu izjednačenih cijena, bez obzira iz koje mreže poziv dolazi, treba nastaviti poštivati.

Nadalje, operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet trebali bi dostaviti Agenciji ugovore sklopljene na temelju standardne ponude međupovezivanja⁵¹, a operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 ugovore sklopljene na temelju minimalne ponude uvjete međupovezivanja⁵² u roku od 15 dana od dana sklapanja istih. Naime, Agencija smatra potrebnim da prethodno navedeni operatori dostave ugovore o međupovezivanju kako bi Agencija bila u mogućnosti provjeriti poštuju li isti obvezu nediskriminacije. U slučaju nepoštivanja prethodno spomenute obveze, a na temelju obveze dostave ugovora, Agencija bi bila u mogućnosti brzo reagirati.

U skladu sa svime navedenim pod obvezom nediskriminacije, Agencija predlaže da operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile, Vipnet i Tele2 trebaju:

- osigurati jednake uvjete⁵³ u istovjetnim okolnostima za druge operatore koji pružaju istovjetne usluge;
- pružati usluge i podatke drugim operatorima uz jednake uvjete i razinu kakvoće usluge koju osiguravaju za svoje vlastite usluge ili za potrebe svojih povezanih društava;
- dostaviti Agenciji ugovore sklopljene na temelju standardne ponude međupovezivanja ili minimalne ponude uvjeta međupovezivanja u roku od 15 dana od dana sklapanja istih.

10.1.3. Obveza transparentnosti⁵⁴

Agencija može, u skladu s odredbama članka 56. ZEK-a, operatorima sa značajnom tržišnom snagom odrediti obvezu transparentnosti u vezi s međupovezivanjem i/ili pristupom, na način da učine javno dostupnima određene podatke, kao što su osobito sljedeći podaci:

- računovodstveni podaci;
- tehničke specifikacije;
- mrežne značajke;
- rokovi i uvjeti ponude i uporabe;
- cijene.

⁵¹ Navedeno je predloženo pod obvezom transparentnosti koja je obrazložena u poglavlju 10.1.3.

⁵² Navedeno je predloženo pod obvezom transparentnosti koja je obrazložena u poglavlju 10.1.3.

⁵³ uvjeti, rokovi, cijene, informacije, itd.

⁵⁴ Članak 9. Direktive o pristupu (eng. *Access Directive*)

Isto tako, sukladno odredbama članka 58. ZEK-a, Agencija može zatražiti od operatora, kojem je određena obveza nediskriminacije, objavu standardne ponude na temelju koje drugi operatori neće biti obvezni plaćati dodatne troškove, koji nisu nužni za pružanje zatražene usluge. Standardna ponuda mora biti detaljno raščlanjena u skladu s potrebama tržišta te mora sadržavati pripadajuće rokove, uvjete i cijene usluga.

Kako je na početku ovog poglavlja i definirano, predmetna se regulatorna obveza može odrediti za usluge međupovezivanja i pristupa. Međutim, kao što je i navedeno u poglavljima 10.1.1. i 10.1.2., u okviru ovog dokumenta govori se o tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu te iz navedenog razloga, a uzevši u obzir prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje su detaljno objašnjenje u 9. poglavlju ovog dokumenta, Agencija obvezu transparentnosti, koja je navedena u članku 60. ZEK-a, operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 smatra potrebnim odrediti samo u dijelu koji se odnosi na pristup u svrhu međupovezivanja.

Naime, u 9. poglavlju ovog dokumenta Agencija, između ostalog, analizira prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva, diskriminaciju na osnovama koje nisu povezane s cijenama, diskriminaciju na cjenovnoj osnovi i nerazumne/neopravdane zahtjeve. Po mišljenju Agencije određivanjem obveze transparentnosti, operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile, Vipnet i Tele2 ne bi bili u mogućnosti tražiti ispunjenje zahtjeva koji su u potpunosti neopravdani odnosno Agencija bi određivanjem navedene regulatorne obveze u potpunosti uklonila navedenu prepreku.

Kao što je navedeno u poglavlju 10.1.2., određivanjem obveze nediskriminacije Agencija bi samo djelomično uklonila prepreku koja se odnosi na diskriminaciju na osnovama koje nisu povezane s cijenama. Međutim, Agencija bi određivanjem, uz obvezu nediskriminacije, i obveze transparentnosti u potpunosti uklonila navedenu prepreku s tržišta.

Određivanjem obveze transparentnosti, uz već određenu obvezu nediskriminacije, Agencija bi samo djelomično uklonila prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva i diskriminaciju na cjenovnoj osnovi iz razloga što bi za potpuno uklanjanje navedenih prepreka Agencija morala odrediti dodatne regulatorne obveze koje su predložene dalje u dokumentu.

Isto tako, određivanjem obveze transparentnosti otklonile bi se i sve slične prepreke koje nisu direktno definirane, a mogle bi na isti način, kao prethodno definirane prepreke, sprječavati održivo tržišno natjecanje.

Usluga međupovezivanja je tehnički složena usluga za čije je provođenje, u skladu s obvezom nediskriminacije, potrebno detaljno i transparentno prikazati sve uvjete koje moraju biti ispunjeni za njeno uspješno realiziranje. U slučaju kada bi operatorima zainteresiranim za međupovezivanje operatori T-Mobile i Vipnet davali podatke samostalno moglo bi doći do razlika u informacijama i podacima koji su dani drugim operatorima te je stoga potrebno obvezati operatore T-Mobile i Vipnet na izradu standardne ponude za međupovezivanje u kojoj će svi uvjeti za ostvarivanje međupovezivanja biti detaljno raščlanjeni i svima dostupni kako bi se osiguralo da operatori ne plaćaju usluge i tehničke realizacije koje nisu potrebne za ostvarivanje tražene usluge. U toj standardnoj ponudi moraju biti opisane i sve usluge, cijene te uvjeti koji moraju biti ispunjeni za njihovu realizaciju u skladu s potrebama tržišta.

Agencija smatra kako je nametanje ove obveze nužno jer bi u suprotnom moglo doći do diskriminacije pojedinih operatora od strane T-Mobile-a i Vipnet-a što bi dovelo do ometanja konkurentnosti na tržištu i utjecalo na izbor krajnjih korisnika. Također, ova obveza osigurava transparentno poslovanje operatora sa značajnom tržišnom snagom i nadopunjuje obvezu nediskriminacije. Objavljivanjem standardne ponude sprječava se nastanak prepreka pri ulasku na tržište novih operatora, a istovremeno je postojećim operatorima olakšano djelovanje te je osigurana sigurnost elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga.

Za razvoj tržišta i održavanje konkurentnosti bitno je da svi sudionici na tržištu znaju pod kojim uvjetima se uspostavljaju govorne usluge u pojedinim pokretnim mrežama obzirom da nema drugog načina osiguranja komunikacije s korisnicima pojedinog operatora.

Slijedom prethodno navedenog, Agencija smatra da bi bilo potrebno odrediti regulatornu obvezu transparentnosti uz obvezu objave standardne ponude operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u (navedena obveza je bila određena prema ZOT-u) te bi u skladu s navedenom regulatornom obvezom operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet trebali:

- objaviti standardnu ponudu na temelju koje drugi operatori neće biti obvezni plaćati dodatne troškove, koji nisu nužni za pružanje zatražene usluge;
- standardna ponuda mora biti detaljno raščlanjena u skladu s potrebama tržišta, te mora sadržavati pripadajuće rokove, uvjete i cijene usluga.

Osnovni sadržaj standardne ponude, razina detaljnosti podataka i način objave standardne ponude propisan je Pravilnikom o standardnim ponudama koji je donijelo Vijeće Agencije i koji je stupio na snagu u ožujku 2009. godine.

