

До
Директор Сашо Димитријоски

Предмет: Доставување на Финален Документ за анализа на релевантен пазар за продажба на производи и услуги на големо – Пристап и залочнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи

Почитуван Директоре,

Ве информираме дека Одделението за анализа на пазарите во Секторот за регулатива заврши со процесот на анализа на релевантен пазар за продажба на производи и услуги на големо – Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, определен согласно Одлуката за утврдување на релевантни пазари. Имено, работната група ја изготви анализата на овој релевантен пазар во согласност со Законот за електронски комуникации, подзаконските акти донесени врз негова основа, Методологијата за анализа на релевантните пазари земајќи ги во предвид и Основните напатствија од Европската Комисија за вршење на анализа на релевантните пазари.

Со извршените проценки во поглед на дефинирањето на релевантниот пазар беше земена во предвид новата состојба на пазарот, како и последните структурни промени на пазарот на мобилни комуникации што настанва со процесите на припојување и спојување на мобилните оператори. При дефинирањето на услугите кои се составен дел на овој релевантен пазар се поаѓа од утврдување на супституцијата на услугите што се обезбедуваат на тој пазар.

Врз основа на процената на супституцијата на страната на понудата и супституцијата на страната на побарувачката, се утврди дека следните услуги се составен дел од релевантниот големопродажен пазар:

- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници за сопствена употреба (self-supply),
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на виртуелен мобилен оператор,
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на обезбедувач на услуги/препродавач/препродавач и
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на национален роаминг.

АЕК ја потврдува дефиницијата на соодветниот географски пазар како национален пазар кој не подлежи на никакво регионално географско дефинирање. Како заклучок од процесот на дефинирање на релевантниот пазар направена е промена на самиот наслов на пазар од причина што во дефиницијата на пазарот се утврдени и други услуги како СМС, ММС и пренос на податоци, а кои претходно не се дел од пазарот и не кореспондираат со дефиницијата на пазарот утврдена во Европските препораки за релевантни пазари. Според тоа големопродажниот пазар е утврден како пазар за пазар за “Пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи”.

По примената на тестот на трите критериуми се дојде до заклучок дека пазарот пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи кумулативно ги задоволуваат трите применети критериуми:

- присуство на високи и постојани бариери за влез кои можат да бидат од структурна, правна или регулаторна природа.
- структура на пазар кој има тенденција кон неефективна конкуренција во рамките на релевантен временски период;
- Законот за заштита на конкуренцијата не е доволен сам да ги разреши проблемите на пазарот.

Сите три критериум за примена на претходна регулација се исполнети. Според тоа овој пазар и понатаму треба да биде подложен на претходна (ex ante) регулација односно потребно е да се пристапи кон дополнителна анализа со цел утврдување на постоење на значителна пазарна моќ.

Согласно член 82 став (1) од ЗЕК, доколку АЕК врз основа на анализа на релевантен пазар утврди дека на тој пазар нема доволно ефективна конкуренција, таа има обврска да одлучи кој или кои оператори имаат значителна пазарна моќ на тој пазар во согласност со членот 76 ставови (1) и (2) од ЗЕК.

Согласно ставот (2) од истиот член, на операторот кој е определен како оператор со значителна пазарна моќ согласно со ставот (1) на овој член, АЕК може да му наметне, продолжи или измени некои од постоечките обврски согласно со законот, кои треба да бидат базирани на природата на идентификуваниот проблем и да бидат пропорционални и оправдани, а во насока на исполнување на регулаторните цели и начела од членот 7 од ЗЕК.

Анализата за пазарот бр. 11 за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи е изработена имајќи ги предвид особено следниве критериуми кои не се применуваат кумулативно“:

- Сличен удел на пазарот;
- Високи правни или економски бариери за влез на пазарот и
- Недостаток на потенцијална конкуренција.

Врз основа на дефиницијата на релевантниот пазар пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи, АЕК дојде до заклучок дека постојат оператори кои имаат заедничка доминантна позиција на пазарот, да делуваат независно од конкуренцијата и потрошувачите. Заклучокот се заснова на разгледуваните критериуми за определување на заедничка доминантна позиција на определен релевантен пазар според член 78 од ЗЕК и тоа::

- високите правни или економски бариери за влез на пазарот и
- недостатокот на потенцијална конкуренција.

Со оглед на горенаведеното, АЕК дојде до заклучок дека операторите Македонски Телеком АД за електронски комуникации - Скопје и ОНЕ.ВИП ДОО Скопје се оператори кои имаат заедничка доминантна позиција на релевантниот големопродажен пазар.

Врз основа на спроведената анализа на пазарот и одредувањето на операторите Македонски Телеком АД и операторот оне.ВИП ДОО за оператори кои поседуваат заедничка доминантна позиција согласно членот 78 од ЗЕК и со тоа значителна пазарна моќ, потребно е да бидат разгледани повеќе конкурентни проблеми и можноста за нивно настанување. Овие потенцијални конкурентни проблеми се утврдени со Методологијата за анализа на релевантните пазари донесена од АЕК и заведена по архивски број 1302-1803/4 од 03.10.2014 година.

Согласно Методологијата можните конкурентни проблеми за кои постои потенцијал да се појават на пазарите на електронски комуникации се групираат во следните категории:

- пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција,
- пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција,
- поединечна значителна пазарна моќ и
- завршување.

Конкурентните проблеми кои се појавуваат и спречуваат развој на конкуренцијата, можат да произлезат од способноста или намерата на операторот да го искористи значителниот пазарен удел и неговата доминантна позиција. АЕК ги разгледа следните конкурентни проблеми:

- одбивање на договор/ одбивање на пристап;
- дискриминаторска употреба или задржување на информации;
- тактиките на пролонгирање;
- неоправдани барања;
- субвенционирање;
- одбивање на договор/ одбивање на интерконекција.

Продолжување на обврски на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи

Врз основа на анализата со која се констатира дека постои недостаток на ефективна конкуренција на релевантниот пазар, предмет на оваа анализа АЕК на операторот „Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје“, определен за оператор со значителна пазарна моќ му продолжува обврски, кои се базирани на природата на идентификуваниот проблем, оправдани и пропорционални, и тоа: обврски за интерконекција илн пристап, обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства, обврска за транспарентност при интерконекција или пристап, обврска за недискриминација при интерконекција или пристап, контрола на ценн и обврски за сметководство на

трошоци, обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап, во согласност со членовите 73, 84, 85, 86, 87 и 88 од ЗЕК и подзаконските акти донесени од страна на АЕК.

Во продолжение, АЕК во согласност со член 82 од ЗЕК и во соработка со Комисијата за заштита на конкуренција на определениот оператор со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ – Скопје му продолжува обврски за кои проценува дека се најсоодветни за спречување на злоупотреба на постојната значителна моќ на релевантниот големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи. Тоа се следните обврски:

- обврски за интерконекција и пристап
- обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства,
- обврска за транспарентност при интерконекција или пристап,
- обврска за недискриминација при интерконекција или пристап,
- контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци и
- обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап.

Определување на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Врз основа на горенаведеното, после спроведената анализа на релевантниот големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи, АЕК заклучи дека операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје поседува заедничка доминантна позиција на пазарот и со тоа се определува за оператор со значителна пазарна моќ.

Врз основа на анализата со која се констатира дека постои недостаток на ефективна конкуренција на релевантниот пазар, предмет на оваа анализа АЕК на операторот ОНЕ.ВИП ДОО – Скопје, определен за оператор со значителна пазарна моќ му се наметнуваат обврски, кои се базирани на природата на идентификуваниот проблем, оправдани и пропорционални, и тоа: обврски за интерконекција или пристап, обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства, обврска за транспарентност при интерконекција или пристап, обврска за недискриминација при интерконекција или пристап, контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци, обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап, во согласност со членовите 73, 84, 85, 86, 87 и 88 од ЗЕК (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) и подзаконските акти донесени од страна на АЕК.

- обврски за интерконекција и пристап
- обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства,
- обврска за транспарентност при интерконекција или пристап,
- обврска за недискриминација при интерконекција или пристап,
- контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци и
- обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап.

Согласно член 79 од ЗЕК при проценувањето на значителната пазарна моќ и применувањето на критериумите АЕК соработува со органот надлежен за заштита на конкуренцијата. Со Допис наш бр. 1303-690/2 од 08.03.2016 година Комисијата за заштита на конкуренцијата даде позитивно мислење и

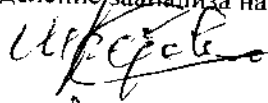
израти согласност по заклучоците за дефинирање на пазарот, определување на оператори со значителна патарна моќ и заедничка доминација на пазарот и наметнување/продолжување на регулаторните обврски. Мислењето од Комисијата е составен дел на Предлог Нацрт документот, објавен на јавна расправа на ден 09.04.2016 година. Врз основа на покана, објавена на веб страна на АЕК, на ден 19.04.2016 година се одржа состанок по јавната расправа во согласност со член 13 став 4 од ЗЕК. Во прилог се содржани коментарите доставени од операторите Македонски Телеком АД Скопје и Оне.Вип Скопје како и ставот на АЕК в однос на истите. Дополнително, во прилог на овој допис го доставуваме и Финалниот Извештај за втора анализа на пазар 10, кој по Ваше одобрување ќе биде објавен на веб страната на АЕК.

Со почит,

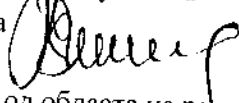
Прилог:

- Финален документ за анализа на големопродажен пазар 10 за пристап и започнување на услуги до јавни мобилни електронски комуникациски мрежи
- Коментари и одговори на коментари на Македонски Телеком АД Скопје
- Коментари и одговори на коментари на Оне.Вип ДОО Скопје

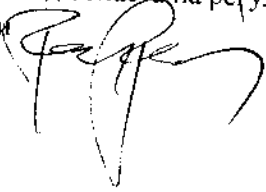
Раководител на одделение за анализа на пазарите
Марјан Пејовски



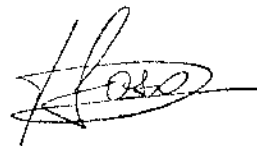
Раководител на Сектор за регулатива
Кристина Божиновска



Советник за прашања од областа на регулативата
Владимир Ристевски



Директор
Сашо Димитријоски



Наш број 1303-690/9
Скопје, 21.04.2016

Датум

До

Агенција за електронски комуникации
г-дин Сашо Димитријоски, Директор
ул. Кеј Димитар Влахов бр. 21
1000 Скопје

Коментари на Македонски Телеком АД Скопје на Нацрт – документ за втора анализа на пазар „Пазар 11 – Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи”

Почитувани,

Благодариме на укажаната можност за искажување на нашето мислење и забелешки на Нацрт–документот за втора анализа на пазар „Пазар 11 – Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи“, (понатаму: Нацрт – документ). За таа цел во продолжение на овој допис Ви доставуваме коментари, забелешки и предлози на Македонски Телеком АД Скопје, (понатаму: Македонски Телеком), на предметниот документ и се надеваме дека истите ќе бидат прифатени во финалната верзија на документот.

1.Несоодветен момент на анализа на пазарот

Македонски Телеком стои на становиште дека периодот во кој оваа анализа е спроведена и во периодот во кој би се наметнале дополнителни обврски на засегнатите оператори е во целост несоодветен гледано од два аспекти:

- **Анализата е задоцнета** – оваа анализа може да се смета за ненавремена, задоцнета, во смисла на член 81 од ЗЕК “Преиспитување на утврден релевантен пазар на производи и услуги” каде е предвидена обврска Агенцијата за електронски комуникации (понатаму: Агенцијата или АЕК) во определени временски периоди кои не можат да бидат подолги од три години во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата да го преиспита утврдениот релевантен пазар на производи и услуги, нешто што е пропуштено од страна на Агенцијата во изминативе пет година од последната анализа во 2010 година, а сметаме дека беше

од особено значење да се направи пред да се дозволи консолидација на пазарот односно спојувањето на ОНЕ и ВИП; и/или

- Анализата е предвремена – Периодот на анализата е несоодветно преуранет бидејќи анализата не дава одговор на повеќе различни сценарија што се можни во периодот што следува. На пример: дали и зошто утврдените обврски би останале валидни за сите оператори на пазарот во случај ако условот наметнат на опе.VIP од КЗК за воведување на Целосен виртуелен мрежен мобилен оператор (МВМО) не е исполнет од страна на опе.VIP и следствено на тоа КЗК го поништи Решението за спојувањето на операторите или како би изгледал пазарот по евентуалниот влез на МВМО на мрежата на опе.VIP.

Сметаме дека во 2015 година, се случува најголемите промени и консолидации на операторите на пазарот на електронски комуникации во Република Македонија. Во делот на мобилната телефонија, со одлука на Комисијата за заштита на конкуренцијата (КЗК), операторите ВИП ОПЕРАТОР ДООЕЛ Скопје („ВИП“) и ОНЕ – Телекомуникациски услуги ДООЕЛ Скопје („ОНЕ“) се споија во ново, заедничко друштво опе.Vip ДОО Скопје („опе.Vip“), а четвртиот оператор Албафон, кој обезбедуваше мобилна телефонија, згасна. Пазарот на мобилна телефонија, на кој пред неполна година беа активни четири оператори денес, после 01.10.2015 има само два оператори, Макдонски Телеком и опе.VIP. Со решението на КЗК, со цел да се обезбеди дека спојувањето на ОНЕ и ВИП е во согласност со Законот за заштита на конкуренцијата (ЗЗК), покрај другите предвидена е обврска со која во средината на 2016 година, на пазарот треба да влезе најмалку еден, а најмногу два, виртуелни мрежни мобилни оператори кои ќе ја користат мрежата на опе.VIP. Истиот тој МВМО оператор кој ќе почне да нуди услуги во текот на оваа 2016 година, ќе треба да нуди услуги од мобилната телефонија во период од најмалку 15 години.

Следејќи ја логиката на forward looking пристап на анализите, овој аргумент несомнено мора да се има во предвид при анализата бидејќи истиот ќе има ефект на состојбата на малопродажниот пазар. Фактот што нов МВМО оператор ќе се појави на пазарот во 2016 година и неговиот фактички влез на пазарот на РМ согласно Решението на КЗК е предуслов за спојувањето на Оне и ВИП Оператор вооншто не е земен во предвид во направената анализа на АЕК и затоа сметаме дека истата оваа анализа е направена во несоодветен момент поради што не ја дава реалната и целосна слика за конкретниот пазар.

Дополнително, во моментот на спроведување на втората анализа на Пазар 11- Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи (понатаму: Пазар 11) од страна на АЕК веќе постои решение на КЗК кое наметнува мерки за воспоставување на ефикасна конкуренција. Занемарувајќи го овој факт АЕК ниту ги зема ниту пак во овој момент може да ги земе во предвид ефектите од наметнатите мерки на КЗК, и дозволува да изведе заклучоци за пазарот за пристап и оригинација на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои за само неколку месеци може да се покажат како апсолутно несоодветни, при тоа непотребно наметнува регулативни обврски и продолжена регулација кон Македонски Телеком. Впрочем, ефектот на регулацијата на овој пазар, може да се види по тоа што

иако Македонски Телеком уште од 2010 година е оператор со значителна пазарна моќ, со наметнати обврски и регулирана референтна понуда, до овој момент, после шест години, сеуште ниту еден оператор нема склучено големопродажен договор, ниту пак има покажано сериозен интерес за партнерство. Иако во меѓувреме, на пазарот се појави посериозен оператор, Албафон кој склучи договор за користење на мрежата на ОНЕ, по основ на комерцијални услови, што во суштина нудат поголема флексибилност на новиот учесник на пазарот, сепак овој оператор доживеа неуспех и истиот по неполни две години престана да функционира. Затоа, веруваме дека пролонгирање на регулацијата на овој пазар нема да ја смени реалната ситуација на малопродажните пазари, особено што веќе постојат обврски наметнати од страна на КЗК кои треба да придонесат за одржување на регулативна сигурност на пазарот за мобилни комуникациски услуги.

Предлог:

- *Сметаме дека Анализата на Пазар 11- Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи од страна на АЕК потребно е да се изврши по исполнувањето на мерките наметнати од КЗК и поврзани со влез на Целосен МВНО со цел да се утврди дали истите даваат одреден резултат врз конкуренцијата на пазарот или пак има потреба од дополнителна ex-ante регулација од страна на АЕК:*
- *Дополнително, во случај на неисполнување на одредени обврски од страна на опе.VIP, наметнати од КЗК и поништување на решението за спојување од страна на КЗК, потребно е АЕК да се обврзе во период не подоцна од 12 месеци да направи нова анализа на Пазар 11 во која ќе ги ревидира наметнатите обврски согласно ново настанатите околности.*

АЕК одговор:

Врз основа на стариот Закон за електронски комуникации (Службен Весник бр. 13/2005) и сите негови измени кој беше на сила до март 2014 година согласно членот Член 42 “Преиспитување на утврден релевантен пазар” - АЕК во определен временски периоди, во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата, е должна да го преиспита постоењето на ефективна конкуренција на одреден релевантен пазар. Во периодот од 2011-2015 година кој е споменат во Вашиот коментар, во најголем дел на сила е овој Закон во кој не постои временска рамка од 3 години за задолжително спроведување на нов циклус на анализа на релевантните пазари. Меѓутоа и покрај тоа Агенцијата во предлог програмата за работа во 2014 година, ја стави анализата на релевантниот големопродажен пазар бр 11 – Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи за што беа отпочнати подготовки, но процесот беше стопиран и Нацрт документот не беше изготвен токму поради најавата за отпочнување на процес на спојување помеѓу 2 од 3-те мобилни мрежни оператори во Република Македонија. Токму поради потребата од согледување на ново настанатата состојба на пазарот на мобилни комуникациски услуги важно е изготвување на нова

анализа на овој релевантен пазар. Ова од причина што самиот процес на спојување ја менува радикално структурата на пазарот како и степенот на концентрација и нивото на развојот на конкуренцијата на пазарот како во малопродажба така и на големопродажба.

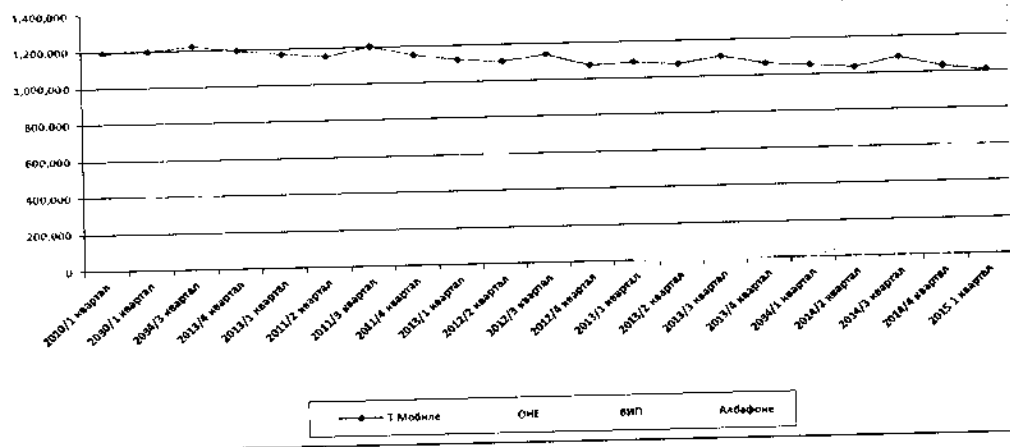
При оценката за најсоодветен период во кој би требало да се спроведе анализата сметаме дека во старт се поставени погрешни начела. Имено, постои контрадикторност во ставот дека анализата се спроведува многу касно, со следниот став дека е предвременно спроведена. Треба да се земе во предвид дека АЕК е регулаторно тело кое преку "ex ante" принципот на регулација имплементира регулаторни начела на пазарот кои делуваат превентивно на можно антиконкурентско однесување. Од друга страна Комисијата за заштита на конкуренцијата реагира на точно одреден случај кој настанал на пазарот и кој може да доведе до нарушување на конкуренција или анти конкурентска состојба што е принципот на ex post пазарна регулација. Ова е потребно да се има во предвид за да се разберат регулаторните чекори на АЕК на конкретниот пазар имајќи во предвид дека тие мерки не се однесуваат само на еден оператор, или еден потенцијален виртуелен оператор или еден нов учесник на пазарот. Напротив, намерата е да бидат создадени услови за влез на нови оператори, а дали тоа ќе биде ниеден, еден или повеќе, тоа го одредуваат условите на пазарот и бизнисот.

Вашите предлози во првиот коментар се неприфатливи. Регулаторните мерки не се однесуваат само на целосен МВНО туку за сите услуги опфатени во дефиницијата на релевантниот пазар и тоа пристап до мрежа за услуга самоснабдување (за сопствени потреби), пристап за оператор препродавач на услуга, пристап за оператор кој користи услуга за национален роаминг и пристап за МВНО оператор. Понатаму, АЕК работи согласно ЗЕК, никакви обврски од типот "не подоцна од 12 месеци" не може да бидат превземени во случај на неисполнување на мерки наметнати од друга институција.

2. Пазарен удел како основа за утврдување значителна пазарна моќ

Согласно препорака 2007/879/ЕС во случај кога националниот регулатор сака да задржи регулација на веќе неактуелен релевантен пазар истиот треба да го спроведе тестот на 3 критериуми за да докаже дека е потребна ex-ante регулација на пазарот. АЕК во објавената анализа на Пазар II го наведува тестот на 3 критериуми ама пропушта соодветно да го примени па следствено на тоа и изведува погрешни заклучоци, како оној за пазарниот удел на Македонски Телеком на релевантниот Пазар II.

Фактите покажуваат дека пазарните удели на Македонски Телеком се во постојан пад, согласно кварталните финансиски извештаи на мобилните оператори во Република Македонија, што може да се види од следнава приказ:



Македонски Телеком не се согласува со АЕК дека има значителна пазарна моќ на големопродажниот пазар за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи во прилог на што ги приложува податоците за кои верува дека и биле и сеуште и се на располагање на АЕК.

Во анализата, во делот пазарен удел како основа за утврдување значителна пазарна моќ, АЕК покажува пазарни удели на двата оператора Македонски Телеком и опе. Vip, по основ на број на претплатници и според обем на сообраќај по две основи. Сумиран преглед на пазарниот удел на овие два оператори направен во анализата е во следнава табела:

Пазарен удел според:	Опе. V IP	Македонски Телеком
Сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во други мобилни мрежи	~71%	~29%
Сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во мобилни мрежи (вклучително "self supply")	61,41 %	38,59%
Број на активни претплатници	52,77 %	47,23%

Како што може да се забележи, уделот на Македонски Телеком по однос на сообраќај од сопствена мрежа кон други мобилни мрежи е под 40%, само 29% и е неколку пати помал од уделот на опе.Vip кој има дури 71%. По однос на истиот параметар дополнет со сообраќајот во сопствена мрежа (self supply), уделот на Македонски Телеком е 38,59%. Очигледно по однос на параметрите за обем на сообраќај, Македонски Телеком нема пазарен удел над 40% што е основен предуслов за утврдување доминантна позиција. Имено, според Член 10, став 2 од Законот за

заштита на конкуренцијата “Се претпоставува дека едно претпријатие има доминантна позиција, ако неговиот удел на релевантниот пазар **изнесува повеќе од 40%**, освен ако претпријатието не го докаже спротивното.” Според оваа законска одредба неспорно е дека Македонски Телеком не може да биде оператор со значителна пазарна моќ. Иако по однос на број на претплатници, Македонски Телеком има удел над 40%, сепак неговиот удел е за 5 процентни поени помал од оној на *опе.VIP* а притоа АЕК утврдува идентични обврски за двата оператори. За Македонски Телеком се утврдуваат дополнително повеќе обврски над оние обврски утврдени во 2010 година кога пазарниот удел на Македонски Телеком бил околу 62% што нема никаква логика ниту подлога во анализата објавена од страна на Агенцијата.

За релевантен пазар, кој по дефиниција е “пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи”, сметаме дека не може да се мери доминација само според број на претплатници, кога основата е обезбедување на услуги, а тие услуги се говор, смс, пренос на податоци и тоа треба да биде главен параметар за мерење на пазарните удели. Затоа, според овој аргумент во целост ги оспоруваме заклучоците од анализата според која се утврдува дека двата оператори, Македонски Телеком и *опе.Vip* се определени за оператори со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар и притоа им се наметнати идентични обврски. Македонски Телеком е на став дека со оваа анализа само еден оператор треба да биде определен за оператор со значителна пазарна моќ, а тоа е операторот *опе.Vip*.

Предлог:

- *Со оваа анализа само *опе.Vip* треба да биде определен за оператор со значителна пазарна моќ и следствено само на *опе.Vip* да му бидат наметнати обврски*
- *Доколку сепак АЕК остане на својот став дека двата оператори треба да бидат третирани како оператори кои заеднички имаат доминантна позиција на пазарот, а имајќи го во предвид различниот пазарен удел 62% на *опе.VIP* и 38% на Македонски Телеком сметаме дека не треба да се наметнуваат нови дополнителни регулативни обврски за Македонски Телеком*
- *Сметаме дека овој методолошки пристап на “сличен пазарен удел” треба да се применува и при следните анализи во периодот кој претстои.*

АЕК одговор:

АЕК при спроведување на тестот на три критериуми ги запази сите релевантни препораки и факт е дека пазарот со два оператори не се движи кон целосно ефективна конкуренција. Тоа го потврдува и индексот за степенот на концентрација прикажан во графикон 6 во документот.

Кога е набљудуван пазарниот удел на операторите важен параметар покрај остварените минути сообраќај кој потекнува од мрежата на операторите, претставува и учеството во вкупните приходи од малопродажба на мобилни комуникациски услуги. Од анализата по приходи од малопродажба јасно се гледа доминацијата на

Македонски Телеком АД со учество од 61,19% во вкупните приходи од малопродажба на пазарот на мобилни комуникации.

Понатаму, бројките во графиконот бр 5 - удел според минути сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во мобилни мрежи (вклучително "self supply"), се прикажани за три оператори на мобилни комуникации, од причина што податоците кои беа на располагање на АЕК за периодот кој го опфаќа анализата се однесуваат за трите оператори. Меѓутоа со спојувањето на операторите и сликата се променува како од аспект на вкупен започнат сообраќај така и сообраќај кој завршува кај друг оператор. Овде е важно дека дел од сообраќајот кој завршувал во операторот ВИП а е започнат од операторот ОНЕ и обратно, сега веќе спаѓа во сообраќај за сопствени потреби. Различната пазарна структура очекувано ќе предизвика промени во структурата на целокупниот мобилен сообраќај.

Дефиницијата на пазарот од аспект на вклучените услуги во конкретниот пазар е променета како последица на самите промени на пазарот. Обврските кои се наметнати на операторот Македонски Телеком АД и ја опфаќаат услугата пристап до јавна електронска мобилна комуникациска мрежа се непроменети односно тоа се следните:

- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници за сопствена употреба (self-supply),
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на виртуелен мобилен оператор,
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на обезбедувач на услуги/препродавач/препродавач и
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на национален роаминг.

Услугите претплатници, сообраќај и пренос на податоци се земени во предвид при утврдување на доминацијата на пазарот. Услугата смс е услуга која е во постојан пад и се помалку се користи од страна на корисниците. Тоа значи и дека истата има мала вредност при создавање и јакнење на конкурентската предност пред другите оператори. Од таа причина не се навлегува во подетално анализирање на услугите за смс пораки.

Кај двата мобилни мрежни оператори е утврдена заедничка доминација на пазарот и со тоа и двата поседуваат значителна пазарна моќ. Во делот 7 од анализата преку следните критериуми:

- Сличен удел на пазарот;
- Високи правни или економски бариери за влез на пазарот и
- Недостаток на потенцијална конкуренција,

точно се објаснува зошто и двата оператори поседуваат заедничка доминација и какви видови на злоупотреба на заедничката доминација може да превземат со цел спречување на влез на нови учесници и развој на конкуренцијата.

3. Радиофреквенцискиот спектар

Дел од наметнатите обврски со решението на КЗК е отуѓувањето односно продажбата на радиофреквенцискиот спектар од *опе.VIP* на Македонски Телеком по пазарна цена и услови, а по претходно одобрување од страна на АЕК.

Факт е дека спојувањето на ОНЕ и ВИП може да резултира со нарушување на ефективната конкуренција на пазарот особено во делот на радиофреквенцискиот опсег кој е неопходен и основен ресурс за работа на мобилните комуникациски мрежи, нешто што и самата АЕК го заклучува при спроведувањето на тестот на три критериуми. Имено, во делот на правни бариери за влез на пазарот АЕК заклучува дека ЗЕК овозможува либерален влез на пазарот ама пречка претставуваат ограничените радиофреквенциски ресурси, оттука од особена важност е јасен став и конкретни активности на АЕК по однос на рамноправната распределба на радиофреквенциите помеѓу операторите на пазарот бидејќи моменталниот статус каде 2/3 од вкупниот фреквенциски опсег е во владение на *опе.VIP* ни најмалку не е во корист на развојот и поттикнувањето на конкуренцијата на пазарот.

Доколку *опе.VIP* не ја исполни обврската за продажба на радиофреквенцискиот опсег со сигурност ќе се наруши ефективната конкуренција на пазарот и Македонски Телеком ќе биде ставен во далеку понендоволна состојба во однос на новонастанатото друштво *опе.Vip* во смисла на големината и периодот на важност на фреквенцискиот опсег што е дополнителен аргумент дека Македонски Телеком е непотребно ставен во рамките на идентична регулација со *опе.VIP*.

Предлог:

- *Предлагаме во случај на неисполнување на обврската за продажба на радиофреквенцискиот опсег помеѓу *опе.VIP* и Македонски Телеком, АЕК согласно доделените решенија и член 147 од ЗЕК во најкраток можесен рок а не подолг од 3 месеци по завршување на анализата да го разгледа ефикасноста, рационалното и ефективно користење на доделениот радиофреквенциски спектар и да преземе соодветни мерки во насока на изедначување на радиофреквенциските ресурси помеѓу операторите.*

АЕК одговор:

АЕК работи согласно ЗЕК, никакви обврски не може да бидат превземени во случај на неисполнување на мерки наметнати од друга институција. Согласно Член 2 од ЗЕК од 2014 година кој е усогласен со Директивата за авторизација на електронски комуникациски мрежи и услуги целта на овој закон е да обезбеди ефикасна и одржлива конкуренција на пазарот за електронски комуникации и ефикасно користење на радиофреквенцискиот спектар и нумерацијата.

4.OTT услуги како супститут на страната на понудата и побарувачката

Еден од основите за спроведување на анализа на релевантен пазар е и заклучокот дека на тој пазар не постои супституција на страна на понудата. Во делот на анализата на Пазар 11 насловен “Супституција на страната на побарувачката и супституција на страната на понудата”, АЕК спроведува SSNIP тест (тест на мало но значајно зголемување на цената) кој покажува дека супституција на страната на понудата не постои, за подоцна во заклучокот контрадикторно на претходното да заклучи дека пристапот и започнувањето на повик припаѓаат на ист релевантен пазар врз основа на фактот што индивидуалните јавни мобилни мрежи се супститути помеѓу себе од гледна точка претплатниците. Македонски Телеком е на став дека супституција постои и таа е толку агресивна што може да се каже дека во значителна мера е закана за традиционалната телефонија при што најеклатантен е примерот со давателите на OTT услуги. Од тие причини сметаме дека ваквиот заклучок на АЕК не е коректен.

Во однос на заклучоците за мрежи на фиксна локација, каде АЕК заклучува дека пристапот и започнувањето на повик преку мрежи на фиксна локација не претставува замена за пристап и започнување на повик во мобилна мрежа, сметаме дека не е коректен.

Сметаме дека ставот на АЕК дека јавната мобилна комуникациска мрежа овозможува претплатниците да имаат пристап до мрежата насекаде, што значи дека претплатниците може да користат услуги за започнување на повик независно од локацијата за разлика од други технологии за пристап до услугите, не е соодветен за приликите во Република Македонија како географски пазар за оваа анализа. Македонски Телеком е на став дека OTT услугите се директна супституција на услугата мобилна оригинација поради фактот дека истите може да се користат од страна на крајните корисници и без мобилен пристап и СИМ картичка туку само со поврзување на Wi-Fi мрежи кои во Република Македонија се широко распространети

Од заклучокот на АЕК дека доколку конкурентниот оператор поседува капацитет за нудење на супститут на услугите истиот е нерелевантен доколку за замена на анализираните услуги се потребни дополнителни инвестиции може да се дојде до заклучок дека токму мобилноста и незначителните трошоци при нудењето на услугата се факт врз основа на кој можеме да заклучиме дека давателите на OTT услуги треба да се сметаат за супститут на страната на понудата, кој упатуваат на тоа дека за целосна слика и регулација на пазарот потребно е да бидат опфатени сите чинители на пазарот, нешто што АЕК пропушта да го стори во оваа анализа.

Предлог:

- *Согласно последниот Извештај на BEREC за интернет базирани услуги познати како over the top услуги (Report on OTT services) од Јануари 2016 година усвоен во Февруари 2016 година (каде BEREC одредени OTT услуги насловени OTT-0 ги квалификува како електронски комуникациски услуги) како и погоре образложената супституција на страна на понудата сметаме дека вклучувањето на давателите на OTT услуги во анализата на овој пазар од страна на АЕК е неопходно.*

АЕК одговор:

OTT услугите во никој случај не се замена за услугата пристап до јавна мобилна електронска комуникациска мрежа и услугата говор или пренос на податок кои се обезбедуваат преку овој пристап. Главна причина за тоа е квалитетот на говорен повик кој го обезбедуваат OTT услугите, тоа што за таква услуга потребна е конекција до безжичен интернет што најчесто се остварува преку истата сим картичка инсталирана во паметните телефони или преку користење на територијално ограничен wi-fi пристап. Од аспект на обезбедување на конкуренција на пазарот на мобилна комуникација, влез на нови пазарни учесници релевантни се услугите за пристап до мобилна мрежа, услугите повик и пренос на податоци. OTT услугите во никој случај не претставуваат и не создаваат конкурентна предност помеѓу операторите или не се ни оддалеку фактор при одлучување на нов учесник за влез на мобилниот пазар. За разлика од тоа пристапот до мрежа за обезбедување на пример на брз широкпојасен мобилен интернет преку 4G и тоа како е конкурентна предност за еден мобилен оператор кој се натпреварува со другите учесници за да ја зголеми сопствената претплатничка база. Од овие причини Вашиот коментар и предлог не може да биде прифатен.

5. Видови на пристап на големопродажниот пазар

Во точка 5.1.1.8 Видови на пристап на големопродажниот пазар од Нацрт - документот, Агенцијата сака на операторите кои што делуваат на овој релевантен пазар да им наметне обврска да ги обезбедат сите видови на пристап и тоа за сервис провајдери/препродавачи, виртуелни оператори и мрежни оператори кои користат национален роаминг. Ако се земе во предвид дека еден од условите за одобрувањето на спојувањето на ONE и VIP е преземената обврската на новоформираното друштво one.VIP да овозможи пристап на нов full MVNO (целосен MВМО) и притоа истиот нема да биде обврзан да овозможи пристап на повеќе од вкупно двајца баратели за целосен MВМО, како и правото да не овозможи односно да одбие пристап кон мрежата на one.Vip на барател за препродавач ако два целосни MВМО имаат пристап до или се договориле да имаат пристап до мрежата на one.Vip, сметаме дека наметнатата обврска од страна на АЕК да се обезбедат сите видови на пристап е контрадикторна на сето понапред наведено.

Дополнително, сметаме дека пристапот за сервис провајдерите/препродавачите нема никаква смисла да е предмет на регулација, кога секаде овие модели функционираат

комерцијално, дотолку повеќе што дури не постои ниту стандарден модел/техничко решение, туку најчесто станува збор за customized модел т.е. модел направен според потребите на потенцијалниот партнер. Генерално, обезбедувањето на услуги на основа на препродажба вообичаено има и поинаков тип на регулација при која цените се утврдуваат на основа на retail minus за разлика од другите форми на пристап каде цените се трошковно ориентирани. Во случај на обезбедување на мобилни комуникациски услуги на малопродажно ниво, не постои т.н. стандардна цена за услугата. Портфолиото на мобилни услуги значително се разликува од портфолиото на фиксни услуги. Понудите за мобилни услуги, односно мобилни пакети се многу бројни, со различни карактеристики и многу често се менуваат понудите на пазарот, бидејќи пазарот за мобилни услуги е подинамичен од пазарот на кој се обезбедуваат услуги преку фиксен пристап. Оттука, како што споменавме, не постои стандардна цена, на пример за услуга мобилен говор, и многу тешко е да се направи големопродажен ценовен модел и портфолио на пакети за оператор кој би нудел услуги на база на препродажба.

Со предлогот за регулирање на пристапот за сервис провајдерите/препродавачите АЕК ги пресликува мерките наметнати од страна на КЗК кон one.VIP и на Македонски Телеком, со што му наметнуваат дополнителни мерки од оние веќе наметнати во првата анализа на пазарот што е во спротивност од трендот на регулација, како и на трендот на пазарот и неговиот пазарен удел на истиот.

Предлог:

- *Затоа предлагаме, “пристапот за обезбедувач на услуги/препродавач”, да се отстрани од дефиниција за релевантниот пазар, во насока на непотребност да се наметнуваат нови дополнителни регулативни обврски за Македонски Телеком.*

АЕК Одговор:

Со првата анализа на овој релевантен пазар (пазар 15) која беше спроведена во 2010 година, беа утврдени формите на пристап до мрежата на операторот со значителна пазарна моќ кои ќе бидат предмет на регулација а тоа е опишано во точка 9 од документот цитираме:

“ Пристап до сите јавни 2G/3G мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици и SMS пораки во овие мрежи за деловни и резиденцијални, при-пејд и пост-пејд претплатници, за следните видови на пристап на целата територија на Р.Македонија:

- обезбедување на услуги за сопствени потреби (self-supply),
- обезбедување на услуги на виртуелен мобилен оператор,
- обезбедување на услуги за сервис провајдери/препродавачи на услуги и
- обезбедување на услуги за национален роаминг.”

Истите видови на пристап се потврдени со Нацрт документот за втора анализа на релевантниот пазар (сега пазар 11) и тоа во точка 5.4 *Заклучоци за дефинирањето*

на пазарот 11 - Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

Цитираме: “ Врз основа на процената на супституцијата на страната на понудата и супституцијата на страната на побарувачката следните услуги се составен дел од релевантниот големопродажен пазар бр 11:

- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници за сопствена употреба (self-supply),
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на виртуелен мобилен оператор,
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на обезбедувач на услуги/препродавач/препродавач и
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на национален роаминг.”

Според тоа може да се утврди дека Вашиот коментар е неточен и не може да биде прифатен. Она што се додава е услугата пренос на податоци која услуга се опфаќа како дел од релевантниот пазар на услуги дефиниран со оваа анализа.

Во продолжение би се навратиле на одговорот на првиот коментар особено цитираме: “Ова е потребно да се има во предвид за да се разберат регулаторните чекори на АЕК на конкретниот пазар имајќи во предвид дека тие мерки не се однесуваат само на еден оператор, или еден потенцијален виртуелен оператор или еден нов играч на пазарот. Напротив, намерата е да бидат создадени услови за влез на нови оператори, а дали тоа ќе биде ни еден, еден или повеќе, тоа го одредува пазарот и бизнисот”.

6. Услуга за пренос на податоци

Во анализата е наведено дека услугата за пренос на податоци е дел од овој пазар и дека корисниците на мобилни комуникациски услуги за оваа услуга ја користат истата СИМ картичка преку која ги обезбедуваат останатите услуги во мобилна телефонија. Сметаме дека услугата за пренос на податоци треба да има различен третман од останатите услуги бидејќи за пренос на податоци може да се користат и hot-spot, wi-fi мрежи кои обезбедуваат вообичаено бесплатен пренос на податоци а за истото не е потребна СИМ картичка во мобилниот апарат/таблет. Од тука не ја

гледаме логиката услугата за пренос на податоци да биде регулирана на овој пазар и за операторите на мобилни комуникациски услуги.

Со оглед дека мрежните мобилни оператори, Македонски Телеком, ОНЕ и ВИП, ги добија лиценците за 4Г технологија, пред неполни три години, во Август 2013 година, сметаме дека обезбедувањето на пренос на податоци преку 4Г технологија се уште е во почетна фаза и не е целосно покриена територијата на РМ со 4Г за да може услугата да се нуди на големопродажба. Дополнително, трошокот за обезбедување на услуги преку 4Г е голем, постојните оператори кои имаат лиценца за 4Г направиле огромни инвестиции за обезбедување на услуги преку оваа технологија и затоа очекуваме од регулаторот во оваа фаза на регулација пренос на податоци преку 4Г да не се обезбедува на големопродажно ниво. Од друга страна, мора да се има во предвид дека при потреба од формирање на големопродажна цена за целосен МВМО оператор, цената за пренос на податоци преку 4Г ќе треба да вклучува одредена стапка т.н. risk premium стапка која вообичаено се користи за нови услуги чие обезбедување значи голема инвестиција и ризик за host операторот па оттука, обезбедување на овие услуги на големопродажба можат да значат голема придобивка за другиот оператор кој не би имал никаков ризик во обезбедување на истите.

Предлог:

- *Сметаме дека услугата за пренос на податоци операторот треба да ја нуди на комерцијална основа и да не биде дел од регулираните големопродажни услуги на овој пазар.*
- *Предлагаме пристапот до 4G/LTE мобилни мрежи да се отстрани од дефиниција за релевантниот пазар.*

АЕК одговор:

Услугата пренос на податоци е вид на услуга која од страна на корисниците на мобилна телефонија добива огромен раст во интензитетот на користење. Тоа може да се согледа и од графиконот 1 – Пренос на податоци преку мобилни мрежи. Многу е важно и овој вид на услуга да биде составен дел од големопродажната понуда со цел да се овозможат услови за рамноправен конкурентен натпревар за новите оператори. Ова особено е важно за виртуелен оператор или потенцијален мрежен оператор кој нема национално покривање на сопствената мрежна инфраструктура. Според тоа коментарот не може да биде прифатен.

7. Контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци

Од досегашното взамено искуство на АЕК и операторите при подготовка на трошковни модели веруваме дека АЕК при утврдување на обврската ќе ја земе во предвид комплексноста на целиот процес како и долгиот период потребен за подготовка на истите. Сметаме дека обврската за контрола на цени, вклучувајќи и цени базирани на трошоци поради горенаведеното треба временски да се усогласи со обврската за подготовката и поднесувањето на ревидираните посебни финансиски извештаи за операторите за 2015 година, не порано од 31 Мај 2016 година. Истото е

неопходно бидејќи доколку обврската се наметне со пократок временски рок реално операторите не ќе може соодветно да ги ажурираат сопствените трошковни модели со финансиските податоци од 2015 година.

Предлог:

- Обврската на операторите за поднесување на цени базирани на трошоци да не биде порано од законската обврска за поднесување на Посебните Финансиски извештаи на операторите 31 Мај 2016 година.

Врз основана сето погоре наведено, Македонски Телеком не се согласува со Агенцијата за електронски комуникации дека има значителна пазарна моќ на големопродажниот пазар за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи ниту се согласува со продолжувањето на наметнатите регулаторни обврски и нивно дополнување со нови обврски. Напротив смета дека истите се потполно непотребни. Образложенијата на ваквиот став на Македонски Телеком се содржани понапред во овој документ.

АЕК одговор:

Обврската за поднесување на извештаи за посебно сметководство на операторите е не подоцна од 31 Мај 2016 година. Сепак, АЕК смета дека со предвидената временска рамка, нема никаков проблем во однос на преземање на обврските предвидени со оваа анализа.

Со почит,

Директор на сектор за регулативни и големопродажни прашања
Слободанка Гиевска

До:

Агенција за електронски комуникации

Кеј Димитар Влахов број 21,

1000 Скопје

08.04.2016

Предмет: Доставување на коментари по Јавна расправа по Нацрт документ за втора анализа на ПАЗАР 11- Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Почитувани,

Агенцијата за електронски комуникации (понатаму: Агенција) на ден 09.03.2016 година, објави Јавна расправа по Нацрт документ за втора анализа на ПАЗАР 11- Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи (понатаму: Нацрт анализа).

ОНЕ.ВИП ДОО Скопје (понатаму: оне.Вип) во прилог ги доставува своите коментари, предлог измени и/или дополнувања, со соодветна аргументација на причините односно внесени коментари и образложенија за секоја предложена измена/дополнување.

оне.Вип стои на располагање за дополнителни информации и дискусии по доставените предлози.

Коментари по Нацрт документ за втора анализа на ПАЗАР 11- Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Генерален коментар:

По направената споредба за спроведената анализа на овој пазар за вкупно 28 европски земји, генерален заклучок е дека Пазар 11 е единствено регулиран во 3 европски земји (Шпанија, Норвешка и Кипар) што е доволен показател за слободата на делување на операторите во останатите 25 земји и тоа во околности кога скоро во секоја од земјите делувале покрај неколку ММО (Мрежен мобилен оператор) и МВМО (Мобилен Виртуелен Мрежен Оператор).

Така, како еден специфичен пример каде што по спроведена анализа на Пазар 11 не е утврдена потреба од регулација, го посочуваме случајот во Данска каде во моментот на спроведување на анализата таму, со оглед дека на истиот делувале 3 ММО и 1 МВМО било утврдено дека пазарот е ефективно конкурентен согласно следната аргументација:

“At present, there are three mobile network operators in Denmark providing wholesale services to third parties: (1) TDC, (2) Sonofon and (3) TeliaSonera. A fourth mobile network operator – “3” – is only self-supplying mobile access and call origination.”

...

“NITA admits that due to license requirements, the relevant wholesale market is characterized by entry barriers. However, following the merger between TeliaSonera and Orange, there is an additional license available for a new entrant. In addition, since the buyers in the wholesale market are able to choose between four network operators, NITA concludes that there are no bottlenecks in the market. NITA also considers that falling wholesale prices together with MNOs' great interest in attracting service providers indicates effective competition.”

(Извор: “Case DK/2005/0243: Wholesale access and call origination on public mobile telephone networks in Denmark”)

Така на основа на спроведената анализа, NITA носи одлука за дерегулација на овој пазар:

“The Danish regulator, National IT and Telecom Agency (NITA), in light of its market analysis, decides to withdraw existing regulation on the market for the supply of access and call origination on 2G and 3G mobile networks, i.e. wholesale services provided by Mobile Network Operators to independent service providers (ISPs) and Mobile Virtual Network Operators (MVNOs).”

(Извор: http://www.nita.dk/~/media/00000000-0000-0000-0000-000000000000/20050243_Wholesale_access_and_call_origination_on_public_mobile_telephone_networks_in_Denmark.pdf)

Од друга страна, треба да се има во предвид и случајот во Франција, каде националното регулаторно тело (ARCEP) во текот на тамошната Анализа на Пазарот 11, сведочи на случувања како што е потпишувањето на повеќе договори со МВМО од страна на двата ММО оператори, SFR и Orange. Во такви околности, ARCEP донесува Одлука за повлекување на мерката за регулација на овој пазар, при што се обрзува и понатаму да продолжи да го мониторира Пазарот со цел да оцени дали ќе произлезат конкретни ефекти од новите договори кои би можеле да имаат улога за подобрување на

состојбата на конкуренција, имајќи во предвид дека во дадениот момент овој Пазар 11 се карактеризира со прилично слаб притисокот на конкуренцијата.

Од приложеното можеме да заклучиме дека во моментот на влез на нов “играч” на Пазарот, регулаторот наместо да наметне регулација на истиот, со што уште повеќе би се ограничило слободното делување на играчите на тој пазар, носи одлука за **повлекување** на нацрт мерките во насока на стимулирање на ефективна конкуренција.

“ARCEP's arguments for withdrawal

In its press release, ARCEP justifies its withdrawal by the fact that Mobile Virtual Network Operator (MVNO) agreements are currently being implemented and could evolve. It is, therefore, difficult to make a prospective assessment of the degree of competition on this market and it would be premature to regulate it.

In order to assess the effective impact of MVNO agreements on the retail market, ARCEP will verify that the implementation of the MVNO agreements provides virtual operators with sufficient margins as well as the possibility to offer a broad range of services. The NRA will also monitor the degree of competition on the retail market both in terms of prices and market shares. Every quarter, ARCEP will collect key data covering both the retail and the wholesale markets for access and call origination. This data will be communicated to the European Commission. A subset of this data will be made public.”

(Извор: http://www.cullen-international.com/product_documents/ELECTEC_20050156; http://europa.eu/rapid/press-release_IP-05-632_en.htm?locale=en)

Уште еден пример е случајот со Австрија, каде и покрај спојувањето на Hutchison 3G Austria и Orange Austria, во документот со кој се регулира процедурата за спојување, а во врска со Пазар 11 е наведено следново:

*“During its market investigation, the Commission found some indications that the merger might possibly affect access opportunities for MVNOs. However, there is no need to come to a **final decision** in that respect, as the commitments proposed by the Notifying Party aim to facilitate market entry and thus equally address and rule out the possibility that the transaction would lead to negative effects on the Austrian wholesale market for network access and call origination”.*

Следствено, обврската од оваа регулација е Hutchison 3G Austria да објави понуда за пристап, под комерцијални услови, согласно регулативната рамка по основ на спојувањето а не како обврска наметната од Анализата на Пазар 11.

*“This Reference Offer sets out the key **commercial principles and charges** for the provision of MVNO wholesale access to the H3G Network for the purpose of providing electronic communications services to end users in Austria”*

(Извор: Case No. COMP/M.6497– HUTCHISON 3G AUSTRIA/ORANGE AUSTRIA)

Дополнително, националното регулаторно тело носи одлука со која се потврдува дека Пазарот е ефективно конкурентен и на основа на тоа нема потреба од регулација на истиот.

Relevant market defined in Commission Recommendation	Relevant market defined by RTR	Relevant geographic market or markets defined by RTR	Operators designated with SMP	Remedies imposed by SMP
15. Access and call origination on public mobile telephone networks	Access and call origination on public mobile telephone networks	Austria	None - relevant market found to be effectively competitive	No remedies imposed (maintained or withdrawn)

"Market power and regulatory obligations"

RTR concludes that the market is effectively competitive and proposes not to designate any of the mobile operators in Austria (Mobilkom, T-Mobile, One, tele.ring and Hutchison 3G) as having SMP, individually or jointly with others. The proposed draft measure does not impose, amend or withdraw obligations on mobile operators. There are no such obligations in place at present.

The key features of RTR's market power analysis are as follows:

Single dominance

RTR considers that Mobilkom is the only candidate for single dominance, having a market share of 40% to 50% (based on call minutes).

However, the market share of Mobilkom is slightly decreasing over time and Mobilkom has no advantages over its competitors concerning access to financial resources, control of infrastructure not easily duplicated, innovation, technology or vertical integration. Furthermore, there are no barriers to expansion for Mobilkom's competitors. At the wholesale level, products are relatively homogenous, and vertical market transparency is high. In addition, RTR considers that indirect access operators, service providers and MVNOs have substantial countervailing buyer power. No evidence could be found that Mobilkom charges higher prices than its competitors do."

(Извор: http://regulation.rtr.at/~/media/Regulation/2014/07/20140709_01.pdf)

Дополнителен показател за превземените мерки од страна на Европската комисија во насока на уште поголем развој на овој Пазар 11 е фактот што со ревидираната Препораката од 2007 година (COMMISSION RECOMMENDATION of 17 December 2007 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services) овој Пазар е избришан и во истата се идентификувани само седум пазари на големопродажно ниво од вкупно 18 идентификувани пазари со Препораката од 2003 година.

Уште повеќе, дополнителен фактор кој укажува на намерата на Европската комисија да ја стимулира конкуренцијата преку слободно делување а не преку *ex ante* мерки е фактот што со ревидираната Препорака од 2014 година (COMMISSION RECOMMENDATION of 9 October 2014 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services) покрај веќе значителното намалување на пазарите со Препораката од 2007 година, со оваа Препорака дополнително се намалија и се идентификуваа само четири пазари. Во самата ревидирана Препорака од 2007 година е наведено следново:

“The aim of the regulatory framework is to reduce ex ante sector-specific rules progressively as competition in the market develops”.

Така, доколку се земе во предвид фактот дека последните анализи направени за овој Пазар од страна на Националните регулаторни тела од 28 европски земји се спроведени во периодот од 2004-2007 година односно пред 10-12 години, е дополнителен показател дека регулаторни тела не сметаат за потребно воопшто да спроведуваат понатамошни анализи на Пазарот и покрај тоа што во изминатиот долгогодишен период имало значителни промени и развој на пазарот на телекомуникации во светски и европски рамки.

Оттука и доколку се имаат во предвид обврските на страна на one.Vip утврдени во точка II.1) “Обврска да им се овозможи пристап на баратели како Целосни МВМО на големопродажна основа” од “Обврски до Комисијата за заштита на конкуренција” од 06.07.2015 година согласно која одредба one.Vip се обврзува да склучи договор за пристап на големопродажна основа по комерцијални услови (МВМО Договор) со заинтересираната страна, предлагаме Агенцијата да не наложува и ограничува слободно делување на Пазарот преку регулирање на истиот, туку како во случајот со погоренаведените земји да донесе одлука Пазарот да **се дерегулира**, а како последица да продолжи и понатаму да го мониторира делувањето на играчите на истиот и да го следи развојот и околностите во насока на одржување и стимулирање на конкуренцијата.

АЕК одговор:

Почитувани во врска со горенаведениот коментар кој се однесува на споредбата на регулацијата на пазарот за Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи во Република Македонија со неколку Европски земји, АЕК би сакала да истакне дека наведената споредба е неточна и не одговара на условите на споредуваните пазари. Имено во земјите кои што се земени како пример каде што наведениот пазар е дерегулиран односно не постои регулација делуваат и оперираат три и/или повеќе оператори на пазарот кое што не соодветствува со ситуацијата на пазарот во Р.Македонија. Поточно во моментот на изготвување на анализата на релевантниот пазар во РМ делуваат и работат само два мобилни оператори. Самиот факт што на пазарот во РМ делуваат само два оператори укажува на неконкурентните услови на пазарот што впрочем АЕК ги објасни и опиша во самата анализа.

Имајќи во предвид дека АЕК анализата на релевантниот пазар II ја изготви во согласност со ЗЕК, кој ги уредува условите за надзор и користење на јавните електронски комуникациски мрежи и услуги во Република Македонија, подзаконските акти донесени врз негова основа и Методологијата за анализа на релевантни пазари изготвена од страна на АЕК земајќи ги во предвид основните Директиви и упатства од Европската комисија за вршење на анализа на релевантни пазари и утврдување на значителна пазарна моќ согласно регулаторна рамка на Европската Комисија за електронски комуникациски мрежи и услуги би сакале да истакне дека согласно горенаведената Методологија точка 3.3.1.1 Концентрација на релевантните пазари АЕК го пресмета индексот на Herfindahl – Hirschman. Наведениот индекс се користи како достапна дополнителна алатка за мерење на пазарното учество или степенот на конкурентност помеѓу фирмите на релевантниот пазар. Индексот ја мери пазарната концентрација со сумирање на квадратите од индивидуалните пазарни удели на сите партиципанти на релевантниот пазар, односно просечниот пазарен удел утежнет со

пазарниот удел. Колку е поголем ННН индексот за определен релевантен пазар, толку повеќе оупутот на тој релевантен пазар е обезбеден од мал број на фирми. Генерално, пазарната концентрација на релевантен пазар на кој ННН индексот е под 1000 е ниска, просечна каде индексот е помеѓу 1000 и 1800 и висока каде индексот е повисок од 1800.

Пресметаниот Herfindahl – Hirschman индекс кој што е наведен во точка 6.2 од Анализата на пазар 11 изнесува 5019 што претставува висока концентрација на пазарот и неконкурентни пазарни услови. Поаѓајќи од фактот дека наведениот индекс се пресметува со сумирање на квадратите од индивидуалните пазарни удели на сите партиципанти на релевантниот пазар можеме да заклучиме дека истиот е доста понизок во земјите во кои што на релевантниот пазар делуваат три или повеќе оператори односно конкуренцијата на истите е во голсма мера развиена. Од причина што на пазарите во земјите споменати во вашиот коментар како што веќе истакнавме погоре работат и делуваат три и повеќе оператори АЕК смета наведената споредба е несоодветна со пазарот во РМ каде што во моментот на изготвање на анализата работат и делуваат само два мобилни оператори.

Во продолжение на вашиот коментар го образложивте вашето мислење за дерегулација на пазарот со намалувањето на бројот на пазари подложни на претходна ex-ante регулација во Препораките на Европската комисија.

АЕК во врска со ваквата констатација би сакала да истакне дека анализата на релевантниот пазар 11 ја изготви земајќи ги во предвид основните Директиви и упатства од Европската комисија за вршење на анализа на релевантни пазари и утврдување на значителна пазарна моќ согласно регулаторна рамка на Европската Комисија за електронски комуникациски мрежи и услуги. Имено во наведените Препораки во вашиот коментар (COMMISSION RECOMMENDATION of 17 December 2007 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services) и (COMMISSION RECOMMENDATION of 9 October 2014 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services) во дел (22) Европската Комисија препорачува националните регулаторни тела да изготват три критериуми тест на пазарите наведени во прилогите на Препораките на комисијата 2003/311/EЗ и 2007/879/EЗ кои што веќе не се наведени во прилогот на Препораката од 2014 година доколку истите се сеуште регулирани за да оценат во склоп на националните околности дали истите се сеуште подложни на ex-ante претходна регулација. АЕК во Анализата на релевантниот пазар 11 точка 6 од документот го изготви три критериуми тестот со кој го потврди и оправда продолжувањето на регулација на наведениот пазар.

5.1.1.4 Пренос на податоци во мобилна мрежа

Услугата за пренос на податоци (независно од технологијата на пренос) и пренос на податоци со голема брзина, крајните корисници може да ги користат како дел од широкиот спектар на услуги кои се дефинирани како “пакетирани услуги” и кои вклучуваат говорен сообраќај, СМС, ММС услуги и услуга за пренос на податоци кои мора да бидат понудени како целина, меѓутоа исто така, Услугата за пренос на

податоци може да биде понудена и како **поединечна и самостојна услуга**. За цели на илустрација би ги посочиле следниве примери:

Понуда за Интернет на exVip:

Тренинг	Месечна цена	Возвучен сообраќај
---------	--------------	--------------------

Линк: <http://www.vip.mk/internet-na-komputer>

Самостојни MaxADSL Понуди на Македонски телеком (MaxADSL Basic, MaxADSL Start, MaxADSL Comfort):

Интернет

Линк: <http://telekom.mk/samostojni-maxadsl-paketi.aspx>

Во врска со наведеното во точка 5.1.1.4. "Покрај ова постои еден мал дел на сим картички кои се дедицирани за пристап до интернет и тоа се најчесто дата сим картичките кои се вметнуваат во USB модем преку кој корисникот си обезбедува мобилен пристап до интернет на својот персонален компјутер, лаптоп или сим картичка за таблет. Но овие сим картички не се користат за остварување на пристап до останатите услуги како говор, СМС и ММС иако преку нив може да бидат обезбедени истите услуги. Корисниците на мобилни комуникации не ги користат овој вид на дедицирани податочни сим картички од причината што остварената минута разговор би чинела неколкукратно поскапо, во споредба со нормалната цена за минута разговор.", би сакале да потенцираме дека согласно посочените примери евидентен е фактот дека крајниот корисник има избор односно можност да користи говорни услуги, СМС пораки, ММС пораки и меѓународни повици обезбедени од еден оператор, додека Интернет како самостојна услуга да користи од друг оператор, со засебна сим картичка или терминална опрема. Дополнително, во смисла на навиките на крајните корисници, услугата за пренос на податоци не спаѓа во категорија на неопходни услуги (emergency services) кои крајниот корисник би ги користел секогаш и во секое време како што е неопходноста на услугата говорни повици и СМС. Од друга страна за цели на реализација на услугата пренос на податоци постојат и други алтернативи (интернет на фиксна локација или пак интернет преку "Wi-Fi"), при што корисникот може да се поврзе преку друга терминална опрема. Од аспект на кориснички навики, корисниците сметаат дека услугите говорен повик или СМС треба

one.vip

да биде можно да се реализираат секаде и во секое време, што не е случај со Интернет сообраќајот.

На основа на ова, one.Vip смета дека услугата “Пренос на податоци во мобилна мрежа” **не треба да биде разгледувана како дел од овој Пазар и треба да се исклучи од истиот.**

Ваков заклучок е донесен и од страна на националното регулаторно тело од Словенија во рамки на Анализата на Пазарот спроведена во 2006 година, како и во последната анализа спроведена во 2012 година.

“APEK does not consider data services (except for SMS) provided on mobile networks as part of the same product market as these are additional services and not substitutes for access and call origination on public mobile telephone networks.” (Извор: “Commission Decision concerning Case SI/2012/1360: Access and call origination on public mobile telephone networks in Slovenia”).