Operatori T-Mobile i Vipnet obvezni su u roku od 30 dana od stupanja na snagu odluke o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom, čije su regulatorne obveze sastavni dio, objaviti Standardnu ponudu međupovezivanja koja će biti u skladu s određenim regulatornim obvezama. Obzirom da operatori T-Mobile i Vipnet već imaju Standardnu ponudu međusobnog povezivanja, temeljenu na obvezama iz ZOT-a, Agencija smatra da je rok od 30 dana dovoljan da se ugrade sve izmjene te da se tekst i sadržaj standardne ponude uskladi s predloženim regulatornim obvezama i Pravilnikom o standardnim ponudama. Standardna ponuda T-Mobile-a i Vipnet-a ostaje nepromijenjena u svim onim dijelovima u kojima se regulatorne obveze nisu promijenile poštujući Pravilnik o standardnim ponudama.

Agencija jedanput godišnje provodi postupak izmjene standardnih ponuda u svrhu provedbe regulatornih obveza koje određuje u skladu s odredbama ZEK-a. Isto tako, u svrhu ostvarivanja regulatornih načela i ciljeva iz članka 5. ZEK-a, postupak izmjene standardnih ponuda međupovezivanja iznimno se može provesti i više puta tijekom godine. U slučaju izmjene standardne ponude temeljene na gore navedenim odredbama ZEK-a, Vijeće Agencije određuje da su svi operatori koji su obvezni objaviti standardnu ponudu za međupovezivanje obvezni objaviti novi tekst standardne ponude u roku koji je određen odlukom kojom je završio proces započet sukladno članku 58. stavku 3. ZEK-a.

U slučaju da operatori sa značajnom tržišnom snagom žele pokrenuti postupak izmjene standardne ponude međupovezivanja, obvezni su o tome obavijestiti Agenciju koja će, u slučaju da zahtjev operatora smatra opravdanim, po članku 58. stavkom 3. pokrenuti postupak izmjene standardne ponude. U slučaju izmjene standardne ponude na temelju prethodno navedenog, Vijeće Agencije određuje da su svi operatori koji su obvezni objaviti standardnu

ponudu za međupovezivanje obvezni objaviti novi tekst standardne ponude u roku koji je određen odlukom kojom je završio proces započet sukladno članku 58. stavku 3. ZEK-a.

Nadalje, Agencija smatra da bi operator Tele2, prema svim podacima prikupljenim tijekom analize te uzevši u obzir njegove mogućnosti na temelju veličine operatora i broja zaposlenih te poštujući načelo razmjernosti, trebao izraditi samo minimalnu ponudu uvjeta međupovezivanja koja će sadržavati tehničke specifikacije, mrežne značajke, cijene usluga te rokove i uvjete ponude. Slijedom prethodno navedenog, Agencija smatra potrebnim odrediti regulatornu obvezu transparentnosti uz obvezu objave minimalne ponude uvjeta međupovezivanja operatoru Tele2 te bi u skladu s navedenom regulatornom obvezom operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 trebao:

- objaviti minimalnu ponudu uvjeta međupovezivanja koji će sadržavati podatke o tehničkim specifikacijama, mrežnim značajkama, cijenama usluga te rokovima i uvjetima ponude.

Operator Tele2 obavezan je u roku od 60 dana od stupanja na snagu odluke o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom, čije su regulatorne obveze sastavni dio, učiniti javno dostupnim minimalnu ponudu uvjeta međupovezivanja koja će sadržavati tehničke specifikacije, mrežne značajke i cijene usluga. S Obzirom da operator Tele2 trenutno nema objavljeni dokument koji sadrži određene tehničke specifikacije i mrežne značajke, Agencija smatra da je rok od 60 dana primjeren da navedeni operator po prvi puta izradi minimalnu ponudu uvjeta međupovezivanja koja će sadržavati prethodno navedeni sadržaj.

10.1.4. Obveza nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva⁵⁵

Agencija može, u skladu s odredbama članka 56. ZEK-a, odrediti operatorima sa značajnom tržišnom snagom regulatorne obveze u vezi s povratom troškova i nadzorom cijena, uključujući i obvezu troškovne usmjerenosti cijena te obvezu vođenja troškovnog računovodstva, koje se odnose na pružanje određenih vrsta međupovezivanja i/ili pristupa, u slučajevima kada se na temelju analize tržišta utvrdi da nedostatak djelotvornoga tržišnog natjecanja omogućuje određenom operatoru zadržavanje pretjerano visoke razine cijena ili primjenu istiskivanja niskom cijenom, a na štetu krajnjih korisnika usluga.

U okviru ovog dokumenta govori se o tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu temeljem čega Agencija ovu obvezu, koja je navedena u članku 62. ZEK-a, operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 smatra potrebnim odrediti samo u djelu koji se odnosi na pristup u svrhu međupovezivanja i to na način kako je određeno dalje u dokumentu.

Agencija će osigurati da svi načini povrata troškova i metodologije određivanja cijena, koje su određene operatorima, budu usmjerene na promicanje djelotvornosti i održivoga tržišnog natjecanja te na ostvarivanje najvećih pogodnosti za krajnje korisnike usluga, pri čemu može uzeti u obzir i cijene dostupne na usporedivim konkurentnim tržištima.

Operator, kojem je predložena obveza troškovne usmjerenosti cijena, snosi teret dokazivanja da cijene njegovih usluga proizlaze iz troškova, uključujući razumnu stopu povrata ulaganja. U svrhu izračuna troškova djelotvornog pružanja usluga, Agencija može primijeniti

⁵⁵ Članak 13. Direktive o pristupu (eng. *Access Directive*)

metodologiju troškovnog računovodstva neovisno o metodologiji koju primjenjuje operator ili metodu referentnih vrijednosti te može zatražiti od operatora cjelovito obrazloženje cijena njegovih usluga, a prema potrebi i izmjenu tih cijena.

Svrha određivanja obveze nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva je osiguranje ravnopravnih, transparentnih kriterija te kriterija koji potiču razvoj konkurencije, a koje operator treba primijeniti prilikom raspodjele troškova na usluge koje pruža. Troškovno računovodstvo odnosi se na skup pravila i procedura koji osiguravaju raspodjelu troškova, prihoda, imovine, obveza i kapitala na pojedine aktivnosti i usluge, posebno uzimajući u obzir direktne i indirektne troškove.

Sustav troškovnog računovodstva omogućava provođenje obveze računovodstvenog razdvajanja te provjeru troškovne usmjerenosti cijena u svrhu sprečavanja međusobnog subvencioniranja, određivanja previsokih ili preniskih cijena i neefikasnog ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Agencija je u 9. poglavlju ovog dokumenta analizirala, između ostalog, prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva, diskriminaciju na cjenovnoj osnovi i prešutne sporazume.

Kao što je navedeno u poglavljima 10.1.2. i 10.1.3. ovog dokumenta, određivanjem obveze nediskriminacije i obveze transparentnosti Agencija bi samo djelomično uklonila prepreke koje se odnose na previsoke cijene usluge završavanja (terminacije) poziva i diskriminaciju na cjenovnoj osnovi. Međutim, Agencija bi određivanjem, uz prethodno navedene regulatorne obveze, i obveze nadzora cijene uz vođenje troškovnog računovodstva u potpunosti uklonila navedene prepreke s tržišta.

Prešutni sporazumi, kako je i navedeno u 9. poglavlju ovog dokumenta, predstavljaju jednu od prepreka koje se može pojaviti na tržištu. Po mišljenju Agencije određivanjem obveze kontrole cijena u većem dijelu bi bio uklonjen navedeni problem s tržišta iz razloga što bi za potpuno uklanjanje navedene prepreke Agencija morala odrediti i dodatnu regulatornu obvezu računovodstvenog odvajanja.

10.1.4.1. Operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet

Na temelju prethodnog navedenog odnosno kako bi spriječila mogućnost pojave prethodno navedenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja, Agencija smatra potrebnim odrediti obvezu nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva na sljedeći način:

- obveza troškovne usmjerenosti cijena;
- obveza vođenja troškovnog računovodstva, koje se odnose na pružanje usluge završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu.

S obzirom da je, prema odredbama ZOT-a, postojala obveza troškovne usmjerenosti cijena i vođenja troškovnog računovodstva, Agencija planira započeti projekt na kojem će se odrediti metodologija troškovnog računovodstva koju bi trebali koristiti operatori T-Mobile i Vipnet za izračun svojih troškovno usmjerenih cijena te određivanja metodologije troškovnog računovodstva (troškovnog modela) koju će koristiti Agencija, neovisno o metodologiji koju primjenjuje operatori T-Mobile i Vipnet, a u svrhu kontrole troškovne usmjerenosti cijena operatora T-Mobile-a i Vipnet-a.

Međutim, uzevši u obzir činjenicu da trenutno operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet nemaju razvijenu metodologiju troškovnog računovodstva odnosno troškovni model preko kojeg bi se izračunala troškovno usmjerena cijena usluge završavanja (terminacije) poziva niti Agencija posjeduje metodologiju troškovnog računovodstva, Agencija će, sukladno članku 62. stavcima 2. i 3. ZEK-a, za izračun cijene završavanja (terminacije) poziva u mreže operatora T-Mobile-a i Vipnet-a koristiti metodu referentnih vrijednosti (eng. *benchmark*) na temelju cijena dostupnih na usporedivim konkurentskim tržištima.

Drugim riječima, obveza nadzora cijena bit će postavljena na temelju metode referentnih vrijednosti sve do trenutka dok ne bude završen projekt koji uključuje izradu troškovnog modela kojim će operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet biti u mogućnosti Agenciji⁵⁶ dokazati troškovnu usmjerenost cijene završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu.

Nadalje, putem referentnih vrijednosti Agencija je odlučila odrediti cijenu završavanja (terminacije) poziva u mrežu T-Mobile-a i Vipnet-a dok će cijena završavanja (terminacije) poziva u Tele2 mrežu, obzirom na velike razlike koje postoje između operatora Tele2 u odnosu na operatore T-Mobile i Vipnet, a koje su detaljno obrazložene u 7. poglavlju ovog dokumenta, biti određena kao postotni iznos koji će operator Tele2 moći dodati na cijenu završavanja (terminacije) poziva koju je Agencija odredila za operatore T-Mobile i Vipnet.

Agencija je u procesu izračuna cijena usluge završavanja (terminacije) poziva u mreže operatora T-Mobile-a i Vipnet-a koristila metodu referentnih vrijednosti uzevši u obzir sljedeće dokumente, pretpostavke i metode:

- Zadnji dostupni podaci Cullen International-a „*Cross Country Analysis*“ za zemlje zapadne Europe od siječnja 2009. godine i zemlje središnje i istočne Europe od prosinca 2008. godine;
- Dokument Cullen International-a „*EU Telecom Flash Message 13/2009*“ od dana 03. veljače 2009. godine;
- Cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u svim članicama Europske unije za dva najjača operatora;
- Prosječna cijena usluge završavanja (terminacije) poziva za svaku zemlju određena je na temelju tržišnih udjela dva najjača operatora po broju korisnika;
- Izvor za korištenje tržišnog udjela operatora po broja korisnika – „*Informa Telecom & Media*“⁵⁷;
- Uklanjanje vanjskih vrijednosti temeljem odgovarajućih statističkih metoda;
- Tečaj HRK/EUR - prosjek srednjeg tečaja HNB-a⁵⁸ u razdoblju od šest mjeseci⁵⁹ u iznosu od 7,1748 HRK.

⁵⁶ U trenutku kada operatori T-Mobile i Vipnet, pomoću troškovnog modela, dokažu troškovno usmjerenu cijenu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu, Agencija može navedenu cijenu provjeriti preko svojeg troškovnog modela ili preko metode referentnih vrijednosti (članak 62. stavak 3. ZEK-a)

⁵⁷ <http://www.informatm.com/itmgcontent/icoms>

⁵⁸ Hrvatska narodna banka

⁵⁹ Izvor <http://www.hnb.hr/tecajn/htecajn.htm?tsfsg=c178a2621b885aeab6bd0c4ee5b2d912>;

Prosjeck srednjeg tečaja izračunat je prema zadnjim dostupnim službenim podacima (razdoblje od srpnja do prosinca 2008. godine).

Kao temelj izračuna metodom referentnih vrijednosti koristio se izvještaj Cullen International-a „*Cross Country Analysis*“ u svim članicama Europske unije i to na način da je iz navedenog dokumenta korištena cijena za uslugu završavanja (terminacije) poziva samo za dva najjača operatora u svakoj od zemalja Europske unije iz razloga što Agencija cijenu završavanja (terminacije) poziva izračunava za operatore T-Mobile i Vipnet odnosno dva najjača operatora u Republici Hrvatskoj.

Agencija navedenu cijenu računa samo za dva najjača operatora iz razloga što smatra da, sukladno europskoj praksi i stanju na domaćem tržištu elektroničkih komunikacija, a što je prikazano kasnije u dokumentu, operatoru Tele2 kroz regulatornu obvezu nadzora cijena može dati mogućnost da u vlastitu mrežu naplaćuje asimetričnu cijenu završavanja (terminacije) poziva odnosno cijenu koja je za određeni postotak viša od cijene koju je Agencija odredila operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u kroz regulatornu obvezu nadzora cijena.

Naime, u slučaju da je Agencija prosječnu cijenu završavanja (terminacije) poziva svake od zemalja računala na način da je u obzir uzela sve operatore u toj zemlji, tada bi prosječna cijena za tu zemlju uključivala i asimetričnu cijenu završavanja (terminacije) poziva koju imaju treći, četvrti ili peti operator u toj zemlji⁶⁰. U navedenom slučaju, cijena za uslugu završavanja (terminacije) poziva u mreži operatora T-Mobile-a i Vipnet-a u uključivala bi i dio asimetrične cijene što Agencija ne smatra opravdanim.

Nadalje, sukladno podacima iz gore navedenog dokumenta usluga završavanja (terminacije) poziva u mreži pokretnih operatora u zemljama Europske unije se obračunava na način da se koristi:

- jedinstvena cijena za vrijeme jakog i slabog prometa (po minuti trajanja poziva);
- različita cijena za vrijeme jakog i slabog prometa (po minuti trajanja poziva)⁶¹;
- različita cijena za vrijeme jakog i slabog prometa; postojanje dva vremenska intervala za vrijeme slabog prometa (po minuti trajanja poziva).⁶²

Kao što je vidljivo iz gore navedenog, u zemljama Europske unije postoje različiti načini obračuna usluge završavanja (terminacije) poziva. Kako bi se u izračunu cijene završavanja (terminacije) poziva uzele u obzir sve vrijednosti i veličine koje utječu na konačnu cijenu te usluge po minuti, usluga završavanja (terminacije) poziva se u svakoj zemlji svela na jedinstvenu cijenu jedne minute iz razloga što je Agencija pri izračunu cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u mrežu T-Mobile-a i Vipnet-a željela zadržati jedinstvenu cijenu za navedenu uslugu.

U tablici 9. prikazana je prosječna cijena završavanja (terminacije) poziva za svaku od 27 zemalja Europske unije za dva najjača operatora na način da su zemlje poredane po visini cijene za uslugu završavanja (terminacije) poziva počevši od zemlje koja ima najnižu prosječnu cijenu za navedenu uslugu.

⁶⁰ Navedeno se odnosi samo na one zemlje EU 27 u kojima postoji asimetrična cijena završavanja (terminacije) poziva. Asimetrična cijena završavanja (terminacije) poziva trenutno postoji u 21 zemlji Europske unije

⁶¹ Navedeni način obračuna imaju sljedeće zemlje: Litva, Luksemburg, Španjolska i Bugarska.