5.2 Заклучок од дефиницијати на услугите кои припаѓаат на овој релевантен пазар

Согласно наведеното во рамки на “COMMISSION RECOMMENDATION of 11 February 2013 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (2003/311/EC)”, Пазар 15 е дефиниран како “15. Access and call origination on public mobile telephone networks.” Самиот назив на Пазарот укажува на тоа дека единствена услуга која треба да се разгледува и е дел од овој пазар е **оригиниција на повик.**

Имајќи ја во предвид последната анализа на Пазар 15 реализирана од страна на регулаторното тело во Данска (NTA), заклучокот е дека овој пазар иако не е регулиран, анализата покажала дека ги опфаќа **единствено** говорните повици, додека СМС и дата услугите се исклучени. Од друга страна, последната анализа на Пазар 15 од страна на регулаторното тело во Финска (FICORA), покрај говорните повици, ги опфаќа и СМС пораците, додека пак анализата на овој пазар во Латвија покажала дека истиот ги опфаќа сите говорни повици во 2G и 3G мрежи. Во Малта, анализата покажала дека Пазарот опфаќа говорни повици и СМС пораки кои се обезбедуваат на бизнис и резиденцијални корисници преку постапид и препаид услугите.

Имајќи го во предвид сето погоренаведено наведено предлагаме како предмет на овој пазар да бидат дефинирани **само и исклучиво говорните повици**, а од истиот да се исклучат СМС, ММС и Услугите на пренос на податоци.

АЕК одговор:

Во врска со коментарот кој што се однесува на вклучувањето на пренос на податоци во мобилна мрежа во релевантниот пазар АЕК би сакала да појасни дека причината за таквото вклучување е детално елаборирана во подточка 5.1.1.4 од документот за Анализата на релевантниот пазар 11. Поточно како што е објаснето во наведената

подточка се повеќе крајните корисници на електронски комуникациски услуги во мобилна телефонија, го ставаат акцентот на услугите за пренос на податоци во нивните тарифни планови. Од причина што услугата за пренос на податоци (независно од технологијата на пренос) се обезбедува заедно со останатите услуги како говор, смс и ммс, преку еден пристап до мобилната мрежа на операторот АЕК смета дека истата е дел од релевантниот пазар 11.

Ваквиот заклучок на АЕК се темели на анализраната состојба на самиот пазар на мобилни комуникации од каде што може да се види радикален пораст на количината на пренесени податоци преку мобилни мрежи пропорционално со порастот на бројот на претплатници на пренос на интернет преку мобилна мрежа. Во подточка 5.1.1.4 од анализата е претставен графиконот во кој е прикажан споменатиот пораст. Исто така АЕК смета дека обврската за пристап до мрежата на СМП операторите за наведените форми на пристап во анализата: за обезбедувач на услуги/препродавач, за виртуелен мобилен оператор и обезбедување на услуги за национален роаминг не би била целосна доколку во неа не е вклучен и преносот на податоци во мобилни мрежи. Имено доколку операторот кој што би бил прогласен за оператор со значителна пазарна моќ би немал обврска за обезбедување на услугата за пренос на податоци во мобилни мрежи истиот би бил во можност во голема мера да го ограничи потенцијалниот оператор кој што би сакал да влезе на пазарот да конкурентно делува на релевантниот пазар. Како што веќе споменавме претходно причината што крајните корисници во мобилна телефонија, се повеќе го ставаат акцентот на услугите за пренос на податоци во нивните тарифни планови само го потврдува заклучокот на АЕК дека со изоставувањето на оваа услуга надвор од релевантниот пазар 11 потенцијалните оператори кои што би сакале да влезат на пазарот не би претставувале конкуренција на постоечките оператори кои што во нивните пакети на услуги ја обезбедуваат и услугата за пренос на податоци. Во врска со продолжението на вашиот коментар каде што повторно се повикувате на Препораката на Европската Комисија за називот на пазарот и услугите кој што би требало да бидат вклучени во истиот АЕК би сакала да потенцира дека во истите Препораки Европската Комисија дава можност регулаторните национални тела да дефинираат пазар кој што е надвор од пазарите наведени во прилозите на препораките доколку на истиот е исполнет три критериуми тестот. Во таа насока АЕК во точка 5.4 од Анализата на релевантниот пазар 11 наведе дека имајќи го во предвид дефинирањето на нови услуги кои се составен дел на овој пазар, како услугите за пренос на податоци, како и потврдување на услуги за СМС и ММС, кои не се составен дел на релевантниот пазар утврден според Европската препорака за релевантни пазари досегашниот наслов на големопродажниот пазар бр 11 “за услугата пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи” утврден во Одлуката за релевантни пазари подложни на претходна регулација заведена под број 02-5015/1 од 23.09.2010 год, ќе се промени во големопродажен пазар за “Пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи”.

ЗАКЛУЧОК

На основа на сето погоренаведено, one.Vip смета дека е потребно Агенцијата да го дерегулира Пазар 11, имајќи во предвид дека овој Пазар веќе не е дел од Препораката на Европска Комисија за релевантни пазари, како и дека последните анализи на овој

one.vip

Пазар од поголемиот дел од Европските земји се спроведени пред повеќе од 10 години и во изминатиот период воопшто не се ажурирани. Дополнително, уште еднаш посочуваме на обврската на one.vip да овозможи пристап на Целосен МВМВО на големопродажна основа најдоцна до 30.06.2016 година.

Сето тоа доведува до заклучок дека и покрај тоа што пазарните услови во изминатите години се драстично изменети, националните регулаторни тела сметаат дека е ирелевантно повторно спроведување на анализи на овој Пазар, односно оставаат простор за либерализација и самостојно делување на играчите со цел стимулирање на пазарни услови во насока на ефективна конкуренција. Конечно, сметаме дека како дел од овој Пазар треба да припаднат единствено и исклучиво говорните повици, додека СМС и Услугите за пренос на податоци не припаѓаат на овој пазар и треба да се исклучат.

АЕК одговор:

Одговор за заклучокот од вашите коментари е содржан во претходните горенаведени одговори на АЕК.

Финален документ за втора анализа на пазар

**“пазар бр. 11- Пристап и започнување на услуги во јавни мобилни
електронски комуникациски мрежи“**

Скопје, Април 2016

Содржина

1. Вовед	4
2. Правна основа за втора анализа на пазар 11 - Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи	6
2.1. Дефиниции.....	6
2.2 Преглед на понуда на јавни комуникациски мрежи	8
2.3 Постапка во втората анализа на пазарот 11.....	9
3. Цели.....	11
3.1 Претходна анализа на релевантниот големопродажен пазар	11
4. Соработка со комисијата за заштита на конкуренцијата	13
5. Дефинирање на пазарот.....	14
5.1 Дефинирање на пазарот на услуги	14
5.1.1 Супституција на страната на побарувачката и супституција на страната на понудата.....	14
5.2 Заклучок од дефиницијата на услугите кои припаѓаат на овој релевантен пазар.....	30
5.3 Дефинирање на географски пазар	32
5.4 Заклучоци за дефинирањето на пазарот 11 - Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.....	37
6. Три критериум тест – големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи	39
6.1 Прв критериум - Присуство на високи и постојани бариери за влез кои што можат да бидат од структурирана, правна или регулаторна природа.....	40
6.2 Втор критериум - Структура на пазар кој има тенденција кон неефективна конкуренција во рамки на релевантен временски период	45
6.3 Трет критериум - Недоволност на Законот за конкуренција (во услови на непостоење на ех-анте регулација) за регулирање на релевантниот пазар.....	51
6.4 Заклучок од примена на тестот на трите критериуми.....	53
7. Определување на оператор со значителна пазарна моќ.....	54
7.1 Уделот што операторот го има на релевантниот пазар и промените на неговиот удел на пазарот со текот на времето	54
7.2 Високи правни или економски бариери за влез на пазарот.....	57
7.2.1 Неповратни трошоци	57
7.3 Недостаток на потенцијална конкуренција.....	59
7.4 Заклучоци за значителна пазарна моќ на пазарот	60
8. Конкурентни проблеми на пазарот за пристап и започнување на услуги во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа.....	61
9. Продолжување на обврски на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи	65
10. Определување на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.....	72
11. Заклучок.....	79

Табели

Табела 1 Распределба на фреквенции на 800 Mhz	24
Табела 2 Распределба на фреквенциски спектар на 800 MHz	42
Табела 3 Распределба на фреквенциски спектар на 900 MHz	43
Табела 4 Распределба на фреквенциски спектар на 1800 MHz	43
Табела 5 Распределба на фреквенциски спектар на 2100 MHz	44

Графикони

Графикон 1 Пренос на податоци преку мобилни мрежи	24
Графикон 2 Удел на операторите според бројот на претплатници	47
Графикон 3 Удел според минути сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во други мобилни мрежи	48
Графикон 4 Удел според минути сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во мобилни мрежи (вклучително "self supply")	49
Графикон 5 Удел според минути сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во мобилни мрежи (вклучително "self supply")	49
Графикон 6 Индекс на концентрација	51
Графикон 7 Пенетрација на пазарот на мобилни комуникации	55
Графикон 8 Пазарен удел според бројот на активни претплатници	56



1. Вовед

Пазарот за електронски комуникациски услуги е мошне динамичен пазар како резултат на постојаниот развој на технологијата, брзиот развој на телекомуникациите, а од тука и развој на електронските комуникациски мрежи и услуги.

Законот за електронските комуникации (“Службен весник на Република Македонија“, бр.39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015), ги уредува условите за надзор и користење на јавните електронски комуникациски мрежи и услуги во Република Македонија (во понатамошниот текст ЗЕК). Агенцијата за електронски комуникации (во понатамошниот текст АЕК) согласно ЗЕК и подзаконските акти, во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата, обезбедува услови за ефикасна конкуренција и со тоа овозможува еднакво делување на операторите на пазарот на електронските комуникации во Република Македонија.

Со цел да се утврди степенот на развој на конкуренцијата и да се утврди состојбата на пазарите неопходно е во определени временски рамки да се прави анализа на пазарите. Спроведување на анализи на пазарите се врши со цел да се утврди состојбата и степенот на развој на конкуренција како и да се утврди дали развојот се движи во правец на ефикасна конкуренција или постојат одредени бариери.

Во периодот 2008-2010 година АЕК спроведе прв круг на анализи на релевантните пазари подложни на претходна регулација претходно дефинирани во Одлуката за утврдување на релевантни пазари од 17.08.2005 година. Оваа Одлука содржеше 18 релевантни пазари, малопродажни и големопродажни, кои подлежат на претходна регулација. Во овој прв круг на анализи на релевантните пазари беше спроведена и анализата на пазар 15 – Пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи. Утврдената состојба на секој пазар поединечно и степенот на развој на конкуренцијата на секој од нив се преточи во нова Одлука за релевантни пазари кои што се подложни на претходна регулација број 02-5015/1, донесена на ден 23.09.2010 година. Во неа се дефинирани 13 релевантни пазари, три малопродажни и десет големопродажни пазари кои подлежат на претходна регулација. Оваа Одлука понатаму е повеќе пати изменета и дополнета. Измените се заведени под број 02-2010/2 од 15.04.2011 година, број 0307-1276/2 од 07.05.2014 година, број 0201-1476/7 од 15.12.2014 година и број 1306-252/2 од 20.01.2016 година.

На 08-ми Април 2014 година АЕК на својата веб страна објави дека започнува постапка за спроведување на втора анализа на релевантниот Пазар бр.11 – Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи согласно годишната програма за работа на АЕК за 2015 година.

Овој документ ги презентира заклучоците на АЕК од аспект на дефинирање на релевантниот пазар 11 - Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, анализа на истиот врз

основа на податоци и финансиски информацни добиени од операторите, определување на оператор со значителна пазарна моќ на горенаведениот релевантен пазар и определување на обврски на операторот со значителна пазарна моќ на соодветниот пазар.

АЕК ги повика сите заинтересирани субјекти да достават забелешки, коментари и мислења по Нацрт документот за втора анализа на релевантниот Пазар бр.11 – Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи. Согласно член 13 од ЗЕК, два оператори доставија коментари и тоа се операторот Македонски Телеком АД Скопје и операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје. Коментарите и одговорите на коментарите од страна на АЕК ќе бидат објавени во прилог на Финалниот документ од анализата, при што доверливите информации и податоци нема да бидат објавени. Информацните и податоците кон имаат ознака “строго доверливо” ќе имаат таков третман од АЕК со почитување на доверливоста на истите и ќе се користат единствено од страна на вработените на АЕК, за потребите за кои се побарани и доставени и нема да бидат објавени или дистрибуирани освен на начин пропишан со ЗЕК.

2. Правна основа за втора анализа на пазар 11 - Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Согласно своите работни обврски АЕК спроведе втора анализа на пазарот 11: Услуги за пристап во јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, кој припаѓа во релевантните пазари за продажба на производи и услуги на големо.

АЕК анализата на релевантниот пазар 11, ја изготви во согласност со ЗЕК, кој ги уредува условите за надзор и користење на јавните електронски комуникациски мрежи и услуги во Република Македонија, подзаконските акти донесени врз негова основа и Методологијата за анализа на релевантни пазари изготвена од страна на АЕК земајќи ги во предвид основните Директиви и упатства од Европската комисија за вршење на анализа на релевантни пазари и утврдување на значителна пазарна моќ согласно регулаторна рамка на Европската Комисија за електронски комуникациски мрежи и услуги¹.

2.1. Дефиниции

Согласно ЗЕК и Законот за заштита на конкуренцијата образложени се следните дефиниции:

Член 3 од ЗЕК - дефиниции

Јавна електронска комуникациска мрежа е електронска комуникациска мрежа која целосно или поголемиот дел од неа се користи за обезбедување на електронски комуникациски услуги достапни на јавноста и кои го поддржуваат преносот на информации меѓу мрежни завршни точки;

Оператор е физичко лице кое врши дејност или правно лице кое обезбедува или има намера да обезбедува јавна електронска комуникациска мрежа и/или услуги, како и придружни средства, врз основа на доставена нотификација и добиена потврда за регистрација од АЕК за електронски комуникации;

Претплатник е физичко или правно лице кое за користење на јавни комуникациски услуги склучува договор со оператор кој ги обезбедува тие услуги;

¹ Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (2002/C 165/03)

Интерконекција е посебен вид на пристап кој се обезбедува меѓу оператори на јавни електронски комуникациски мрежи и со кој се воспоставува физичко и логично поврзување на јавните електронски комуникациски мрежи со еден или повеќе различни оператори со цел да им се овозможи на корисниците на еден оператор да комуницираат со корисниците на друг оператор, или да пристапат до услугите што ги обезбедува друг оператор. Овие услуги може да ги обезбедуваат страните кои се меѓусебно поврзани или други страни кои имаат пристап до мрежа

Пристап е овозможување на достапност до средства и/или услуги на друг оператор под определени услови, на ексклузивна или неексклузивна основа, заради обезбедување на електронски комуникациски услуги вклучително и кога тие се користат за обезбедување на услуги на информатичкото општество или емитување на програмски содржини. Тоа, меѓу другото, опфаќа: пристап до мрежни елементи и придружни средства што може да вклучува поврзаност на опремата преку фиксен или подвижен начин (ова особено вклучува пристап до локалната јамка и до средствата и услугите, неопходни за обезбедување на услуги преку локалната јамка); пристап до физичка инфраструктура, вклучувајќи згради, канал и столбови; пристап до соодветни софтверски системи, вклучувајќи системи за оперативна поддршка; пристап до информатички системи или бази на податоци за поднесување на барања за преднарачка, обезбедување, испорака, одржување, поправка и наплата; пристап до системите за трансмирање на броеви или пристап до системи кои нудат таква еквивалентна функционалност; пристап до фиксни и мобилни мрежи, особено за роаминг; пристап до системи со условен пристап за дигитални телевизиски услуги и/или пристап до виртуелни мрежни услуги;

Согласно член 76 од ЗЕК став 1:

Оператор се смета дека поседува значителна пазарна моќ на пазар на јавни комуникациски мрежи или услуги, доколку самостојно, или заедно со други оператори има доминантна позиција, односно, поседува економска моќ и капацитет да дејствува во забележителни размери независно од конкурентите и корисниците на тој пазар.

Согласно член 76 од ЗЕК став 2:

Два или повеќе оператори можат да бидат третирани како оператори кои **заеднички немаат доминантна позиција на пазарот**, дури и во отсуство на структурни или други врски меѓу нив доколку работат на пазарот кој се карактеризира со недостаток на ефикасна конкуренција и на кој ниту еден оператор нема значителна пазарна моќ.

Согласно член 10 од Законот за заштита на конкуренцијата („Службен Весник на РМ“ бр.145/10 , 136/11 и 41/2014):

Став 1: Доминантна позиција на релевантен пазар - едно претпријатие има доминантна позиција на релевантниот пазар, ако како потенцијален продавач или купувач на

определен вид стоки и/или услуги нема конкуренти на релевантниот пазар или во споредба на своите конкуренти има водечка позиција на релевантниот пазар, а особено со оглед на:

- Пазарниот удел и позиција и/или
- Финансиска моќ и/или
- Пристапот до изворите на набавка или на пазарот и/или
- Поврзаноста со другите претпријатија и/или
- Правните или физичките пречки за влез на другите претпријатија на пазарот и/или
- Способноста за диктирање на пазарните услови со оглед на неговата понуда или побарувачка и/или
- Способноста за исклучување на другите конкуренти на пазарот со насочување кон други претпријатија.

Став 2: “се претпоставува дека едно претпријатие има доминантна позиција, ако неговиот удел на релевантниот пазар изнесува повеќе од 40%, освен ако претпријатието не го докаже спротивното.”

Став 3: “се претпоставува дека две или повеќе правно независни претпријатија на определен релевантен пазар имаат заедничка доминантна позиција ако настапуваат или делуваат заеднички на релевантниот пазар.”

2.2 Преглед на понуда на јавни комуникациски мрежи

Во временскиот период опфатен со втората анализа на релевантниот големопродажен пазар во евиденцијата на АЕК беа нотифицирани три оператори на јавни мобилни комуникациски мрежи и тоа:

- Т-Мобиле Македонија, Акционерско друштво за мобилни комуникации, Скопје со сопствена мрежа за обезбедување на услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи,
- ОНЕ Телекомуникациски услуги АД Скопје со сопствена мрежа за обезбедување на услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи,
- ВИП Оператор, Друштво за комуникациски услуги ДООЕЛ, Скопје со сопствена мрежа за обезбедување на услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи и
- Албфонс ДОО Скопје.

Во меѓувреме на пазарот на мобилни комуникациски услуги се случија следните промени, операторот Т-Мобиле Македонија поднел до АЕК образец за Нотификација за прекин на обезбедување на мрежи и услуги и тоа за

0701-507 од 02.07.2015 - Јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација – решение со датум 07.07.2015

0701-508 од 02.07.2015 - Јавно достапни телефонски услуги во јавна мобилна комуникациска мрежа– решение за прекин со датум 07.07.2015

0701-509 од 02.07.2015 - Услуги за пренос на податоци– решение за прекин со датум 07.07.2015

0701-510 од 02.07.2015 - Услуги поврзани со радиодифузија– решение за прекин со датум 07.07.2015

0701-511 од 02.07.2015 - Јавна радиокомуникациска мрежа– решение за прекин со датум 07.07.2015

0701-511 од 02.07.2015 - Меѓуоператорски услуги за пренос или рутирање на национален и/или меѓународен сообраќај – решение за прекин со датум 20.07.2015

0701-512 од 02.07.2015 - Други услуги – решение за прекин со датум 26.08.2015

Операторот Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје има промена на нотификација и тоа под број 0701-436 од 27.05.2015 - Јавно достапни телефонски услуги во јавна мобилна комуникациска мрежа – и решение со датум 27.05.2015 . Овие промени се настанати како последица на присоединување на операторот Т Мобиле во матичната компанија Македонски Телеком АД Скопје, со што Т Мобиле престанува да работи.

Операторите ОНЕ ДОО Скопје и ВИП ОПЕРАТОР ДООЕЛ Скопје имаа доставено нотификација прекин и нотификација за започнување на новонастанатот оператор Друштво за комуникациски услуги ОНЕ.ВИП ДОО Скопје под бр. ул1-бр.0701-747 од 01.10.2015. За нив од страна на АЕК се изготвени решенија за прекин и започнување со работа на ден 01.10.2015 година.

Врз основа на овие податоци АЕК ги определи операторите кои делуваат на пазарот 11 и кои ќе бидат предмет на втората анализа на овој пазар:

- Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје
- ОНЕ.ВИП ДОО Скопје

2.3 Постапка во втората анализа на пазарот 11

Постапката на определување на оператори со значителна пазарна моќ во областа на електронските комуникации се состои од четири основни чекори:

- Првиот чекор при спроведување на анализата се однесува на дефинирање на релевантниот пазар и утврдување на услугите кои се обезбедуваат на истиот како и географските граници на пазарот,

- Во вториот чекор АЕК согласно член 81 од ЗЕК обезбедува мислење по Нацрт документот за анализа на релевантниот големопродажен пазар бр 11 од Комисијата за заштита на конкуренцијата,
- Во третиот чекор, согласно член 82 став (1) од ЗЕК, доколку АЕК врз основа на спроведената анализа утврди дека на пазарот нема доволно конкуренција, во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата донесува одлука кој или кои оператори имаат значителна пазарна моќ на тој пазар во согласност со член 76 ставови 1 и 2 од ЗЕК и ги определува соодветните обврски во насока на обезбедување на фер и целосна конкуренција на пазарот. Дополнително, согласно член 81 АЕК во определени временски периоди, во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата, е должен да го преиспита постоењето на ефективна конкуренција на одреден релевантен пазар.
- Во последниот чекор АЕК ги определува соодветните обврски на операторот со значителна пазарна моќ. Истите треба да се оправдани и во пропорција со бариерите за ефикасна конкуренција. Доколку анализата покаже дека на пазарот постои развиена конкуренција и нема учесник со значителна пазарна моќ тогаш, ќе се изврши отповикување на претходно определените обврски на операторот со значителна пазарна моќ.

Преку анализа на релевантен пазар се утврдува фактичката, моменталната состојба на пазарот во која тој се наоѓа, но истовремено анализата претставува и средство преку кое се предвидува како ќе се развива пазарот во наредниот период (*forward looking* пристап). Пазарот за електронски комуникации има динамичен развој. Влезот на алтернативните оператори и развојот на релевантните пазари носи потреба од повторна анализа на истите во определена временска рамка заради утврдување дали на пазарот сеуште нема доволно конкуренција или тој се приближува кон состојба на ефективна конкуренција.

При спроведување на анализа на релевантните пазари односно за утврдување на степенот на конкурентност на истите, АЕК користи информации и финансиски податоци од документација доставена до АЕК, екстерни информации и финансиски податоци побарани од нотифицираните оператори и/или даватели на услуги. Ова е со единствена цел АЕК да спроведе детално, квалитетно и длабинско дефинирање на релевантните пазари и релевантните услуги кои се обезбедуваат на истите, како и да обезбеди детална и квалитетна анализа на релевантните пазари, врз основа на релевантни информации и финансиски податоци, базирана на постоечката законска рамка, имајќи ги во предвид основните економски принципи и законности согласно Методологијата за анализа на релевантните пазари

Спроведување на анализата на пазарите АЕК ја заснова на информациите и финансиските податоци кои операторите и давателите на услуги ги доставуваат до АЕК на квартална и годишна основа.

3. Цели

АЕК во согласност со своите работни обврски во месец Април 2014 год на својата веб страна објави соопштение со кое ја извести јавноста дека започна со втора анализа на релевантниот пазар 11. Основната цел на втората анализа на релевантниот пазар 11: “Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи “ е да се утврди дали на пазарот постои ефективна конкуренција и дали сеуште постојат оператор или оператори на овој пазар кои сеуште имаат моќ и капацитет самостојно или заедно со други оператори или даватели на услуги да дејствува независно од конкурентите и корисниците на тој пазар во однос на цените или понудата.

3.1 Претходна анализа на релевантниот големопродажен пазар

АЕК согласно Годишната програма за работа за 2009 година започна со првата анализа на релевантниот пазар 15 согласно Одлуката за утврдување на релевантните пазари бр. 13/34 од 17.08.2005 година. Анализата беше спроведена за релевантниот пазар:

- Пазар 15 – Услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Заради обезбедување на транспарентност, на ден 29.04.2010 година АЕК за електронски комуникации на својата веб страна го објави “Нацрт-Документ за анализа на пазар 15 – Услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи и отвари јавна расправа по истиот. Сите заинтересирани субјекти беа повикаани да ги достават своите мислења и забелешки во јавната расправа што беше отворена 30 дена, односно иајдопна до 29.05.2010.

Финалниот документ за анализа на пазар 15 - Услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, со вклучените мислења од заинтересираните страни, како и мислењето што произлезе од соработката со Комисијата за заштита на конкуренцијата беше објавен на веб страната на АЕК за електронски комуникации на 14.07.2010.

На 27.07.2010 година АЕК донесе Решение со кое Т-Мобиле Македонија АД Скопје се определува за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар 15 - Услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски и на Т-Мобиле Македонија АД Скопје ме се наметнаа следните обврски:

- Интерконекција и пристап,
- Транспарентност при интерконекција и пристап,
- Недискриминација при интерконекција и пристап,

- Посебно сметководство за активности поврзани со интерконекција и пристап,
- Контрола на цени и обврска за сметководство на трошоци за интерконекција и пристап
- Пристап и користење на специфични мрежни средства.

4. Соработка со комисијата за заштита на конкуренцијата

Согласно член 79, 81 и 82 став (6) од ЗЕК при анализа на релевантниот пазар и определувањето на оператор со значителна пазарна моќ, АЕК соработуваше со Комисијата за заштита на конкуренцијата, која во допис бр. 1303-690/2 од 08.03.2016 година го даде следното мислење:

МИСЛЕЊЕ

Комисијата за заштита на конкуренција е согласна со начинот на кој е дефиниран релевантниот пазар за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи. Истотака, Комисијата за заштита на конкуренцијата е согласна со заклучокот на Агенцијата за електронски комуникации дека операторите Македонски Телеком АД Скопје и ОНЕ.ВИП ДОО Скопје поседуваат заедничка доминантна позиција на големопродажниот пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни комуникациски мрежи и се определуваат како оператори со значителна пазарна моќ и истовремено се согласува со обврските кои Агенцијата за електронски комуникации предлага да им се наметнат на Македонски Телеком АД Скопје и ОНЕ.ВИП ДОО Скопје како оператори со значителна пазарна моќ.

Претседател

на Комисијата за заштита на конкуренцијата

Благој Чурлинов

5. Дефинирање на пазарот

Дефинирањето на релевантниот пазар е првиот чекор во вршење на анализата на истиот. Всушност, дефинирањето на пазарот е потребно за АЕК да може да направи проценка дали на истиот постои ефективна конкуренција. Во прилог на тоа, колку попрецизно се идентификуваат потенцијалните конкурентни проблеми како и пазарната концентрација, толку поверодосojно ќе биде утврдено постоењето на доминантна позиција на иекој оператор.

Предмет на оваа анализа е пазарот за Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

Согласно Методологијата за анализа на релевантните пазари тие имаат две димензии: пазарна и географска димензија. За нивно подетално определување неопходно е да се спроведе:

1. Дефинирање на пазарот на услуги
2. Дефинирање на географскиот пазар

5.1 Дефинирање на пазарот на услуги

Дефинирањето на пазарот на услуги всушност означува определување кои услуги се дел од анализираниот пазар. Основната цел е да се идентификува и дефинираат услугите, воедно и од аспект на страната на побарувачката и од аспект на страната на понудата изразени преку карактеристиките на услугите земени во предвид, нивните цени и нивната наменска употреба

Дефинирањето на пазарот на услуги се врши со помош на два критериума:

1. Проценка на супституција (замена) на страната на побарувачката
2. Проценка на супституција (замена) на страната на понудата

5.1.1 Супституција на страната на побарувачката и супституција на страната на понудата

Анализирањето на супституцијата на страната на побарувачката и овозможува на АЕК да ги определи заменливите производи или услуги кои потрошувачите ММОгу лесно би се прсориентирале во случај на мало но значително зголемување на цената на релевантната услуга.

Супституција на страната на побарувачката се определува на база на супституција на определен продукт или услуга од гледна точка на претплатниците. Ваквото тврдење во

главно се однесува на ситуациите кога голем број на претплатници се префрлаат од еден на друг производ во случај на мало но значително зголемување на цената на релевантната услуга. Постоенето на супституција на страната на побарувачката овозможува дефинирање на услуга или збир на услуги кои ќе бидат супститути во очите на потрошувачите во случај на релативно зголемување на цената. Производите кои ќе бидат определени како супститути спаѓаат во истиот релевантен пазар. Еден од начините за одредување на супститутот на страната на побарувачката е со употреба на SSNIP тестот (мало но значително зголемување на цената).

Тестот покажува дали потрошувачите во случај на мало но значително зголемување на цена на производот А (5-10%), ќе се префрлат на лесно достапниот супститут (производот Б) или на понудувачи од други области. Доколку зголемувањето на цената на услугата се покаже непрофитабилно за операторот понудувач на услугата, тогаш производот А и производот Б припаѓаат на истиот релевантен пазар и треба да се разгледуваат како дел од него. Веројатноста дека потрошувачите ќе ја заменат услугата за друга услуга поради малото но значително зголемување на цената зависи и од значителните трошоци кои би се направиле при таквата замена. Потрошувачите кои инвестирале во технологијата со цел да ги користат услугите можеби нема да бидат подготвени да покријат некои дополнителни трошоци поврзани со предвидената замена. Во случај кога замената на услуга А со услугата Б претставува дополнителен трошок за претплатниците тогаш двете услуги нема да бидат вклучени во истиот релевантен пазар. Сите горенаведени дејствија на претплатниците може да бидат земени во предвид при проценката на постоење на супституција на страната на побарувачката на релевантниот пазар.

При определување на супституција на страната на понудата треба да се земе во предвид фактот дека иако одредени оператори нудат различни услуги и оперираат на други пазари, тие се во можност релативно брзо, без дополнителни трошоци и без дополнителен ризик да започнат со нудење на услугите на конкуренцијата на релевантниот пазар.

Ваквата констатација го отсликува фактот дека во случај на зголемување на цената на производот или услугата предмет на разгледување, новиот понудувач е во можност да влезе во релевантниот пазар за ММОгу краток временски период и да започне со производство и дистрибуција на истиот тип на производи и услуги.