⁶² Navedeni način obračuna ima Irska, a u Velikoj Britaniji operator O2 ima jedinstvenu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva dok operator T-Mobile ima cijenu za vrijeme jakog i slabog prometa i cijenu za vikend

Tablica 9. Cijene usluga završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama za dva najjača operatora u svakoj zemlji Europske unije

Cijena završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama			
	Država		Prosjek 2 najjača operatora €/min
EU 27	Cipar	CY	2,09
	Švedska	SE	4,20
	Finska	FI	4,90
	Austrija	AT	5,75
	Slovenija	SI	6,16
	Rumunjska	RO	6,40
	Španjolska	ES	6,46
	Francuska	FR	6,50
	Velika Britanija	UK	6,76
	Portugal	PT	7,00
	Mađarska	HU	7,53
	Litva	LT	7,82
	Grčka	EL	7,86
	Njemačka	DE	7,92
	Belgija	BE	7,99
	Luksemburg	LU	8,20
	Danska	DK	8,32
	Latvija	LV	8,74
	Estonija	EE	8,76
	Irska	IE	8,82
	Italija	IT	8,85
	Poljska	PT	9,07
	Nizozemska	NL	9,52
	Malta	MT	9,62
Češka	CZ	10,68	
Slovačka	SK	11,19	
Bugarska	BG	13,80	

Izračun prikazan u tablici 9. proveden je sukladno kriterijima koji se koriste u izračunima kakvi se primjenjuju u dokumentima strukovnih tijela u području elektroničkih komunikacija (ERG i IRG) i to na način da se prosječna minuta završavanja (terminacije) poziva izračunala na sljedeći način. Za zemlje koje cijenu završavanja (terminacije) poziva naplaćuju za vrijeme jakog i slabog prometa korišten je omjer 50%-50% kako bi se dobila jedinstvena cijena završavanja (terminacije) poziva, a za zemlje koje cijenu završavanja (terminacije) poziva naplaćuju za vrijeme jakog prometa, slabog prometa i u vrijeme vikenda korišten je omjer 50%-25%-25% kako bi se dobila jedinstvena cijena završavanja (terminacije) poziva.

Također, tržišni udjel operatora u svakoj zemlji izračunat je preko broja korisnika iz razloga što se u dokumentima strukovnih tijela u području elektroničkih komunikacija (ERG i IRG) prosječna cijena završavanja (terminacije) poziva za svaku zemlju računa na temelju cijene završavanja (terminacije) poziva svakog od operatora kojoj se pridodaje težinski faktor na temelju broja korisnika.

Isto tako, u Bugarskoj u kojoj postoji različita cijena za uslugu završavanja (terminacije) poziva ovisno je li poziv započeo u pokretnim ili nepokretnim mrežama, sukladno Preporuci strukovnih tijela u području elektroničkih komunikacija (ERG i IRG), Agencija je pri izračunu cijene završavanja (terminacije) poziva za navedenu zemlju koristila cijenu koju operatori pokretnih mreža naplaćuju za poziv koji je upućenih iz nepokretnih mreža. Naime, po mišljenju Agencije potrebno je uzeti najvišu cijenu koja se naplaćuje za uslugu završavanja (terminacije) poziva u toj zemlji iz razloga što uzimanje najviše cijene uključuje sve cijene koje operatori plaćaju za uslugu završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama.

Obzirom da je u statističkoj analizi najčešća mjera “prosjeaka” srednja vrijednost (aritmetička sredina), Agencija je odlučila izračunati istu, a kako bi dobila prosječnu cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva u zemljama Europske unije.

Nadalje, napominjemo kako je važno utvrditi postojanje vanjskih vrijednosti (eng. *outliers*). Naime, ekstremno niske ili ekstremno visoke vrijednosti značajno utječu na vrijednost aritmetičke sredine što bi rezultiralo vrijednošću koja nije reprezentativna. Za postojanje istih, potrebno je odrediti vrijednosti prvog ili donjeg kvartila i trećeg ili gornjeg kvartila⁶³, kao i interkvartila⁶⁴. Temeljem navedenih statističkih pokazatelja, Agencija je utvrdila donje i gornje granice u svrhu određivanja vanjskih vrijednosti, odnosno, vrijednosti koje bi utjecale na određivanje srednje vrijednosti (aritmetičke sredine) koja bi bila loš reprezentant polaznih vrijednosti.

Formule za izračun:

- prvi kvartil: $Q1=N/4$
- treći kvartil: $Q3=3N/4$
- interkvartil: $Iq=Q3-Q1$
- donja granica: $Q1-1,5Iq$
- gornja granica: $Q3+1,5I$

Uzimajući u obzir prethodno navedeno Agencija smatra kako bi se pri izračunu aritmetičke sredine iste trebale ukloniti.

Slijedom navedenog, te sukladno provedenoj analizi cijena usluge završavanja (terminacije) poziva u zemljama Europske unije, utvrđeno je da vanjske vrijednosti predstavljaju cijene usluge završavanja (terminacije) poziva na Cipru i u Bugarskoj te, u skladu s gore navedenim, iste nisu uzete u obzir pri izračunu srednje vrijednosti (aritmetičke sredine), odnosno, prosječne cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u zemljama Europske unije. Prethodno navedeno prikazano je u tablici 10. koja se nalazi niže u tekstu.

⁶³ Kvantili su vrijednosti numeričke varijable koji niz uređen po veličini dijele na q jednakih dijelova. Kvantili koji dijele statistički niz na 4 jednaka dijela nazivaju se kvartilima. Kako je u ovom slučaju red kvantila q=4 postoje tri kvartila, prvi ili donji, drugi kvartil ili medijan i treći ili gornji kvartil.

⁶⁴ Interkvartil je apsolutna mjera disperzije. To je raspon varijacije središnjih 50% članova niza uređenih podataka.

Tablica 10. Izračun srednje vrijednosti cijena usluge završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama

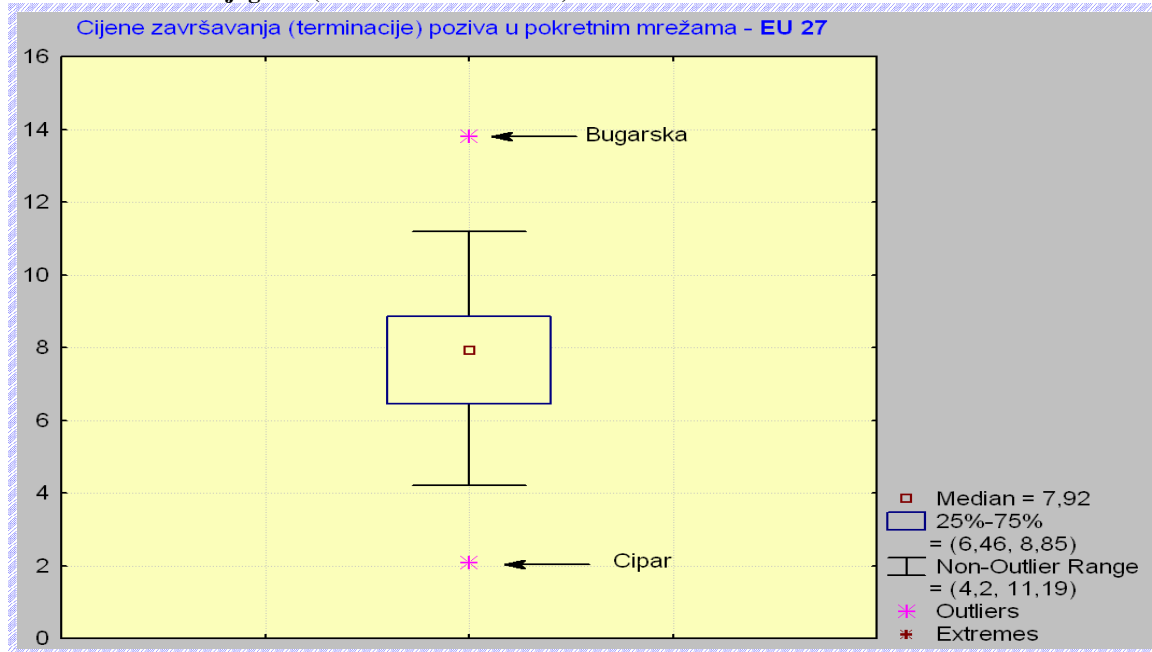
Cijena završavanja (terminacije) poziva u pokretnim mrežama			
	Država		Prosjek 2 najjača operatora €/min
EU 25	Cipar***	CY	2,09
	Švedska	SE	4,20
	Finska	FI	4,90
	Austrija	AT	5,75
	Slovenija	SI	6,16
	Rumunjska	RO	6,40
	Španjolska*	ES	6,46
	Francuska	FR	6,50
	Velika Britanija	UK	6,76
	Portugal	PT	7,00
	Mađarska	HU	7,53
	Litva	LT	7,82
	Grčka	EL	7,86
	Njemačka	DE	7,92
	Belgija	BE	7,99
	Luksemburg	LU	8,20
	Danska	DK	8,32
	Latvija	LV	8,74
	Estonija	EE	8,76
	Irska	IE	8,82
	Italija**	IT	8,85
	Poljska	PT	9,07
	Nizozemska	NL	9,52
	Malta	MT	9,62
	Češka	CZ	10,68
Slovačka	SK	11,19	
Bugarska***	BG	13,80	
	Prosječna cijena €/min		7,80
	Prosječna cijena u lp/min		55,97
	Prosječna cijena u kn/min		0,560

* - prvi kvartil; ** - treći kvartil; *** - vanjske vrijednosti

Srednja vrijednost svih cijena usluge završavanja (terminacije) poziva u preostalim 25 zemalja iznosi **0,56 kn/min**, i prema gore navedenim objašnjenjima uključuje jedinstvenu cijenu trajanja poziva po minuti. Agencija je izračunala cijenu usluge završavanja (terminacije) poziva u mreže T-Mobile-a i Vipnet-a, a koja se temelji na prosjeku zemalja Europske unije, koje su kao referentne vrijednosti, prema metodologiji navedenoj gore u dokumentu, ušle u izračun.

Navedeno u tablici 10. vidljivo je i na slici 18. koja predstavlja grafički prikaz metodologije koju je Agencija koristila za izračun cijene završavanja (terminacije) poziva u mreži T-Mobile-a i Vipnet-a putem referentnih vrijednosti.

Slika 18. Box-Plot dijagram (Box-and-Whisker-Plot)



Sukladno svemu prethodno navedenom, Agencija predlaže provođenje obveze nadzora cijena na sljedeći način i poštujući sljedeća pravila:

1. operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet obvezni su u roku od 30 dana od stupanja na snagu odluke o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom, čije su regulatorne obveze sastavni dio, implementirati cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu u iznosu od 0,56 kn/min;
2. operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet obvezni su nove cijene za uslugu završavanja (terminacije) poziva implementirati točno godinu dana nakon što je implementirana cijena navedena pod točkom 1. Navedeni operatori su obvezni 60 dana prije primjene cijena pod točkom 2. provesti postupak provjere cijena završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu na temelju najnovijih dostupnih vrijednosti i metodologije koja je objašnjenja u poglavlju 10.1.4.1. ovog dokumenta;
3. operatori sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet obvezni su, sve do završetka drugog kruga analize tržište završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu i/ili projekta kojim je izrađen troškovni model odnosno definirana metodologija troškovnog računovodstva, svake godine na temelju metodologije objašnjenje u poglavlju 10.1.4.1. ovog dokumenta implementirati nove cijene za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu.

10.1.4.2. Operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2

Uzimajući u obzir činjenicu, a kao što je u 5. poglavlju ovog dokumenta već i obrazloženo, da su specifičnosti tržišta završavanja (terminacije) poziva najviše određene principom naplate u

kojem trošak poziva snosi strana koja je poziv i uputila (CPP princip) u slučaju usluge završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, a sukladno zaključku iz istog tog poglavlja, svaki operator ima značajnu tržišnu snagu na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenoj/vlastitoj mreži.

Uzimajući u obzir navedenu činjenicu, a na temelju mogućih prepreka razvoju tržišnog natjecanja definiranih u 7. poglavlju ovog dokumenta, jasno je da svaki operator koji ima značajnu tržišnu snagu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitoj mreži, može cijene usluge završavanja (terminacije) poziva postaviti na višu razinu. Isto tako, a na temelju dokazanog i obrađenog u 7. poglavlju ovog dokumenta, činjenica je da operator Tele2 nije u istoj poziciji kao operatori T-Mobile i Vipnet. Iz navedenog razloga operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u, kao što je gore u dokumentu rečeno, predložena je regulatorna obveza nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva, dok se operatoru Tele2 predlaže samo obveza nadzora cijena.

Naime, sukladno članku 56. stavku 3. ZEK-a, određene obveze moraju se temeljiti na prirodi utvrđenog nedostatka na tržištu te moraju biti *razmjerne i opravdane* s obzirom na regulatorna načela i ciljeve iz članka 5. ZEK-a. Obzirom na veličinu operatora Tele2 odnosno na njegove mogućnosti obzirom na broj zaposlenih te visoke troškove implementacije navedene regulatorne obveze, Agencija ne smatra, poštujući načelo razmjernosti, opravdanim odrediti operatoru Tele2 obvezu troškovnog računovodstva.

Nakon što je odredila cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u mreži operatora T-Mobile-a i Vipnet-a koji imaju, kao što je vidljivo na slikama 4., 5. i 6. ovog dokumenta, jaki tržišni udio, Agencija je uzela u obzir praksu koja se primjenjuje u zemljama Europske unije i stanje na domaćem tržištu elektroničkih komunikacija kako bi odredila cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u mreži ostalih operatora odnosno u mreži operatora Tele2.

Vidljivo je da je u ovom trenutku postavljanje asimetričnih cijena za uslugu završavanja (terminacije) poziva između operatora s jakim tržišnim udjelom i operatora sa slabim tržišnim udjelom prevladavajuća praksa u zemljama Europske unije, odnosno može se reći da je asimetrija u zemljama Europske unije više pravilo nego iznimka.

Nadalje, u tom istom dokumentu, u kojem su prikazana zajednička stajališta zemalja članica ERG-a, stoji sljedeće:

- Simetrija⁶⁵ u cijenama usluga završavanja poziva u mrežama bivšeg monopolista i ostalih operatora na tržištu doprinosi poboljšanju statičke ekonomske efikasnosti, odnosno limitiranju alokativne i proizvodne neefikasnosti, ulaganja i inovacija te u konačnici doprinosi općem dobru, ali u isto vrijeme povećava rizik izlaska s tržišta manje efikasnog operatora;
- Asimetrične cijene usluge završavanja poziva, osim što podržavaju ulazak na tržište, potencijalno doprinose dinamičkoj efikasnosti operatora i jačaju njegovu snagu na tržištu čime pogoduju razvoju konkurencije. Također, asimetrične cijene omogućavaju viši prihod operatorima kojima je ona omogućena. Međutim, pošto je asimetričnim cijenama

⁶⁵ Simetrija je jednakost između cijena usluge završavanja poziva u mreži bivšeg monopolista s cijenama završavanja poziva u mrežama drugih operatora.

usluga završavanja (terminacije) poziva neefikasnost prenijeta na vertikalno povezana maloprodajna tržišta, i ako je asimetrija zadržana kroz dugo vremensko razdoblje, može potaknuti proizvodnu ili alokativnu neefikasnost (unakrsno subvencioniranje), a koje mogu biti štetni za gospodarstvo u cijelosti.

Situacija koja opisuje tržišno natjecanje na tržištima završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu, obrazložena je u poglavlju o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom i u poglavlju o preprekama razvoju tržišnog natjecanja. Temeljem navedenih poglavlja, Agencija smatra da postoji velika razlika između operatora T-Mobile-a i Vipnet-a s jedne strane i operatora Tele2 s druge strane te, radi dugoročnog cilja postizanja održivog i ravnopravnog tržišnog natjecanja, u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza, u slučaju određivanja cijena završavanja (terminacije) poziva, operator Tele2 treba biti tretiran drugačije od operatora T-Mobile-a i Vipnet-a, a kako bi se dugoročno postigla korist za krajnje korisnike i gospodarstvo u cijelosti.

Važno je napomenuti da, zbog činjenice da prema ZOT-u operator Tele2 nije imao status operatora sa značajnom tržišnom snagom na tržištu međusobnog povezivanja, Agencija nije mogla utjecati na cijene završavanja (terminacije) poziva u njegovu mrežu te je isti, od početka liberalizacije u 2005. godini do izmjene standardne ponude pristupa mreži i međusobnog povezivanja T-Mobile-a i Vipnet-a u 2006. godini, imao cijene na razini cijena završavanja (terminacije) poziva u mrežu operatora T-Mobile-a i Vipnet-a⁶⁶. Nakon 2006. godine operator Tele2 je imao cijene na gotovo istoj razini kao operatori T-Mobile i Vipnet.