Доколку горенаведените примери се исполнети на еден пазар тогаш би можело да се смета за постоење на ефект на супституција на страната на понудата. Фактот дека конкурентните оператори поседуваат капацитет за обезбедување на услугите може да биде релевантен ако значителни дополнителни инвестиции и трошоци се потребни со цел да се обезбеди услугата. Претпоставката дека хипотетички би можело да постои супституција на страната на понудата на релевантниот пазар не се смета за релевантна при дефинирањето на пазарот. Додека пак постоечките законодавни и регулаторни бариери кои што го отежнуваат влезот на пазарот во определен временски период и ја спречуваат

супституцијата на страната на понудата, мора да се земат во предвид при дефинирањето на пазарот.

Супституцијата на страната на понудата не се користи само за дефинирање на релевантниот пазар туку и за утврдување на учесниците кои делуваат во рамките на релевантниот пазар.

Исто така треба да се прави разлика помеѓу супститутот од страната на понудата и потенцијалната конкуренција, каде што супститутот од страната на понудата брзо реагира при зголемувањето на цените, со што на потенцијалните нови конкуренти им треба повеќе време пред тие да бидат во можност да вршат понуда на пазарот. Супститутот од страната на понудата не вклучува никакви значителни дополнителни трошоци, додека за потенцијалната конкуренција потребни се високи фиксни трошоци.

И покрај фактот што релевантниот пазар “ Пристап во јавни мобилни комуникациски мрежн и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи (Големопродажен пазар) ” е дефиниран како големопродажен пазар, тој не е независен од малопродажниот пазар. Побарувачката во големопродажба е директно предизвикана од побарувачката на малопродажниот пазар, односно од потребите на претплатниците.

Согласно Препораките на Европската комисија релевантниот големопродажен пазар за пристап и започнување на повик треба да биде анализиран врз основа на пазарот на малопродажба, каде што понудата и побарувачката на пазарот за малопродажба ги диктира условите на пазарот за големопродажба.

Како резултат на тоа, АЕК, при дефинирање на релевантниот пазар ќе изврши анализа на можните супститути на страна на понудата и побарувачката од гледна точка на претплатниците на двата пазари на малопродажно и големопродажно ниво.

5.1.1.1 Пристап и започнување на повик во мобилна мрежа

Пристапот до мобилната мрежата со цел користење на услуги за претплатниците е овозможен преку СИМ картчка која претплатникот ја добива од избраниот оператор кога ќе стане негов претплатник. СИМ картичката овозможува пристап до мобилната мрежа како и можност за остварување на сите видови на појдовни повици, доколку претплатникот не сака да биде ограничен во поглед на некои услуги. Претплатник кој што сака да оствари повик преку мобилна мрежа треба прво да добие пристап до мобилната мрежа преку форма на пре-паид или пост-паид претплата во зависност од изборот кој што го направил претплатникот. Претплатникот добива пристап до мобилната мрежа на операторот кој што го избрал, што значи дека при изборот на оператор претплатникот не е осетлив на тоа дали избраниот оператор е мрежен мобилен оператор на јавна мобилна комуникациска мрежа, виртуелен мобилен оператор, обезбедувач на услуги/препродавач или оператор кој што користи услуга на национален роаминг.

Мобилните оператори во Република Македонија не нудат услуга на пристап до нивната мрежа одделно од услугата за започнување на повик, односно претплатникот кој што избрал пакет за користење на одредена услуга од даден оператор автоматски добива и пристап до неговата мрежа како и можност за остварување на сите видови повици дефинирани со избраниот пакет.

Врз база на горекажаното можеме да заклучиме дека праксата во моментот на изготвување на анализата како и во минатото покажува дека претплатник не може да добне само пристап до мрежата на мобилниот оператор, или само можност за остварување на повици туку овие две услуги се нудат заедно во пакет. Ваквиот пакет на нудење на двете услуги заедно од страна на операторите се јавува во согласност со побарувачката на пазарот т.е претплатниците не сакаат да ги купат наведените услуги одделно. Пристапот до мрежата на мобилниот оператор од страна на претплатниците може да биде извршен на следните два начина. Првиот начин е преку пост-паид претплата во која што во цената на месечната надоместок е вклучен одреден фиксен надоместок за пристап на мрежата и соодветен обем на дополнителни услуги. Вториот начин на пристап е преку пре-паид претплата која не вклучува фиксен надоместок за пристап до мрежата и користење на услугите туку во цената на услугите е вклучен и соодветен надоместок за пристап до мрежата. Цената на услугите користени преку пост-паид пакет е пониска од цената на услугите кога претплатникот користи пре-паид пакет.

Пристапот и започнувањето на повик од гледна точка на претплатникот на услугата, не можат да бидат меѓусебно независни услуги, бидејќи не е возможно претплатникот да користи услуга за пристап до мрежата од еден оператор а услуга за започнување на повик од друг оператор.

Од гледна точка на големопродажба, операторите бараат генерален пристап до јавни мобилни мрежи и потенцијал за започнување на повик со цел истите како заедничка услуга да им ги понудат на претплатниците (крајните корисници).

Од овие причини пристапот и започнувањето на повик се комплементарни услуги и како такви заедно се нудат на големопродажно ниво. Во согласност со начинот на наплата на услугите користени во мобилна телефонија во Р.Македонија според билинг системите на операторите CPP (calling party pays) кое што означува дека на национално ниво (не сметајќи ги повиците остварени во меѓународен роаминг) повикот се наплатува од страна на претплатникот кој го започнал повикот, додека претплатникот кој го прима повик не плаќа. Во ваквиот случај пристапот до мрежата на мобилниот оператор од страна на повиканиот претплатник се наплатува од претплатникот кој го започнал повикот и овој трошок е вклучен во малопродажната цена за остварување на повик која што ја плаќа претплатникот кој го започнал повикот.

Доколку хипотетички еден оператор се одлучи да ја зголеми цената за пристап до неговата мрежа за пре-паид и пост-паид претплатниците од 5 до 10%, тогаш ММОгу веројатно е претплатниците да побараат подобар ценовен пакет понуден од другите оператори.

Ваквото покачување на малопродажната цена од страна на операторот не би било профитабилно од причина што дополнителниот профит добиен од покачувањето на цената нема да ги покрие трошоците кои би произлегле од префрлањето на претплатниците кај другите оператори.

Од горенаведеното може да се заклучи дека пристапот до која и да е мобилна мрежа како и започнувањето на повик од која и да е мобилна мрежа припаѓаат на ист релевантен пазар, односно индивидуалните мрежи на операторите не се сметаат како оделни пазари како што тоа беше на пазарот за завршување на повик во индивидуалните мрежи на мобилните оператори. Ваквиот заклучок се темели на фактот што индивидуалните јавни мобилни мрежи се супститути помеѓу себе од гледна точка на претплатниците. Базирано на претходно кажаното нето така може да се заклучи дека од гледна точка на претплатниците пристапот на малопродажниот пазар како и започнувањето на повик припаѓаат на ист релевантен пазар од причина што услугите за користење на појдовни повици може да бидат користени единствено од претплатниците кои што добиле пристап до мрежата на некој од мобилните оператори. Во моментот на изготвување на анализата праксата покажува дека во Р.Македонија не е возможно претплатниците да купат пристап до мрежата на еден оператор а користење на појдовни повици од друг оператор. Во очите на претплатниците овие две услуги преставуваат интегрирани услуги како од технички така и од економски аспект затоа што тие се нудат заедно од страна на операторите.

На големопродажно ниво, операторите сакаат да добијат пристап до мобилната мрежа и можност за остварување на сите видови на појдовни повици со цел ваквите услуги да ги понудат на нивните претплатници на пазарот на малопродажба кои што сакаат да ги користат овие услуги заедно. Од оваа причина пристапот до мобилната мрежа како и користењето на сите видови на појдовни повици преставуваат интегрирани услуги и од гледна точка на операторите на големопродажно ниво.

На големопродажниот пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи за купувачи на услуги се сметаат сите оператори купувачи на услуги како и вертикално интегрираните единици на некој оператор кои користат услуги за пристап и користење на сите видови на појдовни повици добиени од големопродажните единици на истиот оператор (self-supply).

На големопродажниот пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи постојат два вида на побарувачи.

Првиот вид на побарувачи се вертикално интегрираните оператори на јавни мобилни комуникациски мрежи чии што малопродажни единици купуваат услуги на пристап и започнување на повик од нивните големопродажни единици со цел да истите ги нудат на пазарот за малопродажба, од причина што сакаат да обезбедат нивните претплатници да користат услуги на пристап до мрежата и користење на сите видови на појдовни повици (self supply).

Втор вид на побарувачи се оператори кои што немаат свои ресурси во делот на радиопристап и пренос (мобилни виртуелни оператори-МВМО, обезбедувач на услуги/препродавачи), како и оператори кои имаат своја сопствена мобилна мрежа но истата не е доволно развиена па од таа причина бараат услуги за пристап и започнување на повик од други мобилни мрежи во форма на услуги на национален роаминг.

Ваквото барање се јавува со цел да им овозможат на своите претплатници да ги користат услугите на пристап и користење на сите видови на појдовни повици на исто ниво и со ист квалитет како што големопродажните единници на операторот од кој што ги купуваат овие услуги ги продаваат на нивните малопродажни единници за истите да ги нудат на малопродажниот пазар. Од причина што цената за пристап до мрежата на малопродажно ниво е вклучена во претплатата или пак во малопродажната цена за појдовни повици, големопродажната цена на овие услуги е од големо значење за купувачите на пазарот за големопродажба.

Зголемувањето на цената на пристап и започнување на повик на големопродажно ниво, автоматски ќе се одрази на цената на малопродажба. Ваквото зголемување на цената би предизвикало и зголемување на цената на малопродажба од причина што големопродажниот трошок за пристап и започнување на повик влегува во цената понудена на малопродажно ниво. Ваквото зголемување на цената на големопродажно ниво би предизвикало губење на претплатниците на операторот кој ја зголемил цената (од гореспоменатите причини). Доколку конкуренцијата делува врз зголемувањето на цената за пристап и започнување на повик на големопродажно ниво понудена од еден оператор, таквото делување би произлегло од можната супституција на страната на побарувачката на малопродажно ниво. Конкуренентите услови на малопродажно ниво во голема мерка влијаат на пазарната моќ на големопродажно ниво.

Дури и доколку нема други оператори на големопродажно ниво кои би купиле услуга за пристап и започнување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа, возможно е да се определи хипотетички пазар за пристап и започнување на повик на база на која анализираниот оператор ги обезбедува услугите за своите потреби. Хипотетички доколку не постојат договори за пристап и започнување на повик тоа означува дека целата понуда на анализираниот големопродажен пазар се обезбедува единствено на вертикално интегриран оператор на мобилна телефонија. Во таков случај понудата на големопродажно ниво ќе зависи од побарувачката на малопродажно ниво. Големопродажниот пазар за пристап и започнување на сите видови повици вклучува елементи потребни за нудење на услуги на другите оператори на пазарот, како и за самоснабдување во форма на сопствени услуги. Доколку во дефинирањето на пазарот е вклучено и самоснабдувањето тогаш е потребно да се процени пазарната моќ на вертикално интегриран оператор на пазарот. Пазарната моќ на оператор кој што нуди големопродажни услуги на пристап и започнување на повик во јавни комуникациски мобилни мрежи на друг оператор се ограничува со услугите понудени од страна на вертикално интегриран оператор на неговите интегрирани единици кои што делуваат на

малопродажниот пазар. Од горенаведените причини при анализирањето на големопродажниот пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи (вклучувајќи и самоснабдување) треба да се земе во предвид и да биде анализиран и малопродажниот пазар на јавни мобилни комуникациски мрежи и/или услуги.

При определување на супституција на страната на понудата, мора да се земе во предвид дека оператор кој во моментот не делува на анализираниот пазар, може да одлучи да влезе на пазарот во случај на мало но значително зголемување на цените.

Доколку операторот има релативно незначителни трошоци при нудење на други услуги кои би претставувале супституција на услугите пристап и започнување на повик тогаш тие услуги кои што се понудени во својство на замена на услугата треба да бидат вклучени во пазарот. Фактот дека конкурентниот оператор поседува капацитет за нудење на супститути на услугите е нерелевантен доколку за замена на анализираните услуги се потребни дополнителни инвестиции.

При определување на супституција на страната на понудата најММОгу внимание треба да се обрне на еден факт. Кога нов оператор сака да влезе на пазарот, поради зголемувањето на цените од страна на постоечките оператори, тој треба тоа да го направи во што е можно побрзо време, а воедно треба да понуди на купувачите еднакви услуги на големопродажно ниво, што значи дека ќе треба да има мрежа споредлива со мрежата на постоечките оператори во поглед на географското покривање и капацитетот, во спротивно влезот на пазарот би бил неразумен. Повеќето примери покажуваат дека новите оператори при влез на пазарот за пристап и започнување на повик немаат своја целосно развиена мрежа туку истата ја развиваат постепено додека за тоа време услугите за пристап и започнување на повик ги купуваат од постоечките оператори на пазарот. Ваквиот начин на супституција на страната на понудата не се смета за релевантен на анализираниот пазар. Исто така може да заклучиме дека како и на малопродажно ниво така и на големопродажно ниво услугите за пристап и започнување на повик се нудат заедно како интегрирана услуга од страна на понудувачите на услугите.

За оператор кој што сака да влезе на пазарот и бара пристап до мрежата на одреден оператор, во принцип не е важно каков оператор со своја мрежа ќе го обезбедува пристапот, единствено е важно дека тој оператор ќе му овозможи пристап и започнување на сите видови повици за неговите претплатници на доволно големо географско подрачје и со доволен капацитет.

Сепак мора да се истакне дека цената на големопродажно ниво е ММОгу важна од причина што како што споменавме погоре е вклучена во цената на малопродажно ниво која операторите ја нудат на своите претплатници. Од гледна точка на операторот купувач на услугите сите јавни мобилни комуникациски мрежи кои што обезбедуваат пристап и започнување на повици претставуваат можна супституција па затоа сите припаѓаат на еден ист пазар

Во Република Македонија постојат два оператори на јавни мобилни комуникациски мрежи кои се активни на малопродажниот пазар за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и започнување на повик во јавни мобилни комуникациска мрежа и тоа се Македонски Телеком АД и ОНЕ.ВИП ДОО и истите поседуваат сопствена мрежа и обезбедуваат услуги за своите потреби. Претплатниците се во можност да купат услуги од кој и да е од наведените оператори на анализираниот пазар.. Во Република Македонија големопродажните услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи може да биде понудена од страна на операторите Македонски Телеком АД и ОНЕ.ВИП ДОО на целата територија на Република Македонија од причина што тие имаат своја целосно развиена мрежа.

Од гледна точка на малопродажната понуда и побарувачка, пристапот и започнувањето на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи треба да биде вклучено во истиот релевантен пазар. Ваквниот заклучок се должи на тоа што пристапот и започнувањето на повик преставуваат интегрирани услуги од гледна точка на претплатниците и операторите-купувачи на пазарот. Додека пристапот и започнувањето на повик во индивидуалните мрежи на операторите преставуваат супститути во очите на претплатниците. Сите видови на појдовни повици треба да бидат вклучени во анализираниот пазар. Истото се однесува и на големопродажните пазари поради фактот што пристапот и започнувањето на повик преставуваат интегрирани услуги како од гледна точка на операторот купувач така и од гледна точка на операторот понудувач на услугите, додека пак индивидуалните мрежи за пристап и започнување на повик преставуваат супститути од гледна точка на операторот купувач на услугите. Обезбедувањето на услугите за другите оператори како и обезбедувањето на услугата за свои потреби (self-supply) треба да бидат вклучени во релевантниот анализиран пазар

5.1.1.2 Мрежи на фиксна локација и мобилна мрежа

Супституција на страна на побарувачката овозможува услуги или збир на услуги кои преставуваат замена од гледна точка на претплатниците во случај на релативно зголемување на цените. При проценката на супституцијата на страната на побарувачката, треба да биде земено во предвид секое значително однесување на претплатниците во минатото во поглед на начинот на нудење на услугите. Доколку постои зголемување на цените на малопродажниот пазар за пристап и започнување на повик од страна на хипотетичкиот монопол на пазарот, претплатниците ќе бидат принудени да побараат можни супститути за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

Еден од можните супститути на пристапот и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи би бил пристапот и започнување на повик од јавна телефонска мрежа на фиксна локација. Во тој случај при зголемување на цените за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, претплатниците би

престанале да употребуваат пристап и започнување на повик од мобилни мрежи и би се префрлиле кон користење на услуги за пристап и започнување на повик од фиксни телефонски мрежи.

Меѓутоа, горенаведената можна супституција е малку веројатна од причина што пристап и започнување на повик во мобилни мрежи е ММОгу различно од пристап и започнување на повик во фиксни мрежи. Фиксните мрежи им овозможуваат на претплатниците пристап и започнување на повик во ММОгу ограничена област, односно само на локацијата на точката на конекција (или во случај на безжична телефонска употреба во радиус од неколку десетици метри).

Од друга страна, пристап до јавна мобилна комуникациска мрежа овозможува претплатниците да имаат пристап до мрежата насекаде, што значи дека претплатниците може да користат услуги за започнување на повик независно од локацијата. Еден од најважните фактори на претплатниците при изборот на купување на услугата за пристап и започнување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа е мобилноста.

Истотака, ова се потврдува со фактот што корисниците сакаат да имаат пристап до мобилна мрежа без оглед на фактот дека тие веќе имаат обезбедено пристап до мрежа преку фиксна локација.

Според горенаведеното може да се претпостави дека дури и да постои мало но значително зголемување на цените на услугите, претплатниците не би се префрлиле кон користење на услугата за пристап и започнување на повик во мрежите на фиксна локација како замена за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

Врз основа на истата претпоставка може да се дојде до ист заклучок и од гледна точка на операторите купувачи на пазарот на големопродажба.

Ако хипотетичкиот монопол ја зголеми цената за пристап и започнување на повик во својата мрежа од 5 до 10 %, операторите купувачи нема да имаат можност да бараат супститут за пристап и започнување на повик преку фиксните мрежи, бидејќи пристап до фиксни мрежи (како што е прикажано погоре) не претставува супститут за нивните претплатници, и истиот не би допринел во преминување и користење на услугите од страна на претплатниците на операторот купувач на услугите.

Дополнително на горекажаното оператор на фиксна телефонија кој во случај на мало но значително зголемување на цените се одлучи да започне со нудење на услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни мрежи не би можел брзо и ефтино да го промени неговото производство за да започне да нуди услуги во мобилна телефонија. Тој би се соочил во релативно високи структурни бариери за влез на пазарот, особено во поглед на високите фиксните трошоци поврзани со инвестицијата за изградба на мобилна мрежа.

Според горенаведеното може да се заклучи дека пристап и започнување на повик преку мрежн на фиксна локација без разлика на малопродажно или големопродажно ниво, не претставуваат замена за пристап и започнување на повик во јавни мобилни мрежн и на тој начин неможе да се смета како дел од истиот релевантен пазар.

5.1.1.3 СМС пораки

СМС – услугата за испраќање на кратки пораки овозможува размена на текстуални пораки помеѓу претплатниците преку нивните мобилни телефонски апарати. СМС пораките се продаваат на претплатниците во ист пакет со гласовните услуги независно од претплатата, односно дали претплатникот ќе биде пре-паид или пост- паид претплатник. Истотака СМС пораките се нудат на сите заинтересирани оператори купувачи на големопродажно ниво.

Доколку операторот купувач сака на неговите претплатници да им обезбеди комуникација со претплатниците на останатите оператори, мора да потпише договор со операторот продавач на пазарот за големопродажба кој ги нуди услугите: пристап, започнување на повик и СМС, со што истиот ќе им овозможи користење на тие услуги.

На пазарот за мобилна телефонија во Република Македонија СМС пораките не се нудат оделно од говорните услуги ниту на пазарот на малопродажба ниту на пазарот на големопродажба, туку истите секогаш се нудат заедно со услугите за пристап и започнување на повик. Поради овој факт можеме да заклучиме дека СМС пораките не претставуваат супститути за говорните повици туку претставуваат комплементарна услуга на услугата за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

АЕК заклучи дека услугата започнување (испраќање) СМС пораки треба да биде вклучени во истиот пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежн.

5.1.1.4 Пренос на податоци во мобилна мрежа

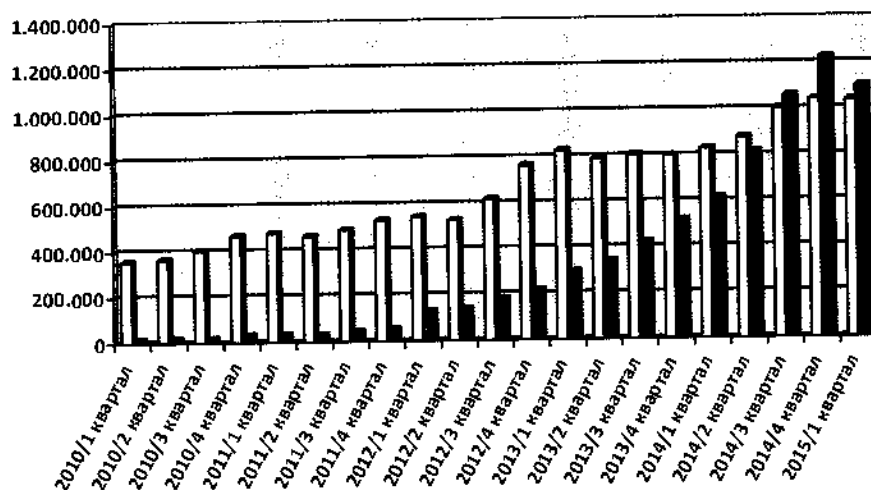
Услугите за пренос на податоци независно од технологијата (GPRS, EDGE, UMTS, HSDPA/HSUPA и LTE) се услуги кои се дел од пазарот на мобилни комуникации. Се повеќе крајните корисници на електронски комуникациски услуги во мобилна телефонија, го ставаат акцентот на услугите за пренос на податоци во нивните тарифни планови. Со тоа овој тип на услуга завзема важно место во пазарот на мобилни комуникации.

Во Република Македонија трите мобилни оператори (Т Мобиле, ОНЕ и ВИП) од 01 Септември 2014 год, отпочнаа со обезбедување на услуги за пристап до интернет преку големи брзини што ги овозможува 4G технологијата. На трите оператори беа доделени фреквенциски опсези за имплементирање на 4G технологијата како што е дадено во табелата:

Authorisation	A	B	C
downlink (MHz)	791-801	801-811	811-821
uplink (MHz)	832-842	842-852	852-862

Табела 1 Распределба на фреквенции на 800 Mhz

Услугата за пренос на податоци (независно од технологијата на пренос) се обезбедува заедно со останатите услуги како говор, смс и ммс, преку еден пристап до мобилната мрежа на операторот. Истите услуги се составен дел на тарифните модели што ги понудуваат операторите, особено пост пејд тарифните модели. Во зависност од тарифниот модел и висината на месечната претплата варира и количината на вклучен сообраќај во гигабајти во соодветниот тарифен модел. Овие состојби ги потврдува и самиот пазар на мобилни комуникации од каде може да се види радикален пораст на количината на пренесени податоци преку мобилни мрежи. Оваа констатација е прикажана на графиконот бр. 1



□ Број на претплатници на пристап на интернет преку мобилна мрежа (2G/3G) ■ Количина на пренесени податоци (GB)

Графикон 1 Пренос на податоци преку мобилни мрежи

Корисниците на мобилни комуникациски услуги со цел да ја користат услугата брз пристап до интернет ја користат истата сим картичка преку која ги обезбедуваат останатите услуги во мобилната телефонија. Покрај ова постои еден мал дел на сим картички кои се дедицирани за пристап до интернет и тоа се најчесто дата сим картичките кои се вметнуваат во usb модем преку кој корисникот си обезбедува мобилен пристап до интернет на својот персонален компјутер, лаптоп или сим картичка за таблет. Но овие

сим картички не се користат за остварување на пристап до останатите услуги како говор, смс и ммс иако преку нив може да бидат обезбедени истите услуги. Корисниците на мобилни комуникации не ги користат овој вид на дедицирани податочни сим картички од причина што остварената минута разговор би чинела неколкукратно поскапо, во споредба со нормалната цена за минута разговор.

Согласно перцепцијата на крајните корисници на мобилни комуникациски услуги од аспект на услугите кои корисникот ги користи преку една сим картичка би можело да се констатира дека услугата брз пристап до интернет е користена подеднакво како и останатите услуги за говор, смс и ммс, независно од тарифниот модел на кој се наоѓа корисникот. Исто така оваа услуга е важна за корисникот независно дали ја користи на обична сим картичка за мобилен телефон или пак истата претставува дедицирана сим картичка. Од аспект на технологијата 3G или 4G/LTE, може да се констатира дека на пазарот се користат и двете пристапни технологии за брз пристап до интернет. Согласно овие констатации може да се потврди дека услугата за пренос на податоци независно од технологијата на пристап е составен дел на големопродажниот пазар бр 11.

5.1.1.5 Деловни и резиденцијални корисници

Од гледна точка на супституцијата на страната на побарувачката, претплатниците може да бидат рамнодушни кон различни ценовни пакети без разлика дали се наменети за деловни или резиденцијални претплатници, се додека овие пакети ги задоволуваат нивните потребите и нивниот претплатнички профил.

Според горе кажаното, би било несоодветно да се направи поделба на пазарот врз основа на типот на претплатници.

Анализирајќи ги супституциите на страната на понудата може да се заклучи дека операторот кој нуди услуги на пазарот предвидени за деловни корисници правни лица е во состојба, во случај на зголемување на цените од 5 до 10 % од страна на хипотетичкиот монополист на пазарот без значителни дополнителни трошоци да започне да нуди услуги предвидени за резиденцијални претплатници (т.е. физички лица) како и обратно. Ваквото префрлање на нудење различни услуги е возможно од причина што условите за обезбедување на услуги за пристап и започнување на новик во мобилна мрежа за деловни и/или резиденцијални претплатници во основа се исти.

На големопродажно ниво не постои никаква разлика во нудењето на услуги од страна на операторот понудувач до оператор - купувач во однос на тоа дали се наменети за резиденцијални или деловни претплатниците. Операторот купувач купува услуги за пристап и започнување на новик, без разлика дали тие се наменети за резиденцијални и/или деловни претплатници, додека пак операторот понудувач не ги нуди овие услуги одделно.

Според горе наведеното АЕК заклучи дека при дефинирањето на пазарот за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи не постои разлика помеѓу обезбедувањето на услугите за резиденцијални и/или деловни претплатници и тие треба да бидат дел од истиот пазар

5.1.1.6 При-Пејд и Пост-Пејд претплатници

Поделбата помеѓу при-пејд и пост-пејд претплатници на пазарот не е сензибилна од причина што префрлањето помеѓу двата типа на малопродажни пакети од гледна точка на претплатниците е ММОгу едноставно.

Генерално постои релативно лесна супституција како од страната на понудата така и од страната на побарувачката, односно и покрај различната целна група во фокусот на операторот односно на претплатникот, е релативно лесно префрлањето на претплатниците од при-пејд кон пост-пејд и обратно.

Според претходно утврдениот заклучок во однос на при-пејд и пост-пејд претплатници може да се констатира дека на малопродажно ниво, операторот кој ги нуди услугите исклучиво на пост-пејд претплатници може во случај на хипотетичко зголемување на цената од 5 до 10 % да почне да нуди услуги на при-пејд претплатници без дополнителни трошоци за обезбедување на услугата, како и обратно, бидејќи условите за обезбедување услуги за пристап и започнување на повик во мобилни мрежи на при-пејд и пост-пејд претплатници во основа се исти.

Слична е ситуацијата и на пазарот на големопродажба каде што нема разлика во нудењето на услугите од операторот понудувач до операторот купувач без оглед на тоа дали истите се наменети за при-пејд или пост-пејд претплатници. Операторот купувач купува услуги за пристап и започнување на повик но не одделно за при-пејд или пост-пејд претплатници, што укажува на фактот дека операторите понудувачи не ги продаваат овие услуги одделно.

При-пејд и пост-пејд претплатници може да се сметаат како дел од истиот релевантен пазар за продажба на производи и услуги.

Врз основа на горенаведеното може да се заклучи дека при дефинирање на пазарот за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи не постои значителна разлика помеѓу при-пејд и пост-пејд претплатници и тие се дел од анализираниот пазар.

5.1.1.7 Интернационален роаминг

Услугата интернационален роаминг им нуди можност на претплатниците на одреден оператор да продолжат со користење на услугите на мобилна телефонија додека престојуваат надвор од земјата во која што имаат потпишано договор за користење на јавни мобилни комуникациски мрежи.

На пазарот на малопродажба услугата интернационален роаинг најчесто се нуди заедно со услугите пристап, започнување на повик и започнување на СМС и како таква е предмет на ист договор како за во земјата. На големопродажно ниво побарувачката за услугата интернационален роаинг е од странски оператори. Супституцијата на страната на побарувачката е мала од причина што услугата интернационален роаинг најчесто се користи за работи или бизнис кон се вршат надвор од територијата на државата. Супституцијата на понудата на големопродажно ниво е исто така ограничена од причина што обезбедувач на услуги/препродавачите и МВМО операторите не се во можност да потпишуваат договори за интернационален роаинг како мобилните мрежни оператори туку само ја препродаваат услугата на други мобилни оператори.

Врз основа на горенаведеното АЕК заклучи дека интернационалниот роаинг не е дел од пазарот за Пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, туку претставува посебен големопродажен пазар.

5.1.1.8 Видови на пристап на големопродажниот пазар

На пазарот за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи постојат четири различни видови на оператори кои последователно претставуваат четири различни типови на пристап до мобилна мрежа.

Од гледна точка на претплатниците споменатите различни видови на пристап претставуваат супститути на малопродажно ниво, од причина што претплатниците не се интересираат дали нивниот пристап и започнувањето на повик се обезбедени од страна на оператор со сопствена мрежа (ММО), виртуелен мрежен мобилен оператор (МВМО), обезбедувач на услуги/препродавач или од оператор кој што користи национален роаинг. Во принцип врските помеѓу операторите остануваат скриени за претплатниците, од причина што истите се ирелевантни за обезбедување на бараните услуги.

Од гледна точка на големопродажба, операторите на сите гореспоменати типови на пристап единствено сакаат да добијат пристап и започнување на услугите кон што се дел од овој пазар со цел истите да ги обезбедат и понудат на претплатниците на пазарот на малопродажба.

Во Република Македонија сите оператори на мобилни мрежи се вертикално интегрирани односно преку своите големопродажни единици ги опслужуваат сопствените претплатници на малопродажно ниво. Таквото дејствување на операторите претставува самоснабдување (self supply).