Osnovni razlog tome je, kako je obrazloženo u poglavlju 7. ovog dokumenta, što operator Tele2 nije imao protutežnu kupovnu moć kojom bi mogao postići više cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu. Iz navedenog proizlazi da su cijene usluge završavanja (terminacije) poziva između operatora T-Mobile-a i Vipnet-a s jedne strane i operatora Tele2 s druge strane od početka liberalizacije bile postavljene na istim razinama, odnosno bile su simetrične. Navedena činjenica nije bila od pomoći operatoru Tele2 za ulazak na tržište, a što je dokazano velikim nerazmjerom u broju minuta završenih (terminiranih) u mrežu T-Mobile-a i Vipnet-a u odnosu na broju završenih (terminiranih) minuta u mreži operatora Tele2, a što je vidljivo na slici 6. ovog dokumenta.

Nadalje, Agencija smatra da je dugoročno za tržište pokretnih mreža odnosno krajnje korisnike i gospodarstvo u cijelosti najbolje da na tržištu postoje tri ili više infrastrukturnih operatora stabilnog tržišnog udjela koji se međusobno natječu (eng. *infrastructure based competition*), a čija će konkurencija biti nadopunjena konkurencijom na temelju usluga (eng. *service based competition*; npr: postojanje virtualnih operatora pokretnih mreža na tržištu).

Obzirom da, kao što je vidljivo u 7. poglavlju ovog dokumenta, Tele2 nema stabilan tržišni udio, a iz poslovne politike je vidljivo da postupno od ulaska na tržište grade svoju mrežu i teže tome da postanu infrastrukturni operator, Agencija smatra u potpunosti opravdanim kroz

⁶⁶ Izmjenom RIO-a u 2006. godini T-Mobile i Vipnet imali su cijenu završavanja (terminacije) poziva u vrijeme jakog prometa u iznosu od 0,90 kn/min (07:19), a u vrijeme slabog prometa 0,576 kn/min (19:07, vikendi i državni blagdani). Izmjenom RIO-a u 2007. godini T-Mobile i Vipnet imaju jedinstvenu cijenu u iznosu od 0,786 kn/min. Cijelo to vrijeme Tele2 ima istu cijenu odnosno cijenu od 2005. godine koja iznosi u vremenu jakog prometa 0,90 kn/min (07:22) i u vrijeme slabog prometa 0,45 kn/min (22:07, vikendi i državni blagdani). Sukladno raspodjeli prometa postojećih operatora Agencija je mišljenja da Tele2 nema asimetričnu cijenu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu ili je ona zanemariva.

regulatornu obvezu nadzora cijena operatoru Tele2 omogućiti da u svoju mrežu naplaćuje višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva.

Sukladno dokumentu ERG-a⁶⁷ mogući načini nadzora cijena usluge završavanja (terminacije) poziva u mreže operatora slabijih tržišnih udjela su sljedeći:

1. Iznos cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u mreži operatora jakog tržišnog udjela ili operatora jakih tržišnih udjela uvećan za određeni postotni udio X% (eng. *mark up*);
2. Dopuštanje operatorima sa slabijim tržišnim udjelom da uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitoj mreži naplaćuju po određenoj razumnoj cijeni;
3. *Odgođeni reciprocitet* - cijene završavanja (terminiranja) poziva u mreže operatora slabijeg tržišnog udjela u određenom vremenskom trenutku (t) su postavljene na razinu cijena završavanja poziva u mreži operatora jakog tržišnog udjela u vremenskom trenutku (t-x). Iz navedenog proizlazi da, ako padaju cijene operatora s jakim tržišnim udjelom, padat će i cijene operatora sa slabijim tržišnim udjelom, ali nikada neće biti jednake;
4. *Asimetrične cijene koje nakon određenog vremenskog razdoblja dovedu do simetričnih cijena* – u ovom slučaju simetrija cijena operatora s jakim tržišnim udjelom i operatora sa slabijim tržišnim udjelom se postiže na način da se cijene operatora s slabijim tržišnim udjelom postave na određenu, veću, razinu od cijena operatora s jakim tržišnim udjelom i te cijene padaju kroz unaprijed određeno vremensko razdoblje i u određenom vremenskom trenutku dolaze na razinu cijena operatora s jakim tržišnim udjelom. Ovaj način nazora cijena operatora sa slabijim tržišnim udjelom je predložen dokumentom o zajedničkim stajalištima ERG-a.

Kao što je već prethodno rečeno, Agencija smatra u potpunosti opravdanim omogućiti operatoru Tele2 da u vlastitu mrežu naplaćuje višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva. Međutim, s obzirom da dugoročno asimetrija može imati negativne posljedice za tržište odnosno za gospodarstvo u cijelosti, Agencija se odlučila za 4. mogućnost po ERG dokumentu odnosno odlučila je operatoru Tele2 samo na određeno vremensko razdoblje (eng. *glide path*) odnosno na razdoblje od tri godine dati mogućnost da u vlastitu mrežu naplaćuje višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva.

Naime, sukladno dokumentu ERG-a, prilikom određivanja asimetrične cijene završavanja (terminacije) poziva potrebno je u obzir uzeti sljedeće kriterije:

- Razlika u troškovima gradnje mreže između novih i postojećih operatora na tržištu;
- Vrijeme ulaska na tržište trećeg operatora u odnosu na postojeće operatore na tržištu (eng. *market delay*);
- Tržišni udio novog operatora u odnosu na postojeće operatore na tržištu.

⁶⁷ Izvor: ERG (07) 83 final 080312; poglavlje 5.2

a) Razlika u troškovima gradnje mreže operatora Tele2 u odnosu na operatore T-Mobile i Vipnet

U slučaju da postoje čimbenici koji su izvan kontrole samog operatora, a odnose se na situaciju u kojoj operatori imaju pristup/koncesiju za različite frekvencijske pojase koji dovode do razlike u troškovnoj strukturi prilikom gradnje vlastite pristupne mreže, asimetrične cijene završavanja (terminacije) poziva mogu biti opravdane.

Operator Tele2 je pri ulasku na hrvatsko tržište elektroničkih komunikacija dobio koncesiju za rad na 1800 MHz dok su i T-Mobile i Vipnet radili na 900 MHz. Pokrivanje teritorija Republike Hrvatske sa signalom koristeći 1800MHz je skuplje nego u slučaju rada na 900MHz iz razloga što sustavi s višom frekvencijom pokrivaju manju površinu jer imaju manji domet pa je za pokrivanje iste površine potrebno više BTS-a ili veća snaga signala. Domet signala ovisan je o reljefu i naseljenosti teritorija koje se pokriva. Rijetko naseljeni ili nenaselejeni dijelovi se obično pokrivaju korištenjem sustava s manjom frekvencijom zbog većih dometa signala takvih sustava i zbog toga što je gušenje signala u urbanim područjima mnogo veće od opadanja snage signala s udaljenošću u rijetko naseljenim ili nenaselejenim područjima. Obzirom kako je veći dio površine Republike Hrvatske rijetko naseljen (prosječna gustoća: 78,4 stanovnika/km²) operator Tele2 je imao puno veće troškove pokrivanja teritorija Republike Hrvatske sa signalom jer je umjesto uobičajenih sustava za pokrivanje takvog teritorija (900 MHz) morao isti pokriti koristeći sustave s višom frekvencijom (1800 MHz).

Nadalje, operator Tele2 je u zadnjem tromjesečju 2007. godine dobio dozvolu i za rad na 900 MHz odnosno na frekvenciji gdje su troškovi izgradnje vlastite mreže manji. Međutim, uzevši u obzir prethodno navedeno te činjenicu da je operator Tele2 do dobivanja dodatnih 10 MHz na frekvenciji GSM 900 izgradio veći dio vlastite mreže, Agencija smatra opravdanim operatoru Tele2 omogućiti da na temelju navedenog kriterija može naplaćivati 30% višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu u odnosu na cijenu koju je Agencija odredila operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u.