Во врска со горенаведеното потребно е да биде истакнато дека согласно членот 3 точка 19 од ЗЕК, пристапот се дефинира како:

“Пристап е овозможување на достапност до средства и/или услуги на друг оператор под определени услови, на ексклузивна или неексклузивна основа, заради обезбедувањена електронски комуникациски услуги вклучително и кога тие се користат за обезбедување на услуги на информатичкото општество или емитување на програмски содржини. Тоа, меѓу другото, опфаќа: пристап до мрежни елементи и придружни средства што може да вклучува поврзаност на опремата преку фиксен или подвижен начин (ова особено вклучува пристап до локалната јамка и до средствата и услугите, неопходни за обезбедување на услуги преку локалната јамка); пристап до физичка инфраструктура, вклучувајќи згради, канал и столбови; пристап до соодветни софтверски системи, вклучувајќи системи за оперативна поддршка; пристап до информатички системи или бази на податоци за поднесување на барања за преднарачка, обезбедување, испорака, одржување, поправка и наплата; пристап до системите за транслирање на броеви или пристап до системи кон нудат таква еквивалентна функционалност; пристап до фиксни и мобилни мрежи, особено за роаминг; пристап до системи со условен пристап за дигитални телевизиски услуги и/или пристап до виртуелни мрежни услуги”.

Операторите кои што делуваат на овој релевантен пазар може да обезбедат следниевидови на пристап за:

- **обезбедувач на услуги/препродавачи**, на друг оператор да му обезбеди одредени услуги на големопродажна основа за препродажба ,
- **виртуелни оператори**, да одобри отворен пристап до технички интерфејси, протоколи или други значајни технологии што се неопходни за интероперабилноста на услугите или за виртуелните мрежни услуги и
- **мрежни оператори кон користат национален роаминг**, да обезбеди одредени услуги потребни за овозможување на интероперабилност на услугите од една крајна точка до друга крајна точка на корисниците, вклучително и средства за интелегентни мрежи или роаминг кај мобилните мрежи .

Мобилен мрежен оператор – ММО

Мобилниот мрежен оператор за извршување на работните задачи ја користи својата мрежа, која што работи на фреквенцискиот спектар за кој што има добиено Одобрение за користење на радиофреквенции. Мрежниот оператор има сопствена основна мрежа, потпишува интерконекциски договори со останатите оператори на пазарот, користи сопствени СИМ картички, менаџира со доделени серии на броеви и користи свој сопствен мрежен код (MNC), склучува договори за користење на услугата интернационален роаминг на неговите претплатници и менаџира и обезбедува услуги кои што се продаваат под неговиот бренд.

Мобилниот мрежен оператор кој е прогласен за оператор со значителна пазарна моќ има обврска да овозможи на друг оператор користење на радио и основна мрежа овозможувајќи му на тој начин на операторот- купувач да обезбедува услуги.

Во пракса операторите со сопствена мрежа (ММО) на пазарот за мобилна телефонија се вертикално интегрирани, што значи дека неговите големопродажни единици обезбедуваат големопродажни услуги на неговите малопродажни единици потребни за опслужување на малопродажниот пазар.

За време на изготвувањето на оваа анализа, на пазарот за мобилна телефонија во Република Македонија има два активни мобилни мрежни оператори и тие се: “Македонски Телеком” АД Скопје и “ОНЕ.ВИП ДОО” Скопје.

Оператори - препродавачи

Операторите - препродавачи немаат одобрение за користење на радио фреквенции ниту пак користат основни мрежни елементи за да овозможат започнување и завршување на повик за своите претплатници.

Оператор - препродавач мора да се здобне со пристап до радио и основната мрежа од ММО со цел да овозможи обезбедување на услугите на јавни мобилни комуникациски мрежи. Исто така овие препродавачи не се вертикално интегрирани и не обезбедуваат големопродажни услуги за сопствени потреби, туку за работа на малопродажно ниво закупуваат услуги од некој оператор-понудувач на големопродажно ниво.

Операторите - препродавачи немаат своја основна мрежа преку која би им овозможиле започнување и завршување на повик на своите претплатници, немаат склучени договори за интерколекција со други оператори, немаат свој сопствен мобилен мрежен код (MNC) туку таквиот го користат од ММО операторот, немаат доделени серии на броеви ниту свои СИМ картички туку само ги препродаваат под сопствениот бренд и не можат да склучуваат договори за интернационален роаминг за своите претплатници.

Операторите - препродавачи може да нудат сопствени услуги, и да се рекламираат под својот бренд, но таквите услуги не можат многу да се разликуваат од услугите на ММО операторот кој што му обезбедил пристап до неговата мобилна мрежа. Во Република Македонија не постојат оператори - препродавачи кои ги нудат овие услуги и до моментот на изготвување на анализата нема нотифициран субјект кој активно работи и обезбедува ваков тип на услуги.

МВМО

Мобилен виртуелен мрежен оператор (МВМО) е оператор за мобилна телефонија кој што нема одобрение за користење на радиофреквенции, односно за нудење на своите услуги ги користи радиофреквенциите доделени на мобилниот мрежниот оператор (ММО) со кој има склучено договор за пристап и користење на мрежните ресурси. МВМО операторот

потпишува сопствени договори за интерконекција со останатите оператори. Истот може да поседува мрежни компоненти од соге (основната) мрежата и може да обезбедува сопствени услуги со дополнителна вредност. МВМО е купувач на услугата за пристап до радио делот од мрежата на ММО на големопродажниот пазар и обезбедувач на услугите на малопродажно ниво.

МВМО може да издава свои сопствени СИМ картички, да поседува свој сопствен мобилен мрежен код (MNC), да поседува мобилен комутациски центар (MSC), да склучува договори за користење на услугата на интернационален роаминг за неговите претплатници, да менаџира со доделени серија на броеви, и да обезбедува услуги кои ќе се продаваат под неговиот бренд.

Во временскиот период опфатен со изготвувањето на анализата на релевантниот пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи во Република Македонија не постојат МВМО оператори кои ги нудат овие услуги.

АЕК смета дека овој вид на пристап е составен дел на релевантниот големопродажен пазар за пристап до јавна мобилна комуникациска мрежа и услуги за започнување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа.

Мрежен оператор кој користи национален роаминг

Оператор кој што користи национален роаминг во исто време е и ММО оператор и ги има истите карактеристики како и ММО, со исклучок на тоа што нема доволно развиена пристапна мобилна комуникациска мрежа до степен од кој што ќе биде во состојба да дејствува независно на пазарот. Поради оваа причина ММО во национален роаминг е сличен со МВМО оператор бидејќи купува пристап до радио мрежата на одреден оператор на пазарот за големопродажба во одредени региони, за ограничен временски период се додека не ја заврши во целост изградбата на сопствената пристапна мрежа до степен до кој ќе може да дејствува независно на релевантниот пазар.

Во временскиот период на изготвување на анализата на релевантниот пазар и двата оператори кои што обезбедуваат услуги во Република Македонија, Македонски Телеком АД и ОНЕ.ВИП ДОО ја имаат развиено својата мрежа на целата територија на државата. Од тие причини на пазарот не постои оператор кој користи услуга на национален роаминг.

5.2 Заклучок од дефиницијата на услугите кои припаѓаат на овој релевантен пазар

Врз основа на процената на супституцијата на страната на понудата и супституцијата на страната на побарувачката следните услуги се составен дел од релевантниот големопродажен пазар бр 11:

- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници за сопствена употреба (self-supply),
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на виртуелен мобилен оператор,
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на обезбедувач на услуги/препродавач и
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на национален роаминг.

5.3 Дефинирање на географски пазар

Согласно со Методологијата за анализа на релевантни пазари на АЕК за електронски комуникации објавена на www.aec.mk, во секторот за електронски комуникации, географската димензија на релевантните пазари најчесто се определува имајќи ги предвид следните два критериуми:

- Подрачје покрено со мрежа
- Постоене на легални или други регулаторни инструменти

Врз оваа основа, географските пазари можат да бидат дефинирани како локални, национални или пак пазари кои покриваат територија на две или повеќе држави.

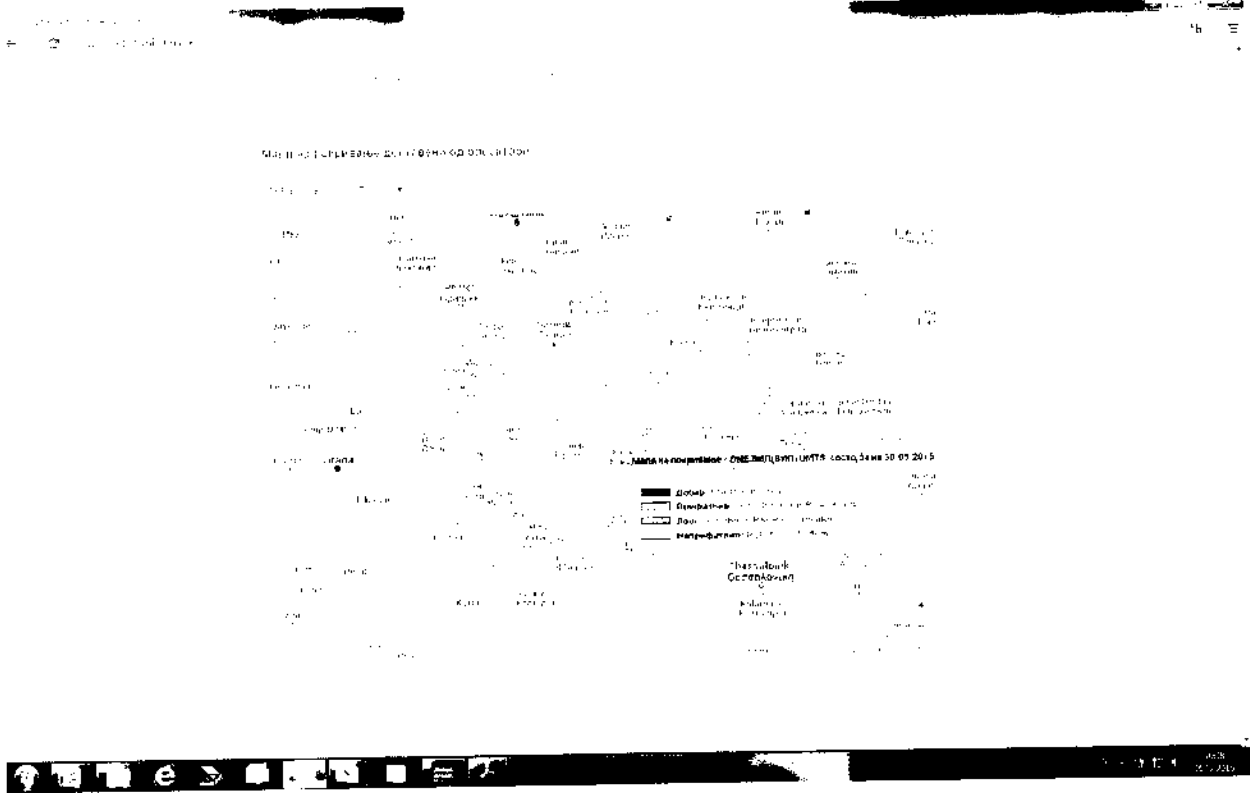
Географскиот пазар вклучува одредена територија во која се нудат соодветните меѓусебно заменливи јавни електронски комуникациски мрежни и/или услуги и во која конкурентните услови се исти и се разликуваат од оние во соседните области.

- Подрачје покриено со мрежа

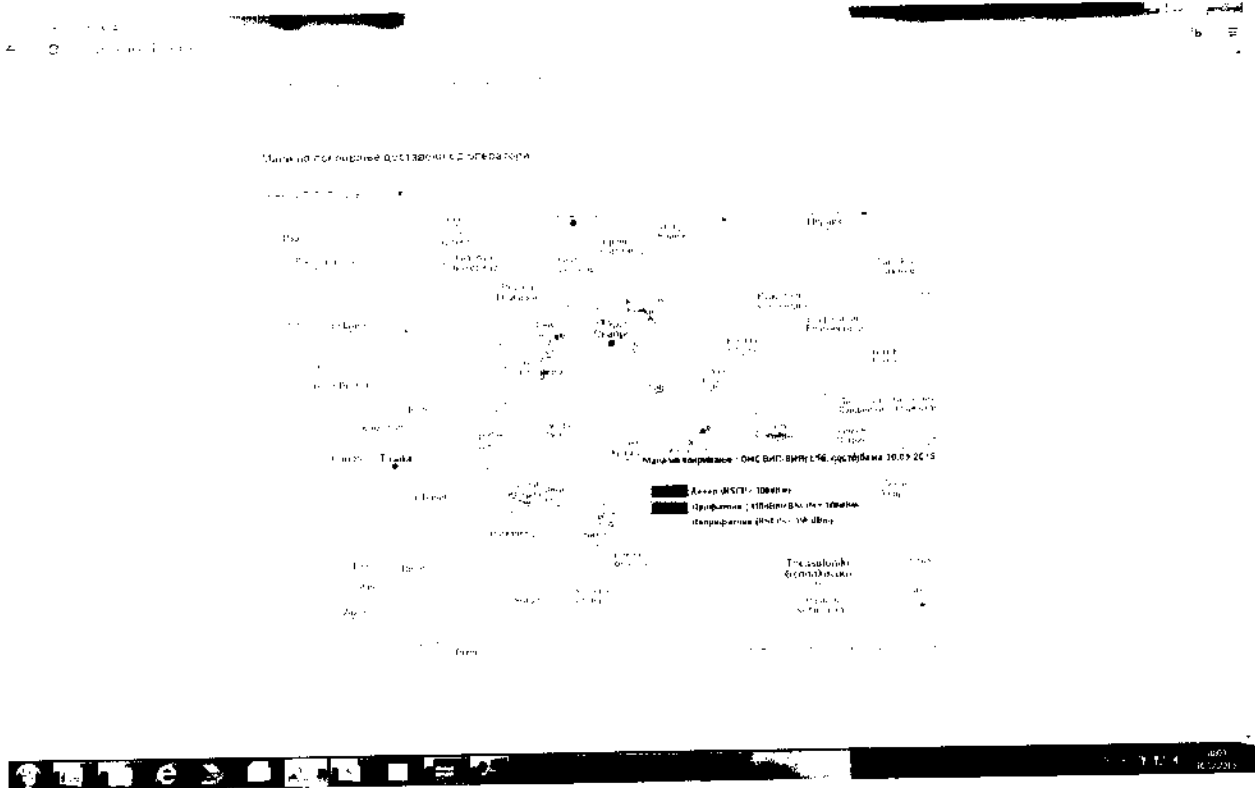
Поради присуството на врска помеѓу пазарниот удел и покриеноста на мрежата и фактот дека операторите кои обезбедуваат јавни електронски комуникациски услуги обично применуваат еднакви цени на територијата која е покрисна од нивните мрежи, првата фаза на испитување на присуство на географски подпазари зависи од покриеноста на мрежата на операторот со поголем пазарен удел на релевантниот пазар на услуги.

Во Република Македонија во моментот на спроведување на оваа анализа на пазарот на мобилни комуникации постојат два мобилни мрежни оператори ОНЕ.ВИП ДОО и операторот Македонски Телеком АД. Двата мобилни оператори поседуваат електронска комуникациска мрежна инфраструктура на 2G/3G технологија која покрива повеќе од 95% од населенето во државата при што може да се каже дека и двата мобилни оператори имаат национално покривање на територијата на државата со овој вид на мрежи. Како што веќе претходно споменавме операторите поседуваат фреквенциски бенд на 800 MHz за обезбедување на услуги преку 4G/LTE технологија. Меѓутоа и двата оператори немаат целосно национално покривање по население, но ги исполнуваат обврските од нивните одобренија за користење на овие фреквенции за временскиот период на оваа анализа. Тука треба да биде нагласено дека и двата мобилни оператори обезбедуваат еднакви услуги со еднакви цени и еднакви услови за обезбедување на услугата за целата територија на Република Македонија. Подолу во овој текст се прикажани малите на покриеност со мрежа на операторите кои што делуваат на овој пазар. Изворот на овие мапи е веб сајтот комуницирај.мк кој е администриран од АЕК и е кориснички ориентиран сајт со достапни информации за крајните корисници на електронските комуникациски услуги.

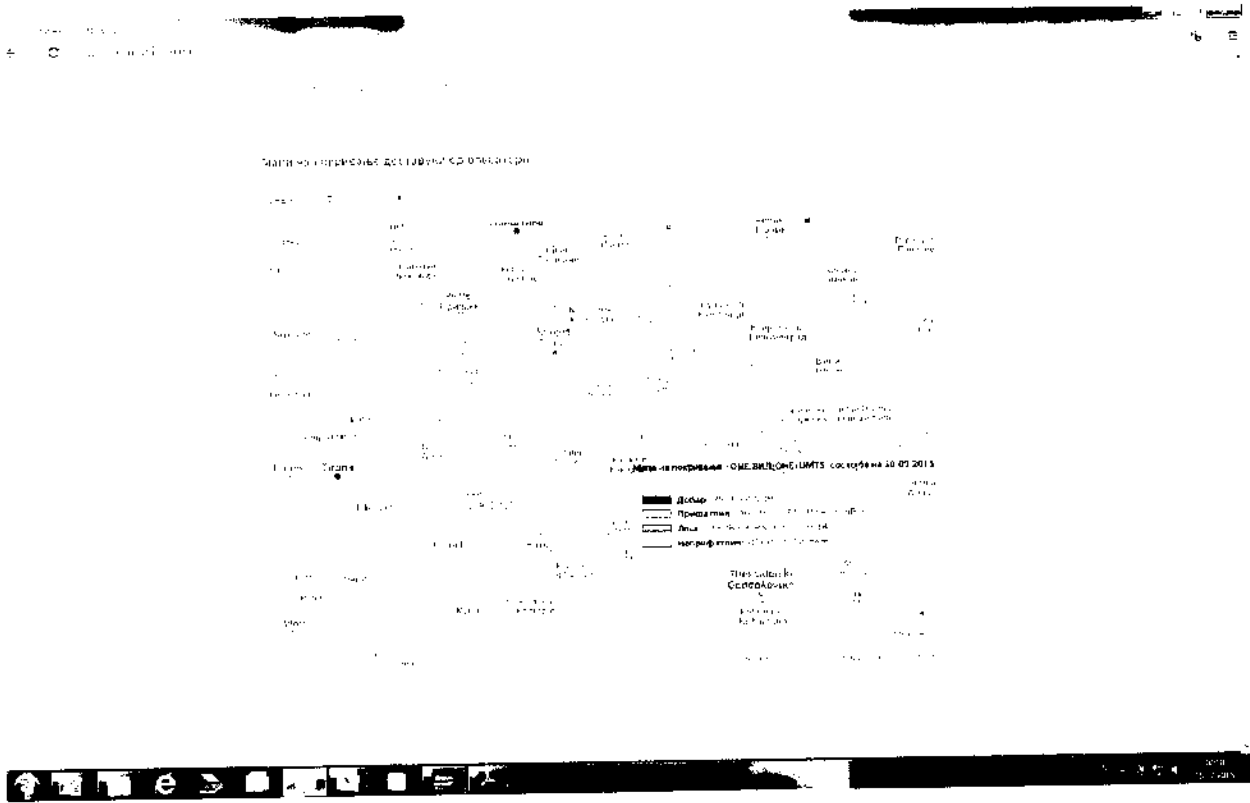
1. ОНЕ.ВИП ДОО(правен претходник ВИП оператор) УМТС сигнал



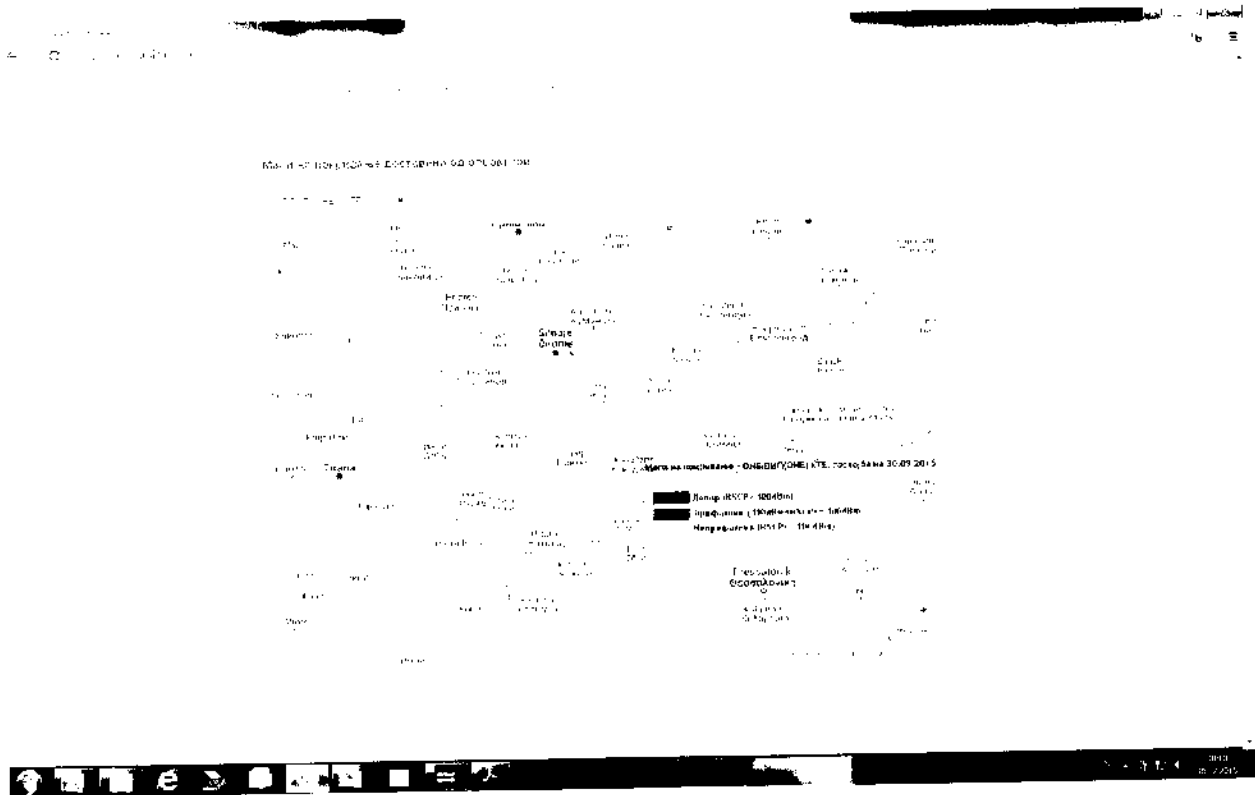
ОНЕ.ВИП ДОО(правен претходник ВИП оператор) LTE сигнал



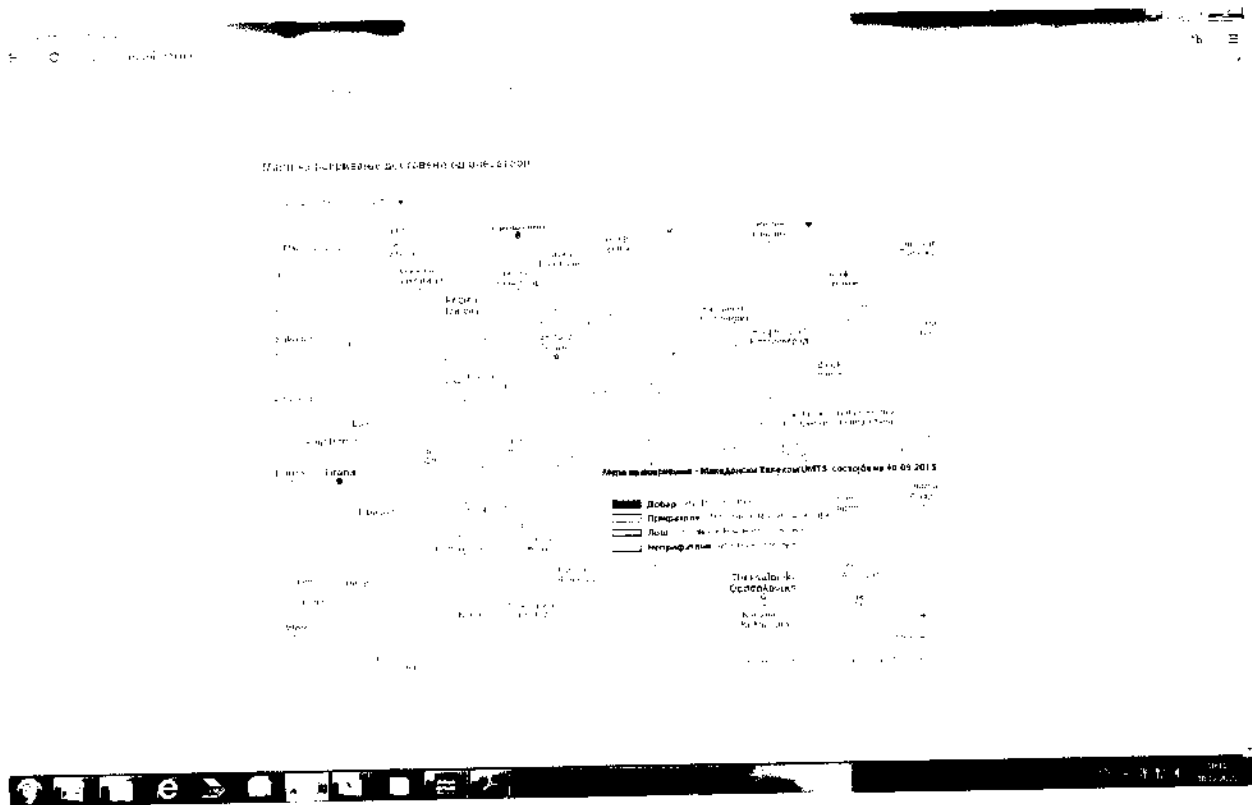
2. ОНЕ.ВИП ДОО(правен претходник ОНЕ оператор) УМТС сигнал



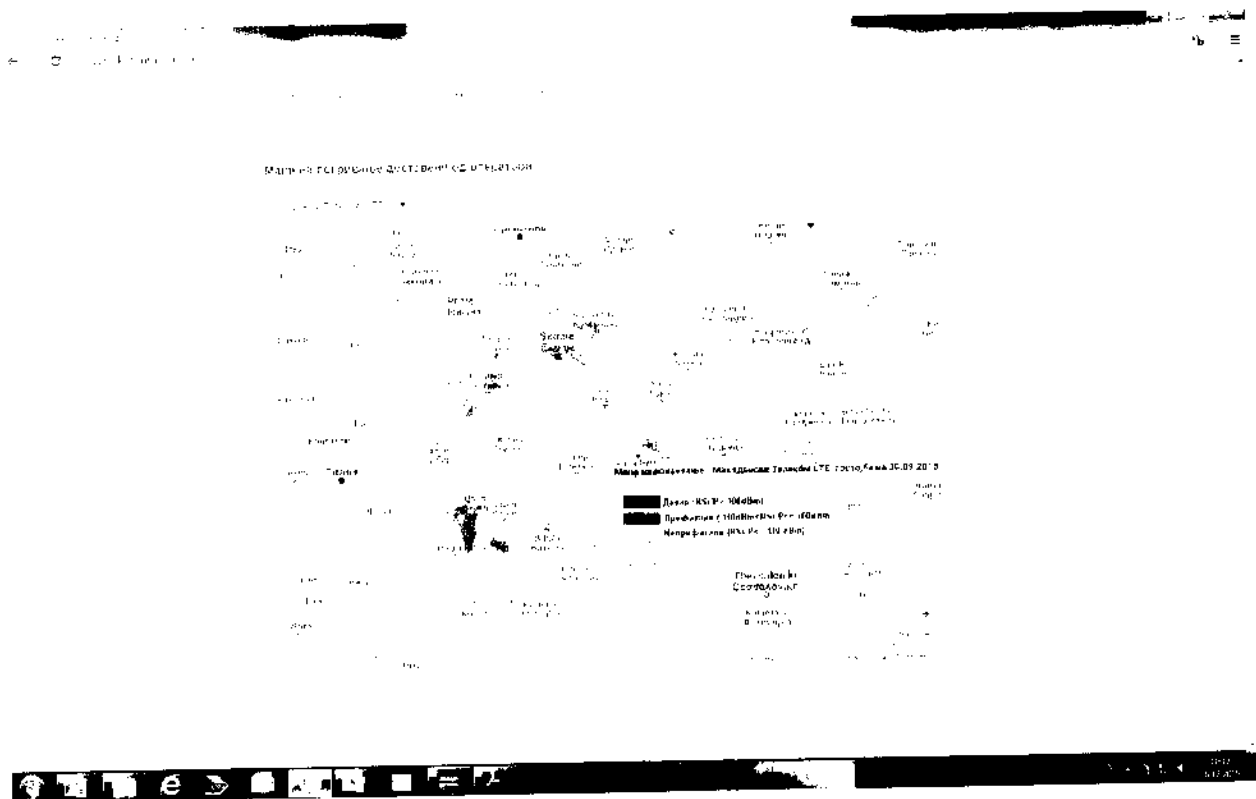
ОНЕ.ВИП ДОО(правен претходник ОНЕ оператор) ЛТЕ сигнал



3. Македонски Телеком АД (правен претходник Т Мобиле оператор) УМТС сигнал



Македонски Телеком АД (правен претходник Т Мобиле оператор) LTE сигнал



- Постојење на легални или други регулаторни инструменти

Според член 60 од ЗЕК став (1): Пред започнување со обезбедување на јавни електронски комуникациски мрежи и/или услуги се доставува нотификација до АЕК. Операторите кои за овозможување на своите услуги е потребно да користат ограничени ресурси треба да поднесат барање за нивно користење за потоа АЕК да им издаде одобрение за користење на истите. Поради тоа АЕК смета дека не постојат разлики во однос на бариерите за влез на малопродажниот пазар на мобилни комуникации на одредени географски пазари.

Прв чекор на националното регулаторно тело треба да биде утврдувањето дали постои доказ за географската сегментација или дали има докази кои укажуваат на постоењето на еден национален пазар.

Географска сегментација на конкретен пазар е соодветно да се направн откако ќе се докаже дека конкурентните услови во даден регион се разликува од оние во соседните региони. Спроведувањето на детална географска анализа е оправдано во случај да се исполнеги следниве услови:

- еден или неколку од алтернативните оператори имаат значителна, но помалку од национална покриеност на мрежите на територијата на земјата и вршат значителен конкурентен притисок во областите во кои спроведуваат активности;
- операторот или операторите со значителна пазарна моќ даваат услуги со различни цени во различни региони на земјата или применува единствени национални цени кои се разликуваат значително од цените на алтернативните оператори;
- постојат значителни географски разлики во карактеристиките на понудените услуги во однос на брзината, гарантираниот квалитет и др.