Također, Agencija smatra opravdanim da, na temelju kriterija koji se odnosi na razliku u troškovima gradnje mreže operatora Tele2 u odnosu na operatore T-Mobile i Vipnet, predloži viši iznos asimetrije, nego na temelju kriterija koji su opisani dalje u dokumentu, a odnose se na vrijeme ulaska na tržište operatora Tele2 i njegov tržišni udio.

b) Vrijeme ulaska na tržište operatora Tele2 u odnosu na operatora Vipnet (eng. *market delay*)

Vrijeme ulaska na tržište može se smatrati u potpunosti objektivnim kriterijem pri određivanju asimetrične cijene završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu iz razloga što je gotovo uvijek izvan kontrole samog operatora.

Sukladno europskoj praksi⁶⁸, operatori koji su na tržište ušli 3 do 5 godina nakon operatora koji ima najnižu cijenu završavanja (terminacije) poziva u određenoj zemlji u prosjeku ostvaruje mogućnost da u vlastitu mrežu navedenu uslugu naplaćuje po 17% višoj cijeni.

⁶⁸ Izvor: ERG (07) 83 final 080312

Nadalje, operatori koji su na tržište ušli 6 do 11 godina nakon operatora koji ima najnižu cijenu završavanja (terminacije) poziva ostvaruje mogućnost da u vlastitu mrežu navedenu uslugu naplaćuje po u prosjeku 35% višoj cijeni.

Vijeće Hrvatske Agencije za telekomunikacije je u prosincu 2004. godine donijelo Odluku kojom je dalo koncesiju operatoru Tele2 za obavljanje javnih telekomunikacijskih usluga uz uporabu radiofrekvencijskog spektra u pokretnoj mreži. Operator Tele2 je s komercijalnim radom započeo u listopadu 2005. godine. Vipnet je koncesiju za rad dobio u rujnu 1998. godine, a s komercijalnim radom je započeo u srpnju 1999. godine.

Iz prethodno navedenog je vidljivo da je operator Tele2 koncesiju za rad dobio 6 godina i 3 mjeseca nakon Vipnet-a odnosno s komercijalnim radom također je započeo 6 godina i 3 mjeseca nakon Vipnet-a.

Na temelju svega prethodno navedenog te uzevši u obzir činjenicu da operator Tele2 već posluje na tržištu 3 godine tijekom kojih je i ostvario određeni tržišni udio odnosno da nije na samim počecima u pogledu tržišnog udjela, Agencija smatra opravdanim operatoru Tele2 omogućiti da na temelju navedenog kriterija može naplaćivati 25% višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu u odnosu na cijenu koju je Agencija odredila operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u.

c) Tržišni udio operatora Tele2 u odnosu na operatore T-Mobile i Vipnet

Tržišni udio operatora, za razliku od vremena ulaska na tržište, ne može se smatrati potpuno objektivnim kriterijem za određivanjem asimetrične cijene završavanja (terminacije) poziva iz razloga što nije u potpunosti izvan kontrole samog operatora. Naime, na nizak tržišni udio, osim objektivnih kriterija, može utjecati i loša poslovna/razvojna politika samog operatora.

Sukladno europskoj praksi, operatori koji imaju tržišni udio manji od 10% imaju mogućnost u prosjeku u vlastitu mrežu naplaćivati 47% višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva, a operatori čije se tržišni udio kreće između 10% i 20% imaju mogućnost u vlastitu mrežu naplaćivati u prosjeku 13% višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva.

Agencija poslovnu politiku operatora Tele2 koji je na tržištu ponudio maloprodajne pakete za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa te politiku gradnje vlastite pristupne mreže odnosno kontinuirano iz godine u godinu povećanje u pokrivenosti teritorija Republike Hrvatske vlastitom mrežom smatra opravdanom.

Nadalje, novi operatori prilikom ulaska na tržište nisu u mogućnosti, kao postojeći operatori koji djeluju na tržištu, iskoristiti ekonomije razmjera iz razloga što posjeduju mali tržišni udio po broju korisnika. Iz navedenog proizlazi da operatori koji kasnije ulaze na tržište imaju viši trošak po jedinici pružanja usluge odnosno na tržištu koje je obrađeno u ovom dokumentu imaju viši trošak po jedinici za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu. Smisao uspješnog poslovanja, koja se može promatrati kroz efikasnog operatora, je da svaki operator nastoji povećati broj vlastitih korisnika i količinu prometa unutar vlastite mreže.

Naime, kao što je vidljivo na slici 4 ovog dokumenta, operator Tele2 ima po broju korisnika tržišni udio od 10,30% dok T-Mobile ima 47,37%, a Vipnet 42,32%. Na navedeno se nadovezuju slike 10., 11. i 12. ovog dokumenta na kojima je vidljivo da T-Mobile unutar vlastite mreže ostvaruje 81,17% poziva, Vipnet 77,50% poziva, a Tele2 39,13% poziva.

Na temelju prethodno navedenog, vidljivo je da operatori T-Mobile i Vipnet ostvaruju ekonomije razmjera dok operator Tele2 nije u ovom trenutku u mogućnosti ostvariti ekonomije razmjera.

Nadalje, sukladno podacima koji su navedeni u tablicama od 2. do 7. ovog dokumenta, vidljivo je da operatori T-Mobile i Vipnet imaju iste cijene za pozive unutar mreže i pozive prema ostalim mrežama. Iz navedenog je vidljivo da operator Tele2 nailazi na prepreke pri povećanju svog tržišnog udjela, a samim time i iskorištavanja ekonomija razmjera iz razloga kako bi bio konkurentan odnosno privukao korisnike u vlastitu mrežu mora ponuditi niske cijene pozive prema drugim mrežama odnosno mora imati iste ili vrlo slične cijene za pozive unutar mreže i za pozive prema drugim mrežama.

Na temelju svega prethodnog navedenog Agencija smatra opravdanim operatoru Tele2 omogućiti da na temelju navedenog kriterija može naplaćivati 20% višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu u odnosu na cijenu koju je Agencija odredila operatorima T-Mobile-u i Vipnet-u.

Agencija je mišljenja da sva tri kriterija za određivanje asimetrične cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u Tele2 mrežu imaju istu važnost iz čega proizlazi da bi određena asimetrija u mrežu operatora Tele2 trebala iznositi 25%⁶⁹.

Nadalje, prilikom predlaganja vremenskog razdoblja u kojem će operator Tele2 imati mogućnost naplaćivati višu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva, Agencija je u obzir uzela sljedeće kriterije:

- *Vrijeme ulaska na tržište* – operator Tele2 je na tržište ušao kasno odnosno 6 godina nakon drugog operatora Vipnet-a;
- *Zasićenost tržišta* – u vrijeme ulaska operatora Tele2 na tržište gustoća korisnika na tržištu iznosila je 65% odnosno postojao je prostor za ulazak novog operatora na tržište;
- *Protočnost korisnika između operatora* – usluga prenosivosti broja na tržištu postoji od listopada 2006. godine, a broj prenesenih brojeva se u svakom tromjesečju povećava što operatoru Tele2 olakšava mogućnost pridobivanja korisnika u vlastitu mrežu iz razloga što troškovi prelaska korisnika s jednog operatora na drugog (eng. *switching costs*) nisu veliki zbog efikasne usluge prenosivosti broja;
- *Konkurencija na tržištu* – na tržištu postoje 3 operatora pokretnih mreža te trenutno ne postoje mobilni virtualni mrežni operatori iz čega proizlazi da je Tele2 jedini alternativni operator na tržištu;
- *Efikasan omjer u pridobivanju novih korisnika*- u Republici Hrvatskoj trenutno nije ostvariv iz razloga što je na temelju tržišnog udjela operatora⁷⁰ vidljivo da postojeći operatori ne pridobivaju nove korisnike u istom omjeru.

Na temelju prethodno navedenog Agencija smatra opravdanim da se operatoru Tele2 omogući da za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu naplaćuje višu cijenu terminacije u sljedeće 3 godine na sljedeći način:

⁶⁹Na temelju navedenih kriterija proizlazi sljedeće: $(30\%+25\%+20\%)/3=25\%$

⁷⁰ Na temelju prikupljenih upitnika vidljivo da novi korisnici nisu ravnomjerno raspoređeni između operatora

Tablica 11. Stupanj asimetrije po godinama

	1. godina	2. godina	3. godina	4. godina
asimetrija	25%	16,67%	8,33%	0%

Agencija je prilikom predlaganja načina na koji će se cijene za uslugu završavanja (terminacije) poziva između operatora T-Mobile-a, Vipnet-a i Tele2 izjednačiti koristila linearnu metodu iz razloga što ne posjeduje troškovni model po kojem bi proces izjednačavanja cijena mogla izračunati na drugačiji način⁷¹.

Na temelju svega navedenog u poglavlju 10.1.4.2. ovog dokumenta, Agencija predlaže operatoru Tele2 regulatornu obvezu nadzora cijena na sljedeći način:

1. Operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 je u mogućnosti u roku od 60 dana od stupanja na snagu odluke o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom, čije su regulatorne obveze sastavni dio, implementirati cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu u iznosu od 0,70⁷² kn/min. Navedena cijena bit će sastavni dio minimalne ponude uvjeta međupovezivanja koju je operator Tele2, sukladno obvezi transparentnosti, obvezan objaviti;
2. Operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 u mogućnosti je točno godinu dana nakon što je implementirana cijena pod točkom 1. implementirati novu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu koja će biti uvećana za 16,67% od cijene koju su, sukladno regulatornim obvezama, obvezni implementirati operatori T-Mobile i Vipnet u drugoj godini. Navedena cijena bit će sastavni dio minimalne ponude uvjeta međupovezivanja koju je operator Tele2, sukladno obvezi transparentnosti, obvezan objaviti;
3. Operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 u mogućnosti je točno godinu dana nakon što je implementirana cijena pod točkom 2. implementirati novu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu koja će biti uvećana za 8,33% od cijene koju su, sukladno regulatornim obvezama, obvezni implementirati operatori T-Mobile i Vipnet u trećoj godini. Navedena cijena bit će sastavni dio minimalne ponude uvjeta međupovezivanja koju je operator Tele2, sukladno obvezi transparentnosti, obvezan objaviti;
4. operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 obvezan je 60 dana prije primjene novih cijena za uslugu završavanja (terminacije) poziva provesti postupak provjere cijena završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu na temelju metodologije koja je objašnjena u poglavlju 10.1.4.1. ovog dokumenta. Navedeni operator obvezan je nove cijene za uslugu završavanja (terminacije) poziva implementirati točno godinu dana nakon što je implementirana cijena navedena pod 3. točkom odnosno u četvrtoj godini. Navedena cijena biti će ista kao za operatore sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet i bit će sastavni dio minimalne ponude uvjeta međupovezivanja koju je operator Tele2, sukladno obvezi transparentnosti, obvezan objaviti;

⁷¹ U slučaju da Agencija posjeduje troškovni model mogla bi, prateći ekonomije razmjera koje dovode do efikasnosti operatora, računati postotak asimetrije za uslugu završavanja (terminacije) poziva operatora Tele2

⁷² Navedena cijena predstavlja cijenu T-Mobile-a i Vipnet-a uvećanu za 25%

5. U slučaju da operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 ne prihvati mogućnost da u vlastitu mrežu naplaćuje cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva na način kako je određeno točkom 1., obvezan je u roku od 60 dana od stupanja na snagu odluke o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom, čije su regulatorne obveze sastavni dio, implementirati istu cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu kao i operatori T-Mobile i Vipnet u iznosu od 0,56 kn/min. U navedenom slučaju, na operatora sa značajnom tržišnom snagom Tele2 odnose se i obveze koje je Agencija u poglavlju 10.1.4.1. pod točkama 2. i 3. odredila operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u i Vipnet-u. Također, u slučaju da operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 ne prihvati mogućnost da u vlastitu mrežu naplaćuje cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva na način kako je određeno točkom 2. ovog poglavlja obvezan je točno godinu dana nakon što je implementirana cijena pod točkom 1. implementirati istu cijenu koja će u tom trenutku vrijediti za operatore sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet. Nadalje, u slučaju da operator sa značajnom tržišnom snagom Tele2 ne prihvati mogućnost da u vlastitu mrežu naplaćuje cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva na način kako je određeno točkom 3. ovog poglavlja obvezan je točno godinu dana nakon što je implementirana cijena pod točkom 2. implementirati istu cijenu koja će u tom trenutku vrijediti za operatore sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile i Vipnet. Navedene cijene bit će sastavni dio minimalne ponude uvjeta međupovezivanja koju je operator Tele2, sukladno obvezi transparentnosti, obvezan objaviti;

Agencija je operatoru Tele2 odredila rok od 60 dana za implementaciju novih cijena za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu iz razloga što se mijenja obračun međupovezivanja s obračuna koji je uključivao vrijeme jakog i slabog prometa na vrijeme jedinstvenog prometa.

10.1.5. Ostale regulatorne obveze koje je Agencija na temelju ZEK-a mogla propisati na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu

Agencija je u 9. poglavlju ovog dokumenta navela koje se prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja mogu pojaviti na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu. Između ostalog, među preprekama su navedeni prešutni sporazumi, koje je Agencija u većoj mjeri otklonila predlaganjem regulatorne obveze nadzora cijena na način kako je navedeno u poglavlju 10.1.4. ovog dokumenta, i unakrsno subvencioniranje.

Za potpuno uklanjanje navedenih prepreka s tržišta Agencija bi trebala propisati obvezu računovodstvenog razdvajanja⁷³. Međutim, uzevši u obzir da bi Agencija određivanjem regulatorne obveze nadzora cijena te određivanja regulatorne obveze troškovnog računovodstva za operatore T-Mobile i Vipnet onemogućila operatore da naplaćuju cijenu za uslugu završavanja (terminacije) poziva u vlastitu mrežu iznad troška, a samim time i da na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu pruže cijene ispod troška zahvaljujući cijeni završavanja (terminacije) poziva iznad troška te da maloprodajno tržište u pokretnim mrežama nije predmet regulacije⁷⁴, Agencija ne smatra opravdanim operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 odrediti regulatornu obvezu računovodstvenog razdvajanja.

⁷³ Članak 11. Direktive o pristupu (eng. „Access Directive“)

⁷⁴ Navedeno tržište je predmet drugog dokumenta

Također, uzevši u obzir visoke troškove implementacije računovodstvenog razdvajanja te korist koja bi se na tržištu završavanja (terminacije) poziva u određenu pokretnu javnu komunikacijsku mrežu postigla navedenom implementacijom, Agencija, poštujući načelo razmjernosti, ne smatra opravdanim operatorima sa značajnom tržišnom snagom T-Mobile-u, Vipnet-u i Tele2 odrediti regulatornu obvezu računovodstvenog razdvajanja.

Isto tako, Agencija je u 9. poglavlju ovog dokumenta navela prepreku koja se odnosi na neopravdano korištenje informacija o konkurentima. Naime, za navedenu prepreku Agencija ne treba odrediti operatorima sa značajnom tržišnom snagom regulatornu obvezu iz razloga što navedeno nije dozvoljeno neovisno o statusu operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Drugim riječima, niti jedan operator, neovisno ima li ili nema status operatora sa značajnom tržišnom snagom, ne smije neopravdano koristiti informacije o konkurentima. Navedeno je propisano člankom 66. stavkom 3. ZEK-a koji jasno kaže da operatori, koji su od drugih operatora pribavili podatke prije, tijekom ili nakon postupka pregovaranja o međupovezivanju, mogu te podatke upotrijebiti isključivo u svrhe za koje su dostavljeni⁷⁵.

⁷⁵ Članak 4. Direktive o pristupu (eng. „*Access Directive*“)

11. Prilozi

11.1. 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

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

- bit će omogućeno nakon završetka postupka javne rasprave

11.3. Prilog C – komentari na analizu mjerodavnog tržišta i osvrt Agencije na navedene komentare

- bit će omogućeno nakon završetka postupka javne rasprave

11.4. Prilog D – komentari na regulatorne obveze koje je Agencija nametnula operatorima sa značajnom tržišnom snagom i osvrt Agencije na navedene komentare

- bit će omogućeno nakon završetka postupka javne rasprave