Имајќи предвид дека сите три оператори кои постоеле во Република Македонија, а со процесот на спојување од 01.10.2015 година тоа се два оператори, имаат национална покриеност на сопствените мрежи, овие мрежи се независни една од друга може да се заклучи дека не е исполнет првиот критериум односно не постои трет помал алтернативен оператор кој има помала мрежна покриеност од националната а сепак може на тоа географско подрачје да прави значителен конкурентски притисок на останатите два оператори.

Што се однесува до вториот критериум може да се каже дека без исклучок мобилните оператори обезбедуваат услуги по еднаква цена, односно нивните тарифни планови немаат географски ограничувања. Ова ситуација е природна за мобилниот пазар и за операторите кои работат на тој пазар. Што значи никакви географски диференцијации во портфолиото на услуги не постојат. Од тој аспект може да се заклучи дека и двата

мобилни оператори во моментот обезбедуваат еднакви цени на целата територија на државата. Доколку пак го набљудуваме големопродажниот пазар за услугата пристап и започнување на повик во мобилна мрежа, операторот кој поседува значителна пазарна моќ според претходната анализа има еднакви цени и услови за своите услуги на целата територија на државата. Исто така, во минатото постоеле и комерцијални договори помеѓу операторите за обезбедување на големопродажните услуги за пристап и повик, и може да се заклучи дека на малопродажно ниво постоела единствена цена за тие услуги која на било кој начин не била географски дефинирана. Самата природа на мобилниот пазар и постоењето на една мрежна инфраструктура сопственост на операторот обезбедувач на услугата, ја дефинира унифицираната цена и останатите услови под кои ќе се користат услугите. Според тоа во триот критериум за оправдување на географска сегментација исто така не е исполнет.

Оваа ситуација се рефлектира и од аспект на карактеристиките на услугите и перформансите на поединечна услуга. Може да се тврди дека географски разлики во карактеристиката на еден тарифен план не постои. Може да постои мала разлика во квалитетот но тоа е повеќе од аспект на техничките карактеристики на мрежата и таквиот вид на проблем се отстрануваат за ММОгу кратко време. Мошне важно е дека разлика во квалитет од аспект на она што е понудено во тарифните планови не е дозволиво за еден мобилен оператор. Според тоа можеме да заклучиме дека и овој критериум не е исполнет.

АЕК смета дека не се исполнети основните критериуми за географска сегментација на големопродажниот пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи и според тоа нема реална основа да се претпостави дека конкурентните услови во одделени региони на земјата се разликуваат до тој степен со што е оправдано утврдување на регионални пазари.

Заклучок: АЕК ја потврдува дефиницијата на соодветниот географски пазар како национален пазар. Според тоа големопродажниот пазар за услугата пристап и започнување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи е пазар кој ја опфаќа целата територија на Република Македонија и не подлежи на никакво регионално географско дефинирање.

5.4 Заклучоци за дефинирањето на пазарот 11 - Пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Врз основа на процената на супституцијата на страната на понудата и супституцијата на страната на побарувачката следните карактеристики се составен дел од релевантниот големопродажен пазар бр 11:

- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие

мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници за сопствена употреба (self-supply),

- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на виртуелен мобилен оператор,
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на обезбедувач на услуги/препродавач/препродавач и
- пристап до сите јавни 2G, 3G и 4G/LTE мобилни мрежи и започнување на сите видови на повици, СМС/ММС пораки како и услуги за пренос на податоци во овие мрежи, за резиденцијални и деловни, при-пејд и пост-пејд претплатници со цел обезбедување на услуги на национален роаминг.
- АЕК ја потврдува дефиницијата на соодветниот географски пазар како национален пазар.

Имајќи го во предвид дефинирањето на нови услуги кои се составен дел на овој пазар, како услугите за пренос на податоци, како и потврдување на услуги за СМС и ММС, кои не се составен дел на релевантниот пазар утврден според Европската препорака за релевантни пазари² досегашниот наслов на големопродажниот пазар бр 11 “за услугата пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи” утврден во Одлуката за релевантни пазари подложни на претходна регулација заведена под број 02-5015/1 од 23.09.2010 год, ќе се промени во големопродажен пазар за “пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи”. Овој релевантен пазар е национален пазар и не подлежи на никакво регионално географско дефинирање.

² COMMISSION RECOMMENDATION of 11 February 2003 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (2003/311/EC)

6. Три критериум тест – големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи

Следен чекор во анализата е примената на три критериум тест со цел да се утврди дали пазарот за пристап и започнување на услуги во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа треба да продолжи и понатаму да биде предмет на ex-ante регулација. Согласно членот 79 – спроведување на анализа на релевантните пазари од ЗЕК, АЕК спроведува анализа на релевантните пазари имајќи ги предвид препораките на Европската комисија за утврдување на релевантни пазари на производи и услуги и каде што е соодветно во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата.

Согласно членот 80 - Утврдување на релевантни пазари на производи и услуги став 2 (ЗЕК), при утврдувањето на релевантните пазари на производи и услуги АЕК треба да утврди дека кумулативно се исполнети следниве три критериуми:

- присуство на високи и постојани барнери за влез кои можат да бидат од структурна, правна или регулаторна природа,
- структура на пазар кој има тенденција кон неефективна конкуренција во рамките на релевантен временски период и
- Законот за заштита на конкуренцијата не е доволен сам да ги разреши проблемите на пазарот.

Во случај кога истовремено се задоволени сите три критериуми, АЕК може да утврди релевантен пазар подложен на претходна регулација на кој нема воопшто или има недоволна конкурентност по што ќе спроведе анализа со која ќе се утврди нивото на пазарна конкуренција, односно ќе се утврди дали на пазарот постои оператор кој поседува значителна пазарна моќ.

Согласно членот 81 – пренепитување на утврден релевантен пазар на производи и услуги (ЗЕК), АЕК во определени временски периоди кои не можат да бидат подолги од три години во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата, е должна да го преиспита утврдениот релевантен пазар на производи и услуги. Во согласност со овој член АЕК на почетокот од анализата на релевантниот големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа, ќе спроведе три критериум тест со кој ќе испита дали и понатаму се исполнети сите критериуми неопходни за претходна регулација на истиот.

Главната разлика помеѓу три критериум тестот и процесот на анализирање на пазарот, е тоа што со три критериум тестот се става акцент на развојот и структурата на пазарот, а во

процесот на спроведување на анализа на релевантниот пазар акцентот се става на односот помеѓу операторите кон дејствуваат на тој релевантен пазар, можноста од злоупотреба на доминантна пазарна моќ од страна на еден оператор и постоење можност за потенцијално неконкурентско однесување.

6.1 Прв критериум - Присуство на висок и постојан бариери за влез кои што можат да бидат од структурна, правна или регулаторна природа

Согласно ЗЕК, Методологијата за анализа на релевантните пазари на АЕК бариерите кои се јавуваат како резултат на структурните карактеристики на релевантниот пазар се дефинирани како структурни бариери а бариерите кои се јавуваат како резултат на правни и регулаторни окружувања се дефинирани како легални бариери.

При анализата согласно со овој критериум АЕК го истражува постоењето на високи и постојани структурни, правни или регулаторни бариери за влез на одреден пазар во рамките на временска рамка до следната анализа а која согласно член 81 од ЗЕК не може да биде подолга од три години.

Структурни бариери за влез на пазарот се оние кои се појавуваат како резултат на потребните првични трошоци или условите на побарувачката и создаваат нееднакви услови помеѓу операторот со значителна пазарна моќ на пазарот и останатите оператори на електронски комуникациски мрежи/услуги кои што сакаат да влезат на пазарот односно го отежнуваат или попречуваат влезот на нови играчи на пазарот. Присуството на високи и постојани бариери за влез е главна пренрека за развој на ефективна конкуренција. Барнерата за влез претставува рестрикција за влез на релевантен пазар која им овозможува на постојните оператори да ги зголемат цените над реалното конкурентно ниво.

Структурните бариери за влез може да се јават од следните причини:

- кога на релевантниот пазар постои оператор кој го достигнал нивото на економија на обем и економија на интеграција потребни за ефикасно обезбедување на релевантната услуга
- кога влезот на релевантниот пазар бара од новиот учесник значителна инвестиција и трошоци кои во нормални услови се рентабилни на долг рок, инаку напуштањето на пазарот пред тој временски период ќе претставува загуба (sunk cost).
- кога една или повеќе компоненти од постоечката мрежа се потребни за обезбедување на релевантната услуга од страна на новиот учесник на релевантниот пазар, а тие компоненти неможат технички да се дуплираат или можат да се дуплираат со огромни трошоци кои кај новиот учесник и во првичната фаза на влез на пазарот и во континуитет не му овозможуваат економска исплатливост.

На пазарот за пристап и започнување на услуги во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа во периодот кој го опфаќа оваа анализа има ситуација на постоење на две мрежни инфраструктури и тоа операторите Македонски Телеком АД и операторот ОНЕ.ВИП ДОО. На пазарот во Република Македонија до 01. Октомври 2015 постојеа три мрежни инфраструктури на трите мобилни мрежни оператори Т Мобиле, ОНЕ и ВИП. Меѓутоа, на пазарот се случила определени процеси на припојување и спојување кај операторите со што сликата целосно се измени. Операторот Т Мобиле се припои кон операторот Македонски Телеком АД и истиот не постои повеќе како посебен правен субјект. Неговата мрежа и понатаму продолжи да постои во рамки на Македонски Телеком АД. Додека, кај останатите два мобилни мрежни оператори, беше спроведен процес на спојување со формирање на ново правно лице, операторот ОНЕ.ВИП ДОО кој е сопственик на двете мрежи. До крајот на 2014 година на пазарот на мобилни комуникации во Македонија функционираше и виртуелниот оператор Албафон кој работеше преку користење на мрежната инфраструктура на ОНЕ. Меѓутоа, овој оператор повеќе не постои и нема корисници. Оттаму, во моментот постојат два мрежни оператори и две мрежни инфраструктури. Друга мобилна мрежна инфраструктура не постои. Имајќи предвид дека природата на пазарот е таква да не може да се изгради мрежа за краток временски период, истата чини ММОгу скапо и операторот кој ја гради би се соочил со ММОгу бариери и трошоци, логично е да се заклучи дека постојат високи структурни бариери за влез и изградба на нова мрежна инфраструктура. Тоа значи и отежнати услови за појава на нови мрежни оператори.

Понатаму, врз основа на препораките на Европската комисија, легалните бариери не зависат од економски услови, но произлегуваат од законодавни, административни или други слични мерки кои индиректно влијаат на влезот на нови оператори/учесници на пазарот.

Врз основа на Извештајот за три критериум тест број 080604 од Групата на европски регулатори (ERG), главните легални бариери за влез на пазарот се следните:

- Потребата за административна одлука односно дозвола за да се започне со комерцијална работа;
- Ограничувања и услови поврзани со употребата на радиофреквенцискиот спектар;
- Влијание на начинот на кој е поставена регулативата за нови оператори/учесници кои планираат да влезат на пазарот.

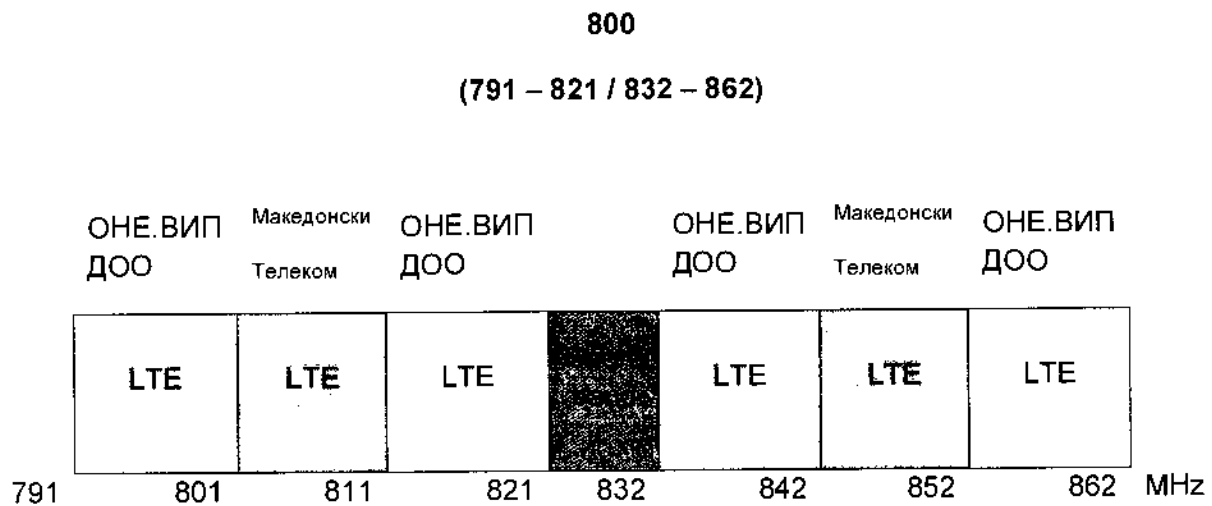
Правни или регулаторни бариери се бариери кои не се засноваат на економските услови, а се резултат на законодавни, административни или други државни мерки, кои во одреден степен го ограничуваат пристапот до пазарот на потенцијалните конкуренти или нивното идно однесување.

- Потребата за административна одлука односно нотификација за да се започне со комерцијална работа

Согласно ЗЕК во член 60 став (1) е наведено дека пред започнување со обезбедување на јавни електронски комуникациски мрежи и/или услуги се доставува нотификација до АЕК. Во член 60 став (2) се наведува дека врз основа на нотификацијата од ставот (1) на овој член операторот има право да обезбедува јавни електронски комуникациски мрежи и/или услуги, односно да гради, работи и управува со јавна електронска комуникациска мрежа или да овозможи достапност на истата, согласно со овој закон. Согласно овој законски основ секоја компанија која ќе ги испочитува законските одредби и ќе се нотифицира може непречено да ја обезбедува услугата за пристап и услугата започнување на повик на пазарот. Според тоа пречка од ваков административен вид како бариера на пазарот не постои.

- Ограничувања и услови поврзани со употребата на радиофреквенцискиот спектар

Наведената бариера е од огромно значење за пазарот кој е предмет на оваа анализа земајќи во предвид дека станува збор за безжична технологија при што главен ресурс се фреквенциите. Оттаму распределбата на радиофреквенцискиот спектар помеѓу двата мрежни оператори е од огромна важност. Во продолжение е претставена распределбата на радио фреквенцискиот спектар помеѓу двата оператори на пазарот на мобилни комуникации:



Табела 2 Распределба на фреквенциски спектар на 800 MHz

900

(880 – 915 / 925 – 960)

ОНЕ.ВИП ДОО		Македонски Телеком	ОНЕ.ВИП ДОО		ОНЕ.ВИП ДОО		Македонски Телеком	ОНЕ.ВИП ДОО	
GSM и IMT-2000/UMTS		GSM и IMT-2000/UMTS	GSM и IMT-2000/UMTS		GSM и IMT-2000/UMTS		GSM и IMT-2000/UMTS	GSM и IMT-2000/UMTS	
880	890	902.5	915	925	935	947.5	960	MHz	

Табела 3 Распределба на фреквенциски спектар на 900 MHz

1800

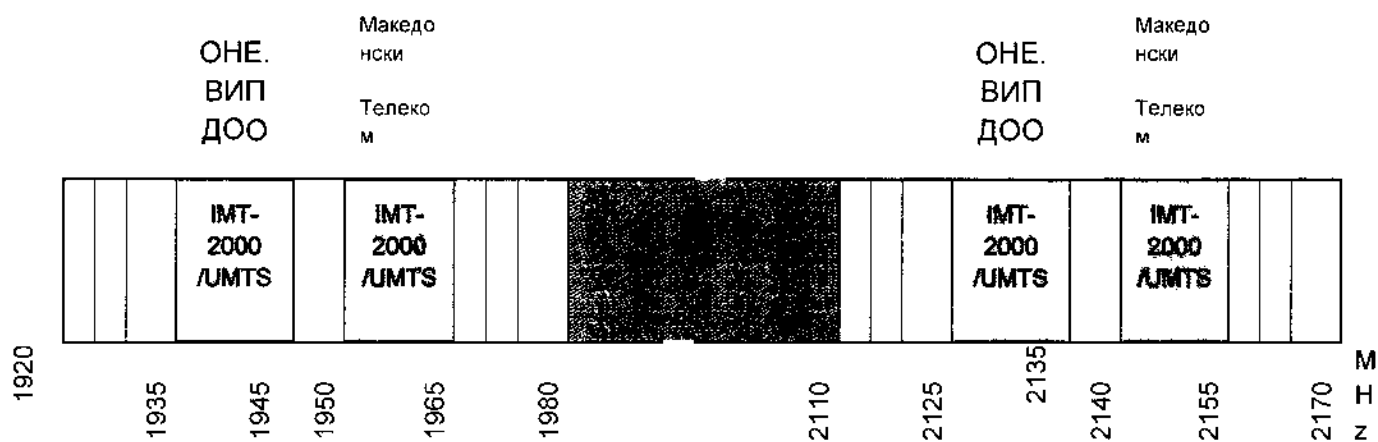
(1710 – 1785 / 1805 -1880)

ОНЕ.ВИП ДОО		Македонски Телеком			ОНЕ.ВИП ДОО		Македонски Телеком			ОНЕ ВИП ДОО		
GSM и IMT- 2000/U MTS	DCS18 00 (GSM1 800) и IMT- 2000/U MTS	DCS18 00 (GSM1 800) и IMT (UMTS /LTE /WiMA X)	DCS18 00 (GSM1 800) и IMT (UMTS /LTE /WiMA X)	DCS18 00 (GSM9 00) и IMT (UMTS /LTE /WiMA X)	DCS 1800 (GSM180 0) и IMT (UMTS/LT E /WIMAX)	GSM и IMT- 2000/U MTS	DCS18 00 (GSM1 800) и IMT- 2000/U MTS	DCS18 00 (GSM1 800) и IMT (UMTS /LTE /WiMA X)	DCS18 00 (GSM1 800) и IMT (UMTS /LTE /WiMA X)	DCS18 00 (GSM9 00) и IMT (UMTS /LTE /WiMA X)	DCS 1800 (GSM1 800) и IMT (UMTS /LTE /WiMA X)	
1720	1730	1745	1755	1770	1785	1805	1815	1825	1840	1850	1865	1880
												M Hz

Табела 4 Распределба на фреквенциски спектар на 1800 MHz

2100

(1920 – 1980 / 2110 – 2170)



Табела 5 Распределба на фреквенциски спектар на 2100 MHz

Имајќи ги предвид горенаведените податоци може да се заклучи дека расположливиот радиофреквенциски спектар е ограничен ресурс и следствено нема доволно слободни радио фреквенции за влез на нов оператор кој што би бил во состојба да изгради ефикасна мрежа која ќе биде конкурент на постоечките. Според тоа пречка од овој вид постои на пазарот.

- Влијание на начинот на кој е поставена регулативата за нови оператори/учесници кои планираат да влезат на пазарот

АЕК верува дека не постојат одредби во ЗЕК или подзаконските акти, со кои може да се оневозможи на операторот кој ја изградил сопствената мрежа да оствари влез на пазарот обработен во овој документ и да започне да обезбедува комерцијална услуга пазарот на мобилни комуникации. Согласно оваа констатација формално законската регулатива не оневозможува влез односно го гарантира либералниот влез на пазарот. Но, поради тоа што пазарот на мобилни комуникации е специфичен пазар, мошне важен елемент при почнувањето со работа за нов оператор е обезбедување на одобрение за користење на фреквенции од страна на АЕК. Овој момент претставува потешкотија за операторите од аспект на временскиот период за влез на пазарот, што зависи од процедури кај државни органи, дополнителни трошоци за аплицирање за одобрение за користење на радиофреквенции, учество на јавен тендер итн. Законската регулатива предвидува еднаш годишно или на барање на некоја заинтересирана страна да се отпочнува постапка со цел да се согледа интересот за користење на слободниот фреквенциски спектар. Поаѓајќи од овие законски норми можеме да заклучиме дека начинот на кој е поставена регулативата

не претставува пречка за влез на нови оператори на пазарот кои би ја зајакнале конкуренцијата, но оперативно компанијата мора да помине серија процедури, да закупи фреквенциски спектар за кој е потребно да се избори на јавен тендер доколку истиот е на располагање, да ги прибави сите потребни дозволи за градба на антенски столбови и поставување на базни станици итн..

Врз основа на горе образложениот прв критериум за постоење на високи и постојани бариери за влез на релевантниот пазар кои можат да бидат од структурна, правна или регулаторна природа, АЕК констатира постоење на такви структурни бариери за влез на овој пазар како што е образложено погоре. Може да се заклучи дека самиот ЗЕК овозможува непречен влез и работа на потенцијален нов или постоечки оператор на овој релевантен пазар и со тоа таквите правни бариери од аспект на ЗЕК не постојат. Но, она што има огроММО влијание и претставува структурна бариера за влез и развој на ваквите мрежи претставуваат ограничените радиофреквенциски ресурси.

Според се погоре образложено АЕК смета дека првиот критериум за спроведување на претходна регулација (ex-ante) на овој релевантен пазар е исполнет.

6.2 Втор критериум - Структура на пазар кој има тенденција кон неефективна конкуренција во рамки на релевантен временски период

Вториот критериум се однесува дали во отсуство на претходна регулација (ex-ante) пазарот има тенденција да има ефикасна конкуренција во временскиот интервал од три години до кога најдоцна треба да се спроведе следна анализа. Според работниот документ на Европската Комисија бр {{C(2007) 5406}} EXPLANATORY NOTE со вториот критериум треба да се покаже дали и при евентуалното постоење на високи бариери за влез на пазарот недостасува можноста за ефикасна конкуренција на пазарот за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи во рамките на предметниот тригодишен период до следната анализа.

Анализата на горенаведениот критериум треба да доведе до заклучок дали структурата на пазарот обработена во овој документ се стреми кон развој на ефективна конкуренција. Анализа на овој критериум би требало да се движи во насока на проверка на условите на пазарот кои водат кон ефективна конкуренција. Исто така потребно е да се утврди дали и покрај постоење на потенцијални бариери за влез на пазарот, дали во перспективен период од три години би можело да се очекува истиот да се развива и движи кон ефективен конкурентен пазар. Желбата за развој на одржлива конкуренција во соодветен временски период, не значи дека истото ќе се случи за краток временски период но значи дека со анализата е утврдено дека постои одредена динамика на пазарни настани кои може да доведат до ефикасна пазарна конкуренција.

При разгледувањето на овој критериум ЕК препорачува разгледување на неколку показатели кои ја опишуваат динамиката на развој на ефективна конкуренција на пазарот:

- пазарен удел
- контрола на инфраструктура која не се дуплира едноставно
- технолошки развој на пазарот
- потенцијална конкуренција

Уделот на пазарот: Пазарниот удел на операторите на релевантните пазари е значаен показател за пазарната моќ на нстите. Европската комисија со Основните напатствија за вршење на анализа на релевантни пазари ја дефинираат значителната пазарна моќ на релевантен пазар:

„операторите и давателите на услуги кои имаат помалку од 25 % удел на релевантниот пазар се смета дека не поседуваат доминантна позиција, додека учеството кое изнесува повеќе од 40 % се претпоставува дека има доминантна позиција. Случај на ММОгу висок пазарен удел од над 50 % е доказ за постоење на доминантна позиција..

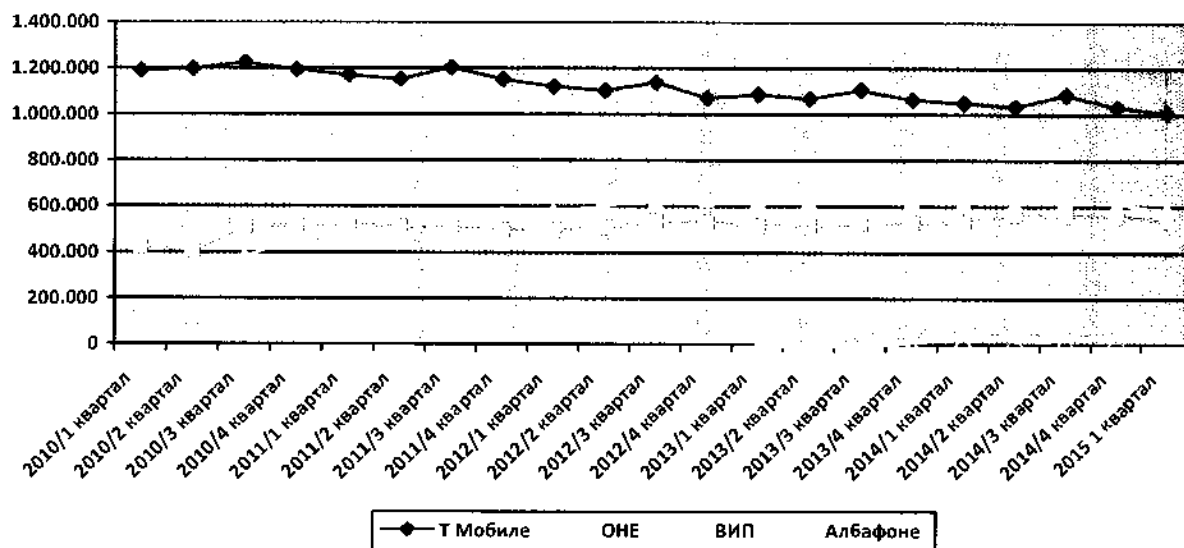
Согласно член 10 од Законот за заштита на конкуренцијата став 2:

“се претпоставува дека едно претпријатие има доминантна позиција, ако неговото учество на релевантниот пазар изнесува повеќе од 40 %, освен ако претпријатието не го докаже спротивното.”

Големото пазарно учество на операторот со значителна пазарна моќ е значаен показател за постоење на доминантна положба на релевантните пазари, како што произлегува од судската практика на судот на Европската заедница каде операторот има пазарно учество поголемо од 50% само по себе е доказ за постоење на оператор со значителна пазарна моќ на релевантен пазар. Мерките кои се потребно да се употребат при мерењето на пазарното учество се различни, во зависност од значајноста на релевантниот пазар.

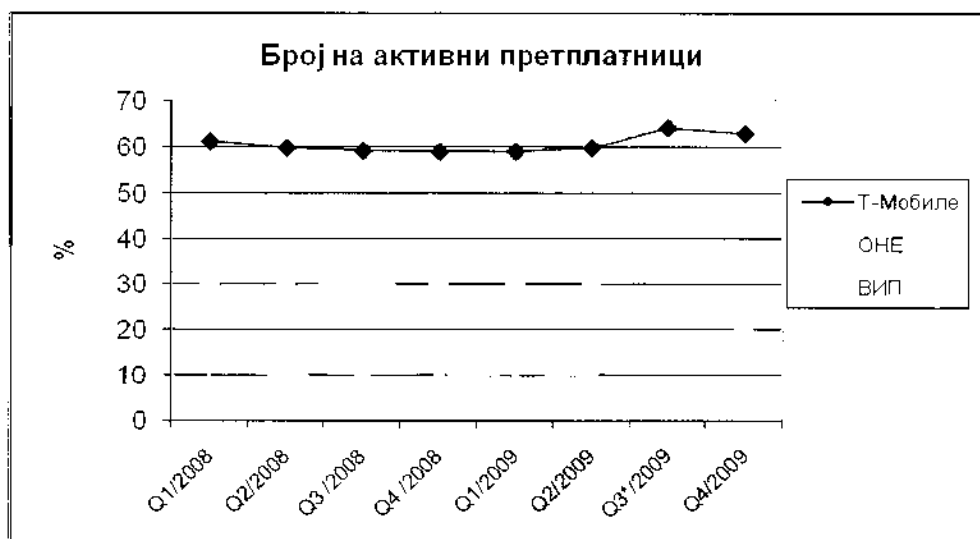
Операторот Т Мобиле (Македонски Телеком АД како негов правен наследник), е оператор кој со првата анализа на големопродажниот пазар за услуга за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи е прогласен дека поседува значителна пазарна моќ. Меѓутоа реално на пазарот не е единствен кој може да ги обезбедува услугите кои се дефинирани на овој релевантен пазар. Во минатото се покажа во повеќе наврати (Ало телеком, Албафон...) дека на комерцијална основа се склучувани договори со определени виртуелни мобилни оператори.

При разгледување на пазарните состојби во овој критериум на почетокот ќе биде прикажан пазарниот удел на операторите во малопроджба на графиконот кој следува:

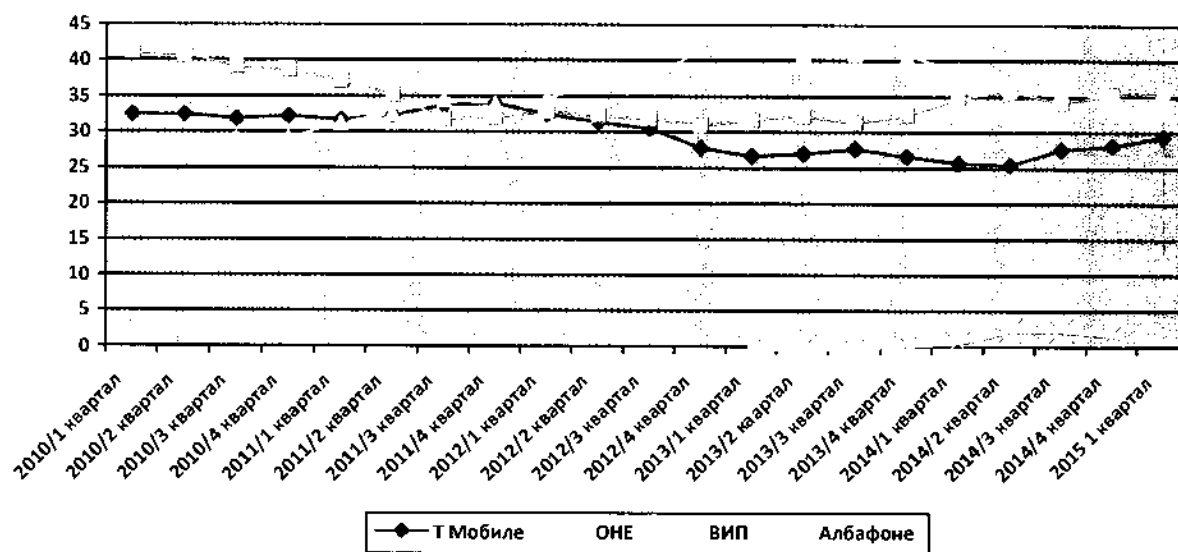


Графикон 2 Удел на операторите според бројот на претплатници

Во периодот опфатен со првата анализа на овој релевантен пазар состојбата заклучно со 2009 година била како на графиконот (извор: прва анализа на релевантен пазар 11):

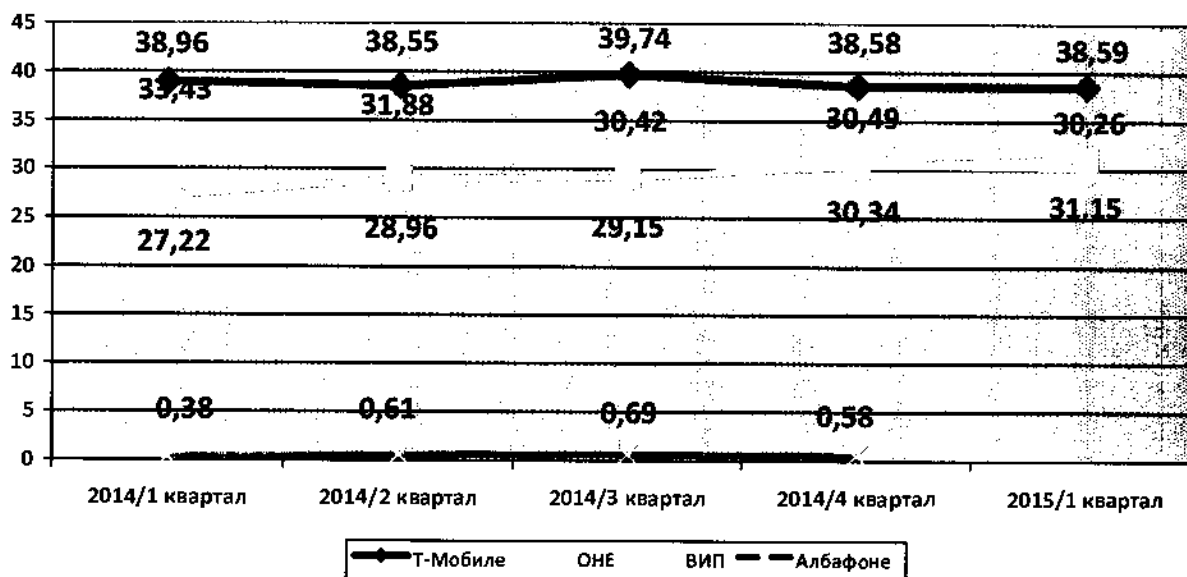


Бројот на минути сообраќај кој е започнат од мрежата на поединечните мобилни оператори е прикажан на графиконот:



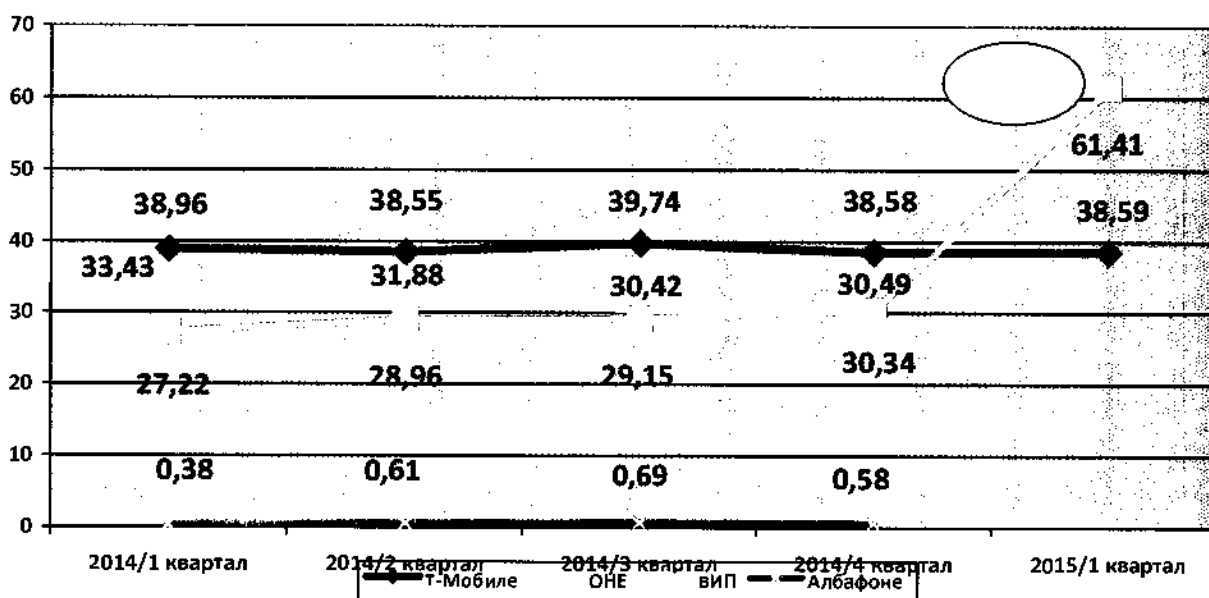
Графикон 3 Удел според минути сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во други мобилни мрежи

Од прикажаните податоци за започнување на минути сообраќај во мобилна мрежа може да се забележи дека најмал број на минути започнати од мобилниот оператор Т Мобиле завршуваат во други јавни мобилни електронски комуникациски мрежи, односно мрежите на операторите ОНЕ и ВИП. Ова покажува дека од бројот на започнати минути сообраќај во мрежата на Т Мобиле, најголем дел од тие минути завршува “он нет”, во сопствената мрежа. Ова е случај и кај другите два оператори. Односно поголем дел од започнатите минути завршуваат во сопствената мрежа “он нет”.



Графикон 4 Удел според минути сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во мобилни мрежи (вклучително “self supply”)

Меѓутоа имајќи во предвид спојувањето на операторите ОНЕ и ВИП во ОНЕ.ВИП ДОО, значи буквално спојување на уделот на овие два оператори. Во тој случај овој графикон би изгледал како следиото:



Графикон 5 Удел според минути сообраќај кој започнува од мрежата на операторот а завршува во мобилни мрежи (вклучително “self supply”)

Овој податок покажува дека новиот оператор веќе забележува поголем пазарен удел според минути сообраќај започнати во сопствената мрежа од досегашниот оператор со значителна пазарна моќ. Односно, генерален заклучок е дека со сооднос 60:40 и двата оператори имаат доминација на овој релевантен пазар за започнување на минути сообраќај во мобилни мрежи. Со тоа може да се заклучи дека наметнување на претходна регулација (ex-ante) на овој релевантен големопродажен пазар од аспект на пазарниот удел е оправдана.

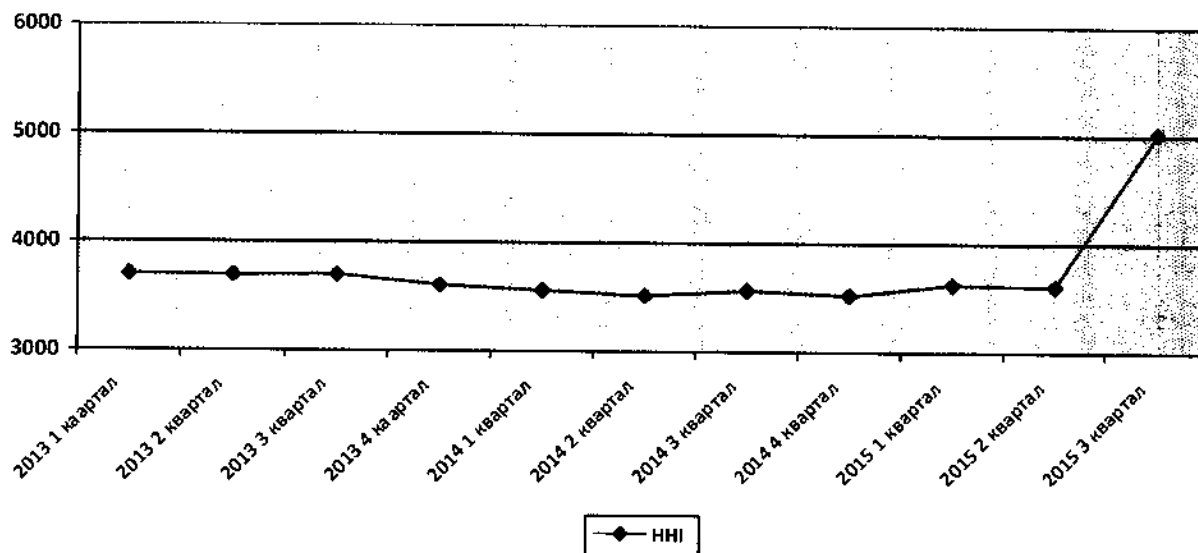
Контрола на инфраструктура која не се дуплира едноставно – Развојот на мобилната мрежа претставува процес кој побарува време и финансиски средства. Мобилната мрежна инфраструктура во секој аспект претставува инфраструктура која не се дуплира едноставно. Потребен е подолг временски период на поставување на аптениски столбови и базни станици. Од друга страна самото прибирање на дозволи за градба на сите тие објекти одзема време и значителни финансиски средства. Според тоа може да се каже дека нереално е да се очекува дека во релативно краток временски период, нов влезен играч на пазарот ќе изгради паралелна мрежна инфраструктура и ќе влијае на начин на кој значително ќе се подобри конкуренцијата на пазарот на мобилни комуникации. Од овој аспект и овој поткритериум за наметнување на претходна регулација е исполнет.

Технолошки развој на пазарот: Пазарите кои што се водени од иновациите и од конвергенцијата на продуктите и услугите се смета дека имаат тенденција кон ефикасна конкуренција. Кај овие пазари кои што се водени од иновациите и од конвергенцијата на продуктите и услугите во подолг рок се смета дека конкуренцијата ќе биде наметната од операторите кои што во моментот на анализирањето на пазарот не претставуваат значителни конкуренти на пазарот. Меѓутоа во моментот, ситуацијата на мобилниот пазар е таква што може да се очекува појава на нови виртуелни оператори, кои би имале потешкотии во работењето и нереално е да се очекува дека во период на важење на оваа анализа истите би прераснале во значителни оператори, кои би развиле мрежна инфраструктура со што би преминале во мрежни оператори. Оттука АЕК смета дека е нереално да се очекува подобрување на конкуренцијата на пазарот врз основа на значителен технолошки развој на пазарот кој би го постигнале нови играчи.

Значителен технолошки напредок претставуваат инвестициите во мрежи од следните генерации или 4G/LTE технологија за брз пренос на податоци. Како што претходно беше напоменато постојните мобилни оператори во Македонија, поседуваат фреквенциски спектар преку кој ја обезбедуваат оваа услуга за брз пристап до интернет. Појавата на виртуелен оператор не би создала ситуација на раММОправен пазарен натпревар во овие високи технолошки решенија со постојните мобилни мрежни оператори. Според ова може да се заклучи дека и од аспект на технолошкиот развој како поткритериум, истиот не може да влијае значително на конкуренцијата и да доведе до нејзино значително подобрување во периодот кој го опфаќа оваа анализа.

Потенцијална конкуренција – Имајќи предвид дека од 01. Октомври 2015 година на пазарот на мобилни комуникации постојат и функционираат само два мобилни

оператори. Ова значи дека индексот на Herfindahl – Hirschman изнесува како на графиконот подолу:



Графикон 6 Индекс на концентрација

Во ваква ситуација дури и да има влез на мобилни виртуелни оператори, или нов мрежен оператор, не може на пазарот да се очекува дека краткорочно тоа би направило значителна промена во степенот на конкуренција на начин што ќе ја придвижи кон ефективно конкурентен пазар. Може да биде заклучено дека и врз основа на овој поткритериум овој релевантен пазар останува подложен за претходна (ex ante) регулација.

6.3 Трет критериум - Недоволност на Законот за конкуренција (во услови на непостоење на ex-ante регулација) за регулирање на релевантниот пазар

Третиот критериум се однесува на проценката дали правото на заштита на конкуренцијата е доволно за надминување на неефикасна конкурентна средина која што се претпоставува дека постои на пазарот.

Во Македонија органот овластен да го применува правото на заштита на конкуренцијата е Комисијата за заштита на конкуренцијата. Нејзината основна дејност претставува ex-post регулација на пазарите. Во тој случај регулаторни мерки се применуваат кога ќе се утврди дека од даден учесник на пазарот се извршени активности кои доведуваат до нарушување на конкуренцијата. Тоа е и суштинската разлика во однос на примената на ex-ante регулација, каде наметнувањето на одредени обврски има за цел да го спречи нарушувањето на условите за конкуренција. Во случај на ex-ante регулација контролата се

врши превентивно, за разлика од принципот типичен за активностите на Комисијата за заштита на конкуренцијата за подоцнежна контрола.

Согласно член 11 „Злоупотреба на доминантна позиција“ став (1) од Законот за заштита на конкуренција „забранета е секоја злоупотреба на доминантната позиција од едно или повеќе претпријатија на релевантниот пазар или негов суштински дел“. Во член 11 став (2) од истиот закон се дадени 6 особени случаи на злоупотреба на доминантна позиција, при што оваа листа не е исцрпна и конечна. Односно, доколку за одредено однесување кое не е наведено во овие 6 особени случаи се утврди дека претставува злоупотреба на доминантна позиција, истото може да се подведе под општата забрана за злоупотреба на доминантна позиција.

Во член 48 од Законот за заштита на конкуренција „Истражување во одделни сектори на економијата и одделни видови на договори став (1), е определено дека „ако постојат околности кои укажуваат на можноста конкуренцијата да биде нарушена, Комисијата за заштита на конкуренцијата може да спроведе истражување во определен сектор на економијата или за определен вид на договори во различни сектори на економијата“.

Во членот 52 „Мерки за воспоставување на ефективна конкуренција“ став (1) е дефинирано дека Комисијата за заштита на конкуренцијата „може на сторителот на прекршокот со решение да му наложи потребни мерки на однесување и структурни мерки за отстранување на штетните последици од нарушувањето на конкуренцијата настанати со прекршокот и да определи рокови за нивно извршување“.

Во член 59 „Потешки прекршоци“ став (1) точка 2) „Комисијата за одлучување по прекршок на претпријатието односно здружението на претпријатија со решение ќе му изрече глоба во износ до 10% од вредноста на вкупниот годишен приход остварен во последната деловна година, изразена во апсолутен и номинален износ за која претпријатието или здружението на претпријатија има составена годишна сметка ако стори злоупотреба на доминантна позиција во смисла на член 11 од Законот за заштита на конкуренција“.

Искуствата на АЕК во врска со регулацијата на пазар на електронските комуникации укажуваат дека операторот кој поседува значителна пазарна моќ може да превземе широк спектар на постапки со цел одложување и спречување на ефективната конкуренција. Конкретно на овој релевантен големопродажен пазар операторите може да превземат мерки со кои ќе го отежнат влезот на нови учесници на пазарот а со тоа ќе го оневозможат пазарниот натпревар. Ова особено може да го прават со необезбедување на пристап до нивната мрежа за други заинтересирани компании. Тука ефектите на правото на заштита на конкуренцијата се ММОгу ограничени а речиси ММОгу мали кога се во прашање цените и трошоците за пристап до мобилна мрежа. Според тоа, АЕК смета дека постоењето на претходна регулација би влијаело превентивно на начин што ќе го

оневозможи блокирањето на влезот на нови оператори на пазарот. Исто така ќе ги гарантира цените и условите под кои би се обезбедувал пристапот до мрежата како и другите елементи на интерконекцијата. Оттука, АЕК смета дека и третиот критериум за имплементирање на претходна (ex ante) регулација на овој релевантен големопродажен пазар е исполнет.

6.4 Заклучок од примена на тестот на трите критериуми

По примената на тестот на трите критериуми може да се дојде до заклучок дека пазарот за услуга пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи кумулативно ги задоволува трите применети критериуми:

- присуство на високи и постојани бариери за влез кои можат да бидат од структурна, правна или регулаторна природа,
- структура на пазар кој има тенденција кон неефективна конкуренција во рамките на релевантен временски период;
- Законот за заштита на конкуренцијата не е доволен сам да ги разреши проблемите на пазарот.

односно сите три критериум за примена на претходна регулација се исполнети. Според тоа овој пазар и понатаму треба да биде подложен на претходна (ex ante) регулација односно потребно е да се пристапи кон дополнителна анализа со цел утврдување на постоење на значителна пазарна моќ.

Согласно член 82 став (1) од ЗЕК, доколку АЕК врз основа на анализа на релевантен пазар утврди дека на тој пазар нема доволно ефективна конкуренција, таа има обврска да одлучи кој или кои оператори имаат значителна пазарна моќ на тој пазар во согласност со членот 76 ставови (1) и (2) од ЗЕК.

Согласно ставот (2) од истиот член, на операторот кој е определен како оператор со значителна пазарна моќ согласно со ставот (1) на овој член, АЕК може да му наметне, продолжи или измени некои од постоечките обврски согласно со законот, кои треба да бидат базирани на природата на идентификуваниот проблем и да бидат пропорционални и оправдани, а во насока на исполнување на регулаторните цели и начела од членот 7 од ЗЕК.

7. Определување на оператор со значителна пазарна моќ

Согласно член 78, од ЗЕК, “При вршењето на процена дали два или повеќе оператори заеднички имаат доминантна позиција на пазарот согласно со членот 76 став (2) од овој закон, Агенцијата ги има предвид особено следниве критериуми кои не се применуваат кумулативно”:

- Сличен удел на пазарот;
- Високи правни или економски барнери за влез на пазарот и
- Недостаток на потенцијална конкуренција.

7.1 Уделот што операторот го има на релевантниот пазар и промените на неговиот удел на пазарот со текот на времето

Првиот економски критериум кој може да се употреби за оценување на тоа дали пазарот се стреми кон ефективна конкуренција е определување на големината на пазарниот удел на операторите на релевантниот пазар и неговата стабилност или промена во одредена временска рамка.

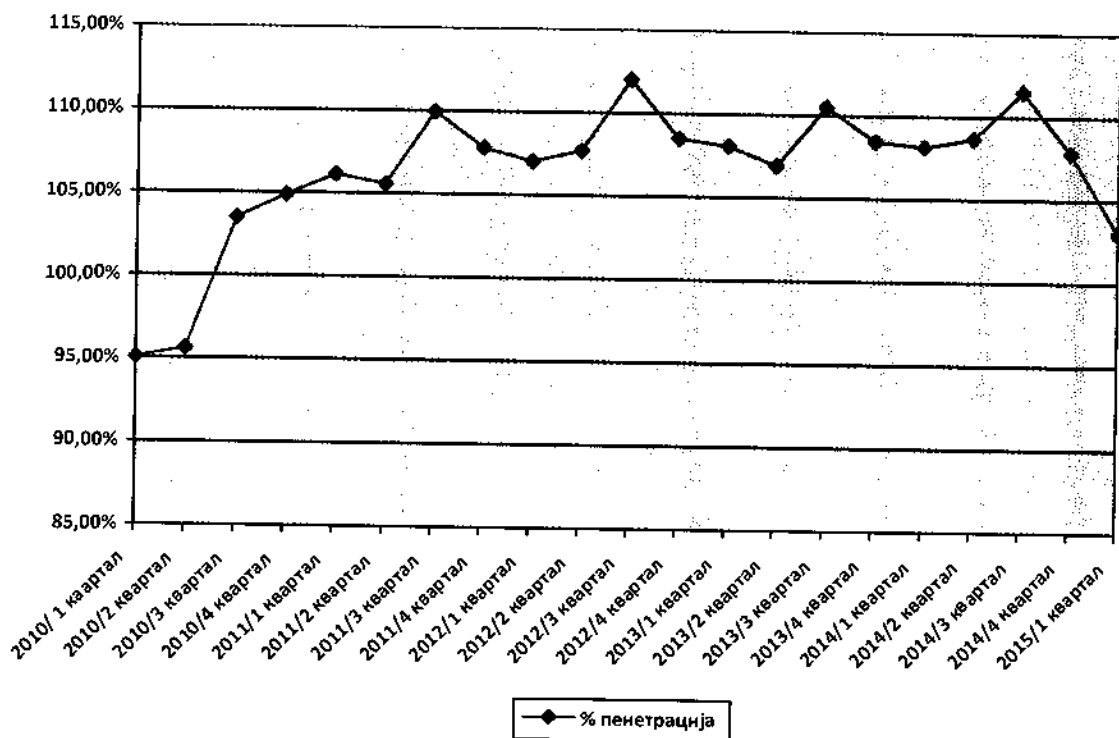
Согласно член 10 од Законот за заштита на конкуренцијата став 3 “се претпоставува дека едно претпријатие има доминантна позиција, ако неговото учество на релевантниот пазар изнесува повеќе од 40%, освен ако претпријатието не го докаже спротивното”.

Оние оператори кои имаат удел на пазарот помалку од 25 % се самостојни односно не поседуваат значителна пазарна моќ.

Доколку индивидуалните критериуми, се анализираат поединечно поради нивната природа нема да можат да послужат како алатки за определување на доминантната позиција на еден оператор. При определување дали еден пазар се стреми кон ефикасна конкуренција, важно е да се анализираат промените на пазарните удели на операторите во текот на определен временски период.

Значително намалување на уделот на пазарот на одреден оператор за определен временски период може да се сфати како стремeње на пазарот кон ефикасна конкуренција. За да се определи дали пазарот во отсуство на претходна регулација се стреми кон ефикасна конкуренција потребно е да се следи стабилноста и движењето на пазарните удели на операторите во текот на определен временски период.

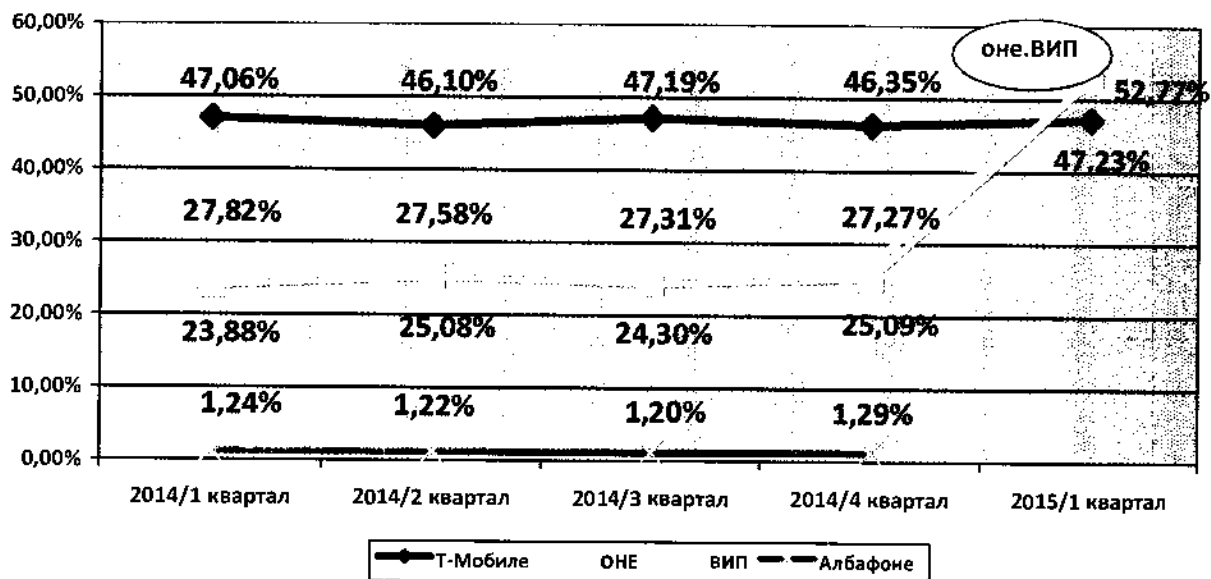
Според тоа секое движење на пазарните удели не треба да се сфати како стремeње кон ефективна конкуренција на пазарот.



Графикон 7 Пенетрација на пазарот на мобилни комуникации

Нивото на пенетрација на малопродажниот пазар на мобилни комуникациски услуги изнесува 102,98% во првиот квартал од 2015 година. Ова ниво на пенетрација спаѓа во релативно висока пенетрација што ја покажува заситеноста на овој релевантен пазар кој слободно може да се каже дека од аспект на услугите повик, смс и ммс е релативно заситен пазар. Ова ниво на пенетрација може да претставува значителна барьера за развојот на конкуренцијата на пазарот преку влез на нови учесници на пазарот и негово движење кон ефективна конкуренција.

АЕК во овој дел го анализираше пазарниот удел на операторите според бројот на активни претплатници, како што е прикажано подолу:



Графикон 8 Пазарен удел според бројот на активни претплатници

Како што може да се забележи на пазарот на мобилни комуникации во Република Македонија после периодот на спојување на вториот и третиот оператор постои состојба на два активни оператори кои имаат приближен пазарен удел кој може да осцилира во позитивна или негативна насока во текот на времето. Така, според првиот квартал од 2015 година операторот Т Мобиле има 47.23% додека другите два оператори заедно (во овој период истите не се споени) поседуваат 52.77% од пазарот што може да се види од Графиконот бр 8.

Во разгледуваниот период од 5 квартали прикажани на графиконот 8 може да се забележи стабилен пазарен удел на операторите со мали флукуации. Меѓутоа, тоа што може да биде утврдено е дека и двата оператори во моментот после спојувањето би поседувале значително висок пазарен удел, односно претплатниците се поделени помеѓу двата учесници. Ова е доказ за нивната заедничка доминантна позиција на релевантниот пазар бр 11.

Имајќи ја предвид состојбата во која постојат два активни оператори на пазарот на мобилни комуникации, трендот на движење на пазарот, како и очигледните бариери кои постојат за развој на пазарот кон ефективна конкуренција, може да се констатира постоење на доминантна пазарна моќ и кај двата оператори Македонски Телеком АД Скопје и ОНЕ.ВИП ДОО Скопје.

7.2 Високи правни или економски бариери за влез на пазарот

Конкуренцијата на релевантните пазари може да се движи кон состојба на ефикасна конкуренција доколу бариерите за влез и развојот на пазарите се ниски и во нив постои состојба на потенцијална конкуренција. Влез на пазарот значи влез на нови оператори на релевантниот пазар.

Можноста за влез на пазарот на услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи во целина, се намалува со постоечките ограничувања за влез на овој пазар. Постојат повеќе ограничувања за влез на овој пазар, а како позначајни се издвојуваат:

- Легални ограничувања
- Економски ограничувања

Легалните ограничувања се јавуваат во форма на ограничувања кои произлегуваат од ЗЕК и другите подзаконски акти донесени врз негова основа. Тука може да се констатира дека ваков вид на ограничувања кои што би произлегле од легалната рамка не постојат. Меѓутоа ограничување се појавува имајќи предвид дека радиофреквенцискиот спектар претставува ограничен ресурс. Оттука може да се констатира дека имајќи го предвид начинот на кој фреквенциите во моментот се распределени помеѓу операторите, недостигот на фреквенции би можел да претставува ограничување и бариера за влез на нови оператори кои би ја зајакнале конкуренцијата на пазарот на мобилни комуникации.

Економските ограничувања се однесуваат пред сè на големата инвестиција и трошоци кои во нормални услови се рентабилни на долг рок, во спротивно напуштањето на пазарот пред тој временски период ќе претставува загуба за операторот на услуга (sunk cost). Инвестицијата се однесува на изградба на инфраструктура која е неопходна за еден оператор да може да обезбедува услуги за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи. Инвестицијата станува уште поголема како резултат на вертикалната интеграција која постои помеѓу постојните оператори и нивните канали за продажба (параграф - степенот на вертикална интеграција), со што на потенцијалните оператори на пазарот им се наметнува потреба од изградба на свои сопствени продажни канали.

7.2.1 Неповратни трошоци

Неповратни трошоци, т.е. трошоци кои не можат да бидат обновени по можното повлекување од пазарот, претставуваат бариера за влез која се однесува на целиот електронски комуникациски сектор како значителна инвестиција која е потребна за изградба на мрежната инфраструктура.

Новиот оператор кој влегува на пазарот е подготвен да ги инвестира своите ресурси само кога оправдано очекува дека инвестираните средства ќе бидат надоместени за определен временски период. Постојечките оператори веќе се имаат соочено со овие инвестициони

трошоци и повеќе не се соочуваат со нив во иста мера. Следствено тие се во ММОгу подобра позиција за разлика од новите оператори, која значително ја олеснува нивната конкурентност на пазарот во споредба со новите учесници. Таквата состојба помеѓу операторите ги прави условите на конкуренција не повољни за новите учесници на пазарот.

Ваквите високи трошоци за влез во однос на изградба на инфраструктура потребна за работењето на мрежата претставуваат бариера за влез на релевантниот пазар « пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи ». Доколку потенцијалниот оператор кој влегува во пазарот одлучи да изгради нова мобилна мрежа во Р.Македонија и доколку, во подоцнежната фаза, проектот се покаже како неуспешен поради одреден број на причини, поголемиот дел од средствата не може да се очекува дека ќе бидат повратени. Висината на неповратните трошоци расте во соодност со големината на мрежата, на пример трошоци за обезбедување на соодветна покриеност и за дополнително обезбедување мрежни капацитети дури и кога одредено ниво на покриеност е постигнато. Покрај тоа, во Македонија неповратните трошоци се релативно високи и поради географските и демографските специфичности кои во голема мера го зголемуваат фондот за инвестирање во инфраструктурата.

Операторот кој има намера да влезе на пазарот се соочува со високи трошоци за изградба на мрежата. За да се обезбеди ефикасен и конкурентен влез на пазарот треба да се изгради мрежа во ММОгу краток период со ниво на покриеност и квалитет еднаков на веќе постојните оператори. Ако тоа не се случи новите учесници на пазарот не може да ја добијат довербата на крајните корисници за да започнат да ги користат нивните услуги.

Врз основа на горнаведеното, АЕК утврди дека постојат високи неповратни трошоци поврзани со изградбата на мобилна мрежа на пазарот на мобилни комуникации во Р.Македонија. Големата бариера за влез изразена преку формата на неповратни трошоци е доволна за да го спречи влезот на новите оператори.

Македонски Телеком АД и ОНЕ.ВИП ДОО не се соочуваат со трошоци слични на оние со кои се соочуваат новите оператори, бидејќи тие два оператори имаат добро развиена инфраструктура на целата територија на државата. За новите учесници на пазарот високата бариера за влез станува уште поголема доколку сакаат да го достигнат нивото на квалитет и покриеност кое го имаат мрежите на Македонски Телеком АД и ОНЕ.ВИП ДОО

Исто така услугите и малопродажните цени на новите оператори треба да бидат конкурентни на пазарот на малопродажба на кој што можеби би се соочиле со значајно намалување на малопродажните цени од постоечките оператори и доколку новите оператори сакаат да бидат привлечни за крајните корисници потребно е соодветно да реагираат на промените на цените на малопродажниот пазар.

Бидејќи постоечките оператори се свесни за високите влезни трошоци на новите оператори тие знаат дека можат да извршат конкурентски притисок преку цените на малопродажно ниво. Оваа форма на притисок би биле во состојба да ја одржат подолг временски период токму поради нивната подобра продуктивност и рентабилност. Оваа постапка би можела да доведе до истиснување на новите оператори од пазарот.

При влез на нов учесник на пазарот освен високите неповратни трошоци за изградба на својата мрежа тој се соочува и со трошоци поврзани за маркетинг на својот бренд и услуги. Новите учесници на пазарот за мобилни комуникации мора да ја стекнат довербата на претплатниците во нивниот бренд кој инаку е нов и непознат на пазарот. Еден оператор може да добие одредено ниво на репутација и препознатливост на својот бренд само доколку обезбедува услуги со добар квалитет и по соодветна пазарно одредена цена. На почетокот на работата ова може да се оствари само преку интензивно рекламирање, бидејќи само на тој начин може да се оствари добивка од препознатливост на брендот од страна на голем број на претплатници. Трошоците за рекламирање се екстремно високи и тие неможе да се повратат на краток при евентуално потенцијално повлекување од пазарот.

Според наведеното, може да се заклучи дека неповратните трошоци претставуваат висока бариера за влез за новите учесници на пазарот и како такви се потврдени од страна на АЕК. Истовремено, неможе да се донесе заклучок и да се очекува дека оваа бариера за влез на релевантниот пазар ќе исчезне или нејзиното влијание значително ќе се намали во периодот кој го опфаќа оваа анализа.

7.3 Недостаток на потенцијална конкуренција

Самиот факт дека на пазарот постојат само два оператори на мобилни комуникации кои поседуваат електронска комуникациска мрежна инфраструктура претставува показател за постоење на недоволна пазарна конкуренција. Ова значи дека нов потенцијален пазарен учесник би немал голем избор при одлуката до кого да го испрати барањето за пристап до мрежа. Реално би можело да се случи премолчено договарање помеѓу постоечките оператори Македонски Телеком АД и ОНЕ.ВИП ДООсо цел отежнување на условите за влез на пазарот при обезбедувањето на услугата за пристап до мрежата со цел одвраќање на потенцијалната нова конкуренција доколку истата се појави. Од овој аспект гледано одредувањето на заедничка доминација на пазарот претставува оправдан чекор. Непостојење на развиена конкуренција и повеќе мрежни инфраструктури за мобилни комуникации создаваат услови за заеднички настап на пазарот и одвраќање на новите учесници на пазарот. На тој начин ќе се влијае неповолно на развојот на ефективната конкуренција на пазарите на мобилните комуникации, што на крај претставува проблем и за крајните корисници на овие услуги.

7.4 Заклучоци за значителна пазарна моќ на пазарот

Врз основа на дефиницијата на релевантниот пазар на услуги за пристап во јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, АЕК дојде до заклучок дека постојат оператори кои имаат заедничка доминантна позиција на пазарот, да делуваат независно од конкуренцијата и потрошувачите.

Заклучокот се заснова на разгледуваните критериуми за определување на заедничка доминантна позиција на определен релевантен пазар според член 78 од ЗЕК и тоа:

- високите правни или економски бариери за влез на пазарот и
- недостатокот на потенцијална конкуренција.

Со оглед на горенаведеното, АЕК дојде до заклучок дека операторите Македонски Телеком АД и ОНЕ.ВИП ДОО се оператори кои имаат заедничка доминантна позиција на релевантниот големопродажен пазар бр 11.

8. Конкурентни проблеми на пазарот за пристап и започнување на услуги во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа

Врз основа на спроведената анализа на пазарот и одредувањето на операторите Македонски Телеком АД и операторот ОНЕ.ВИП ДОО за оператори кои поседуваат заедничка доминација на пазарот и со тоа значителна пазарна моќ, потребно е да бидат разгледани повеќе конкурентни проблеми и можноста за нивно настанување. Овие потенцијални конкурентни проблеми се утврдени со Методологијата за анализа на релевантните пазари донесена од АЕК и заведена по архивски број 1302-1803/4 од 03.10.2014 година.

Согласно Методологијата можните конкурентни проблеми за кои постои потенцијал да се појават на пазарите на електронски комуникации се групираат во следните категории:

- пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција,
- пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција,
- поединечна значителна пазарна моќ и
- завршување.

Секоја од овие категории на конкурентни проблеми содржи повеќе ставки кои треба да бидат разгледани.

Пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција

Пренесување на пазарната моќ на вертикално интегриран оператор означиува дека операторот кој поседува доминантна пазарна моќ на големопродажни пазар ја пренесува пазарната моќ од големопродажно на малопродажно ниво. Вертикално пренесување на пазарната моќ се дефинира како “ однесување со кое операторот со значителна пазарна моќ од еден пазар сопствената пазарна моќ ја пренесува на друг пазар, кој е потенцијално конкурентен. Операторот со значителна пазарна моќ може да влијае на потенцијалната конкуренција на одреден пазар со тоа што ќе влијае на продажбата или профитот на останатите оператори на тој пазар или може да ги спречи новите учесници да влезат на пазарот “.

Во однос на потенцијалното неконкурентно однесување на определен оператор на пазарот, постојат три начини на пренесување на пазарна моќ на вертикално интегриран оператор:

- одбивање на договор/ одбивање на пристап;
- пренесување на пазарна моќ преку неценовни категории и
- пренесување на пазарна моќ преку цени.

Одбивање на договор/ одбивање на пристап

Операторот со значителна пазарна моќ на големопродажниот пазар може да се обиде со својата пазарна моќ преку **одбивање на пристап** да влијае врз останатите конкурентни оператори на поврзаниот малопродажен пазар. Ваквото одбивање може да влијае на конкуренцијата на малопродажните пазари преку контрола на влезовите од страна на операторот со значителна пазарна моќ, а се однесува за влез на нови учесници на пазарот.

Во ситуација на постоење на два активни оператори на пазарот на мобилни комуникации мошне веројатно е дека и двата постоечки оператори ќе постапуваат на начин што би се појавил овој конкурентен проблем. Во отсуство на регулатива за пристап може да се очекува на барањето на пристап од страна на нов учесник на пазарот, на истото да биде одговорено негативно, или да бидат поставувани неразумни услови. Ваквото постапување на постоечки оператори со значителна пазарна моќ ќе значи и одбивање од влез на нови оператори на пазарот на мобилни комуникации, што директно ќе влијае на спречување на развојот на конкуренцијата во следниот период. Обврската за пристап и користење на специфични мрежни средства од членот 87 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

Пренесување на пазарна моќ преку неценовни категории

Дискриминаторска употреба или задржување на информации

Овој конкурентен проблем се однесува на ситуација каде што операторите со значителна пазарна моќ на големопродажниот пазар обезбедуваат информативни релевантни за обезбедување на услуги во малопродажниот пазар (за сопствена потреба) а истите не ги обезбедуваат на постоечките или потенцијални конкуренти во соодветниот малопродажен пазар а со тоа влијае при користењето на големопродажната услуга и на конкурентноста на малопродажното ниво.

Во отсуство на регулација операторот со значителна пазарна моќ на своите конкуренти на малопродажно ниво може да им **задржи важни информации**, а со тоа да влијае на конкурентноста на малопродажното ниво. Обврските за недискриминација при интерконекција или пристап (член 85) и обврската за транспарентност при интерконекција или пристап (член 86) од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

Тактика на пролонгирање

Една од формите на **тактиката на пролонгирање** може да биде кога операторот со значителна пазарна моќ на големопродажните пазари дава на конкурентите во малопродажниот пазар пристап до пазарот на неопходните големопродажни услуги, но со пролонгиран период на обезбедување во споредба со оној што го обезбедува во сопствената компанија. Други примери на тактиката на пролонгирање може да биде

непотребно долготрајните преговори или наводните технички проблеми. Покрај креирањето на несигурност за конкурентите, оваа тактика на пролонгирање може да резултира во повисоки трошоци за конкурентите и состојба во која потешко ќе доаѓаат до потенцијалните нови корисници. Во отсуство на регулација очекувано е дека во иднина ќе се појавуваат ваков вид на конкурентни проблеми. Обврските за недискриминација при интерконекција или пристап (член 85) од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

Неоправдано барање

Неоправдано барање претставува потенцијален конкурентен проблем кој може да се појави кога операторот со значителна пазарна моќ има иницијатива на пролонгирање во случај на преговарање при склучување на договор и поставува неоправдани барања кои се однесуваат на гаранции, врзување на услуги и др. Исто така, ваквото однесување може да претставува бариера за влез на пазарот и да доведе до нарушување на конкуренцијата на малопродажниот пазар. Во отсуство на регулација очекувано е ваков вид на барања да бидат испорачувани на новите компании на пазарот при нивниот влез. Ова ќе го отежни влезот на пазарот и ќе ги одврка останатите од идејата да развиваат бизнис на пазарот. Постоеното на регулација преку обврската за пристап и користење на специфични мрежни средства од членот 87, обврската за транспарентност при интерконекција или пристап од членот 84 и обврската за недискриминација при интерконекција или пристап од членот 85 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

Пренесување на пазарна моќ преку цени

Субвенционирање

Вкрстеното **субвенционирање** претставува конкурентен проблем каде што се појавуваат две различни цени во два пазари. Во случаи на вертикално пренесување на пазарна моќ, операторот со значителна пазарна моќ ќе биде во можност да формира цени на големопродажните пазари кои се значително повисоки од неговите трошоци, додека цените на неговите малопродажни услуги може да бидат формирани на пониско ниво од трошоците (предаторски цени). Ако операторот со значителна пазарна моќ е вертикално интегриран и доколку на големопродажниот пазар има повисоки цени а во малопродажниот пазар цените се предаторски тогаш приходите од големопродажниот пазар може да се користат за покривање на загубите од малопродажниот пазар. Во ваков случај вкрстеното субвенционирање ќе резултира со ценовна дискриминација (margin squeeze). Операторите кои имаат доминантна позиција би можеле на овој начин негативно да влијаат врз новата и потенцијалната конкуренција со што би ги ограничиле во борбата за стекнување на нови корисници или би ги одвркале новите играчи од влез на пазарот. Доколку имаат слобода во одредувањето на висок големопродажни ценн над трошоците, тогаш операторите со доминантна позиција добиваат можност да создаваат ваков вид на конкурентски проблеми. Наметувањето на обврската за контрола на цени и

обврска за сметководство на трошоци согласно член 88 и обврската за посебно сметководство при интерконекција или пристап од членот 86 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

Завршување

Одбивање на договор/ одбивање на интерконекција

Операторот со значителна пазарна моќ во случај на завршување може да одбие барање за интерконекција со нов оператор на пазарот, или на постоечките оператори на пазарот да не им даде можноста за интерконекција.

Важноста за корисниците да бидат меѓусебно поврзани е ММОгу голема, а поради тоа операторот со значителна пазарна моќ може да одбие интерконекција со некој нов оператор на пазарот поради малата зависност од неговиот мал број на корисници.

Одбивање за интерконектирање може да биде голем конкурентен проблем кој го спречува развојот на ефективна конкуренција на малопродажниот пазар бидејќи останатите оператори кои обезбедуваат јавно достапни телефонски услуги нема да бидат во состојба да се поврзат со претплатниците на тој оператор со што операторот нема да ја обезбеди целосната услуга и ќе има помала конкурентска предност во однос на другите. Обврската за интерконекција и пристап согласно членот 73 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

9. Продолжување на обврски на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи

Согласно член 76 – Оператори со значителна пазарна моќ од ЗЕК став 1:

„Оператор се смета дека поседува значителна пазарна моќ на пазар на јавни комуникациски мрежи или услуги, доколку самостојно, или заедно со други оператори има доминантна позиција, односно, поседува економска моќ и капацитет да дејствува во забележителни размери независно од конкурентите и корисниците на тој пазар“

Согласно член 82 - Определување на оператор со значителна пазарна моќ, наметнување, продолжување, изменување или отповикување на обврски од ЗЕК:

(1) *“Доколку АЕК врз основа на анализа на релевантен пазар утврди дека на тој пазар нема доволно ефективна конкуренција, таа има обврска да одлучи кој или кои оператори имаат значителна пазарна моќ на тој пазар во согласност со членот 76 ставови (1) и (2) од овој закон. Одлуката за определување на оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар АЕК ја објавува на својата веб страница во рок од три дена од денот на нејзиното донесување.*

(2) *На операторот кој е определен како оператор со значителна пазарна моќ согласно со ставот (1) на овој член, АЕК може да му наметне, продолжи или измени некои од постоечките обврски согласно со овој закон, кои треба да бидат базирани на природата на идентификуваниот проблем и да бидат пропорционални и оправдани, а во насока на исполнување на регулаторните цели и начела од членот 7 од овој закон..”*

Врз основа на горенаведеното, после спроведената анализа на релевантниот големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи, АЕК заклучи дека операторот Македонски Телеком АД - Скопје поседува заедничка доминантна позиција на пазарот и со тоа се определува за оператор со значителна пазарна моќ.

Врз основа на анализата со која се констатира дека постои недостаток на ефективна конкуренција на релевантниот пазар, предмет на оваа анализа АЕК на операторот „Македонски Телеком АД“ – Скопје, определен за оператор со значителна пазарна моќ му продолжува обврски, кои се базирани на природата на идентификуваниот проблем, оправдани и пропорционални, и тоа: обврски за интерконекција или пристап, обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства, обврска за транспарентност при интерконекција или пристап, обврска за недискриминација при интерконекција или пристап, контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци, обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап, во согласност членовите 73, 84, 85, 86, 87 и 88 од ЗЕК и подзаконските акти донесени од страна на АЕК.

Во продолжение, АЕК во согласност со член 82 од ЗЕК и во соработка со Комисијата за заштита на конкуренција иа определениот оператор со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ – Скопје му продолжува обврски за кон проценува дека се најсоодветни за спречување на злоупотреба на постојната значителна моќ на релевантниот големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи. Тоа се следните обврски:

Обврски за интерконекција и пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ Скопје му ја продолжува обврската за интерконекција и пристап согласно членот 73..

Обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ Скопје му ја продолжува обврската за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства согласно членот 87 .

Согласно членот 87 став 1, Агенцијата во согласност со овој закон на оператор Македонски Телеком АД кој поседува значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар му ја продолжува обврската да ги исполни сите разумни барања за пристап и користење на специфични мрежни елементи и придружни средства

Агенцијата, при воведувањето на обврските од ставот 1 на членот 87 од операторот со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар – Македонски Телеком АД, покрај другото ќе побара:

- да преговара со добра волја со операторите што бараат пристап,
- да не го повлече дадениот пристап до средствата,
- на друг оператор да му обезбеди одредени услуги на големопродажна основа за препродажба,
- да одобри отворен пристап до технички интерфејси, протоколи или други значајни технологии што се неопходни за интероперабилноста на услугите или за виртуелните мрежни услуги,
- да обезбеди заедничко користење на иста локација (колокација) или други форми на заедничко користење на придружни средства,
- да обезбеди одредени услуги потребни за овозможување на интероперабилност на услугите од една крајна точка до друга крајна точка на корисниците, вклучително и средства за интелегентни мрежи или роаминг кај мобилните мрежи,
- интерконекција на мрежите или на мрежните средства,

- да обезбеди пристап до оперативниот систем за поддршка или слични софтверски системи што се потребни за да гарантираат праведна конкуренција во обезбедувањето на услуги и
- да обезбеди пристап до придружни услуги како што се услуга за идентификација, локација и присуство.

Согласно член 87 став 4, на обврските од ставот (3) од истиот член, Агенцијата ќе ги додаде и услови за обезбедување на праведност, оправданост и навременост.

Обврска за транспарентност при интерконекција или пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ АД Скопје му ја продолжува обврската за транспарентност при интерконекција и пристап согласно членот 84.

Обврска за недискриминација при интерконекција или пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ АД Скопје му ја продолжува обврската за недискриминација при интерконекција и пристап согласно членот 85.

Обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ АД Скопје му ја продолжува обврската за водење на посебно сметководство при интерконекција и пристап согласно членот 86.

Контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „Македонски Телеком АД“ АД Скопје му ја продолжува обврската за контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци согласно членот 88.

Предлог Одлука за утврдување на оператор со значителна пазарна моќ и продолжување на регулаторни обврски:

Врз основа на член 24 став 1 алинеа 5 од ЗЕК, а во врска со членовите 73, 76,78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87 и 88, од Законот за електронски комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/15), во постапката за определување на оператор со значителна пазарна моќ на определен релевантен пазар, директорот на Агенцијата за електронски комуникации на ден XX.XX.20XX ја донесе следната

О Д Л У К А

I

СЕ ОПРЕДЕЛУВА Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје, за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за продажба на производи и услуги на големо - пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Македонија.

II

На Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје му се продолжуваат следните обврски:

- обврски за интерконекција и пристап
- обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства,

Согласно членот 87 став 1, Агенцијата во согласност со Законот за електронски комуникации на операторот Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје кој поседува значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар му ја продолжува обврската да ги исполни сите разумни барања за пристап и користење на специфични мрежни елементи и придружни средства

Агенцијата, при воведувањето на обврските од ставот 1 на членот 87 од операторот со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар – Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје, согласно ставот 3 од истиот член покрај другото ќе побара:

- да преговара со добра волја со операторите што бараат пристап,
- да не го повлече дадениот пристап до средствата,
- на друг оператор да му обезбеди одредени услуги на големопродажна основа за препродажба,

- да одобри отворен пристап до технички интерфејси, протоколи или други значајни технологии што се неопходни за интероперабилноста на услугите или за виртуелните мрежни услуги,
- да обезбеди заедничко користење на иста локација (колокација) или други форми на заедничко користење на придружни средства,
- да обезбеди одредени услуги потребни за овозможување на интероперабилност на услугите од една крајна точка до друга крајна точка на корисниците, вклучително и средства за интелегентни мрежи или роаминг кај мобилните мрежи,
- интерконекција на мрежите или на мрежните средства,
- да обезбеди пристап до оперативниот систем за поддршка или слични софтверски системи што се потребни за да гарантираат праведна конкуренција во обезбедувањето на услуги и
- да обезбеди пристап до придружни услуги како што се услуга за идентификација, локација и присуство.

Согласно член 87 став 4, на обврските од ставот (3) од истиот член, Агенцијата ќе ги додаде и услови за обезбедување на праведност, оправданост и навременост.

- обврска за транспарентност при интерконекција или пристап,
- обврска за недискриминација при интерконекција или пристап,
- контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци и
- обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап.

III

Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје е должен обврските утврдени во точка II на оваа Одлука да ги исполни на начин и постапка утврдена во согласност со Законот за електронските комуникации и прописите донесени врз основа на него.

IV

Оваа Одлука влегува во сила со денот на донесувањето.

V

Решението донесено на ден 28.07.2010 годнна, со архивски број 03-4540/1 престанува да важи со денот на донесување на оваа Одлука.

VI

Одлуката е конечна.

ОБРАЗЛОЖЕНИЕ

Агенцијата за електронски комуникации во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата спроведе анализа на релевантниот пазар за продажба на производи и

услуги на големо - за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Македонија. Анализата беше спроведена на начин и постапка утврдени со Законот за електронски комуникации и прописите донесени врз негова основа, а при тоа имајќи ги предвид основните напатствија на Европската Комисија за спроведување на анализи на релевантни пазари и утврдување на оператори со значителна пазарна моќ на релевантните пазари на електронските комуникации.

Во согласност со членот 13 од Законот за електронските комуникации на ден 09.03.2016 год, Нацрт документот за анализа на релевантниот пазар за продажба на производи и услуги на големо - за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи беше објавен на јавна расправа со што им беше дадена можност на сите заинтересирани страни да достават свои мислења и забелешки. Финалниот документ од анализата беше објавен на веб страницата на Агенцијата за електронски комуникации на ден 20.04.2016 год.

Со анализата беше опфатен периодот од 01.01.2010 год до 31.12.2015 година. Основна цел на анализата е да се определи дали на релевантниот пазар има доволно конкуренција или тој се приближува кон состојба на ефективна конкуренција, или пак постои оператор на јавна мобилна комуникациска мрежа кој има моќ и капацитет самостојно или заедно со други оператори да дејствува независно од конкурентите и корисниците на тој пазар во однос на цените или понудата, односно да се определи дали на пазарот постои оператор со значителна пазарна моќ.

При проценката дали еден оператор има значителна пазарна моќ на релевантен пазар беа земен во предвид критериумите утврдени во членот 78 од Законот за електронски комуникации и притоа се утврди дека:

- операторот Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје поседува значително високо ниво на пазарен удел на конкретниот релевантен пазар и тоа 47,23% според бројот на претплатници,
- операторот Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје остварува предности и од аспект на високите економски бариери за влез на пазарот. Првично ограничување се појавува имајќи предвид дека радиофреквенцискиот спектар претставува ограничен ресурс, па оттука може да се констатира дека имајќи го предвид начинот на кој фреквенциите во моментот се распределени помеѓу операторите, недостигот на фреквенции би можел да претставува ограничување и бариера за влез на нови оператори кои би ја зајакнале конкуренцијата на пазарот на мобилни комуникации. Понатаму високите неповратни трошоци претставуваат висока економска бариера за влез за новите учесници на пазарот и како такви се потврдени од страна на АЕК. Неможе да се донесе заклучок и да се очекува дека оваа бариера за влез на релевантниот пазар ќе

исчезие или нејзиното влијание значително ќе се намали во периодот кој го опфаќа оваа анализа

- операторот Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје може да оствари предност и од аспект на потенцијалната конкуренција поради тоа што може значително да влијае на стартните основи за влез на нови оператори на пазарот од технички и од економски аспект.

Имајќи го предвид сето погоре наведено, како и фактот дека постојат ограничувања за влез на пазарот и отсуството на ефективна конкуренција се доволен показател за постоење на заедничка доминација на пазарот. Според тоа беше донесен заклучок дека операторот Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје е оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за продажба на производи и услуги на големо - пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи на географско подрачје на Република Македонија.

Со оглед на ова а во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата на определениот оператор со значителна пазарна моќ му се утврдуваат обврски кои продолжуваат да му важат и за кои се смета дека се најсоодветни за спречување на постојната значителна пазарна моќ на релевантниот пазар на големо - за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи.

Со оглед на ова а врз основа на член 24 од ЗЕК, а во врска со членовите 73, 76, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87 и 88, од Законот за електронски комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/15), Директорот на Агенцијата за електронски комуникации донесе Одлука како во диспозитивот.

Директор

Сашо Димитријоски

Наш бр. _____

Скопје, _____

10. Определување на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за пристап и започнување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Согласно член 76 – Оператори со значителна пазарна моќ од ЗЕК став 1:

„Оператор се смета дека поседува значителна пазарна моќ на пазар на јавни комуникациски мрежи или услуги, доколку самостојно, или заедно со други оператори има доминантна позиција, односно, поседува економска моќ и капацитет да дејствува во забележителни размери независно од конкурентите и корисниците на тој пазар“

Согласно член 82 - Определување на оператор со значителна пазарна моќ, наметнување, продолжување, изменување или отповикување на обврски од ЗЕК:

(1) *“Доколку АЕК врз основи на анализа на релевантен пазар утврди дека на тој пазар нема доволно ефективна конкуренција, таа има обврска да одлучи кој или кои оператори имаат значителна пазарна моќ на тој пазар во согласност со членот 76 ставови (1) и (2) од овој закон. Одлуката за определување на оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар АЕК ја објавува на својата веб страница во рок од три дена од денот на нејзиното донесување.*

(2) *На операторот кој е определен како оператор со значителна пазарна моќ согласно со ставот (1) на овој член, АЕК може да му наметне, продолжи или измени некои од постоечките обврски согласно со овој закон, кои треба да бидат базирани на природата на идентификуваниот проблем и да бидат пропорционални и оправдани, а во насока на исполнување на регулаторните цели и начела од членот 7 од овој закон..”*

Врз основа на горенаведеното, после спроведената анализа на релевантниот големопродажен пазар за за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи, АЕК заклучи дека операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје поседува заедничка доминантна позиција на пазарот и со тоа се определува за оператор со значителна пазарна моќ.

Врз основа на анализата со која се констатира дека постои недостаток на ефективна конкуренција на релевантниот пазар, предмет на оваа анализа АЕК на операторот ОНЕ.ВИП ДОО – Скопје, определен за оператор со значителна пазарна моќ му се наметнуваат обврски, кои се базирани на природата на идентификуваниот проблем, оправдани и пропорционални, и тоа: обврски за интерконекција или пристап, обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства, обврска за транспарентност при интерконекција или пристап, обврска за недискриминација при интерконекција или пристап, контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци,

обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап, во согласност членовите 73, 84, 85, 86, 87 и 88 од ЗЕК (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) и подзаконските акти донесени од страна на АЕК.

Обврски за интерконекција и пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „ОНЕ.ВИП ДОО“ Скопје му ја наметнува обврската за интерконекција и пристап согласно членот 73..

Обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „ОНЕ.ВИП ДОО“ Скопје му ја наметнува обврската за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства согласно членот 87 .

Согласно членот 87 став 1, Агенцијата во согласност со овој закон на оператор Македонски Телеком АД кој поседува значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар му ја продолжува обврската да ги исполни сите разумни барања за пристап и користење на специфични мрежни елементи и придружни средства

Агенцијата, при воведувањето на обврските од ставот 1 на членот 87 од операторот со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар – „ОНЕ.ВИП ДОО“ Скопје, покрај другото ќе побара:

- да преговара со добра волја со операторите што бараат пристап,
- да не го повлече дадениот пристап до средствата,
- на друг оператор да му обезбеди одредени услуги на големопродажна основа за препродажба,
- да одобри отворен пристап до технички интерфејси, протоколи или други значајни технологии што се неопходни за интероперабилноста на услугите или за виртуелните мрежни услуги,
- да обезбеди заедничко користење на иста локација (колокација) или други форми на заедничко користење на придружни средства,
- да обезбеди одредени услуги потребни за овозможување на интероперабилност на услугите од една крајна точка до друга крајна точка на корисниците, вклучително и средства за интелигентни мрежи или роаминг кај мобилните мрежи,
- интерконекција на мрежите или на мрежните средства,
- да обезбеди пристап до оперативниот систем за поддршка или слични софтверски системи што се потребни за да гарантираат праведна конкуренција во обезбедувањето на услуги и

- да обезбеди пристап до придружни услуги како што се услуга за идентификација, локација и присуство

Согласно член 87 став 4, на обврските од ставот (3) од истиот член, Агенцијата ќе ги додаде и услови за обезбедување на праведност, оправданост и навременост.

Обврска за транспарентност при интерконекција или пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „ОНЕ.ВИП ДОО“ Скопје му ја наметнува обврската за транспарентност при интерконекција и пристап согласно членот 84.

Обврска за недискриминација при интерконекција или пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „ОНЕ.ВИП ДОО“ Скопје му ја наметнува обврската за недискриминација при интерконекција и пристап согласно членот 85.

Обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „ОНЕ.ВИП ДОО“ Скопје му ја наметнува обврската за водење на посебно сметководство при интерконекција и пристап согласно членот 86.

Контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ „ОНЕ.ВИП ДОО“ Скопје му ја наметнува обврската за контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци согласно членот 88.

Предлог Одлука за утврдување на оператор со значителна пазарна моќ и наметнување на регулаторни обврски:

Врз основа на член 24 од ЗЕК, а во врска со членовите 73, 76, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87 и 88, од Законот за електронски комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/2015), во постапката за определување на оператор со значителна пазарна моќ на определен релевантен пазар, директорот на Агенцијата за електронски комуникации на ден XX.XX.20XX го донесе следното

О Д Л У К А

I

СЕ ОПРЕДЕЛУВА ОНЕ.ВИП ДОО Скопје, за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за продажба на производи и услуги на големо - за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Македонија.

II

На ОНЕ.ВИП ДОО Скопје му се наметнуваат следните обврски:

- обврски за интерконекција и пристап

- обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства,

Согласно членот 87 став 1, Агенцијата во согласност со Законот за електронски комуникации на операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје кој поседува значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар му ја наметнува обврската да ги исполни сите разумни барања за пристап и користење на специфични мрежни елементи и придружни средства

Агенцијата, при воведувањето на обврските од ставот 1 на членот 87 од операторот со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар – ОНЕ.ВИП ДОО Скопје, согласно ставот 3 од истиот член покрај другото ќе побара:

- да преговара со добра волја со операторите што бараат пристап,
- да ие го повлече дадениот пристап до средствата,
- на друг оператор да му обезбеди одредени услуги на големопродажна основа за препродажба,
- да одобри отворен пристап до технички интерфејси, протоколи или други значајни технологии што се неопходни за интероперабилноста на услугите или за виртуелните мрежни услуги,
- да обезбеди заедничко користење на иста локација (колокација) или други форми на заедничко користење на придружни средства,
- да обезбеди одредени услуги потребни за овозможување на интероперабилност на услугите од една крајна точка до друга крајна точка на корисниците, вклучително и средства за интелегентни мрежи или роаминг кај мобилните мрежи,
- интерконекција на мрежите или на мрежните средства,

- да обезбеди пристап до оперативниот систем за поддршка или слични софтверски системи што се потребни за да гарантираат праведна конкуренција во обезбедувањето на услуги и
- да обезбеди пристап до придружни услуги како што се услуга за идентификација, локација и присуство.

Согласно член 87 став 4, на обврските од ставот (3) од истиот член, Агенцијата ќе ги додаде и услови за обезбедување на праведност, оправданост и навременост.

- обврска за транспарентност при интерконекција или пристап,
- обврска за недискриминација при интерконекција или пристап,
- контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци и
- обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап.

III

ОНЕ.ВИП ДОО Скопје е должен обврските утврдени во точка II на оваа Одлука да ги исполни на начин и постапка утврдена во согласност со Законот за електронските комуникации и прописите донесени врз основа на него.

IV

Оваа Одлука влегува во сила со денот на донесувањето.

V

Одлуката е конечна.

ОБРАЗЛОЖЕНИЕ

Агенцијата за електронски комуникации во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата спроведе анализа на релевантниот пазар за продажба на производни и услуги на големо - за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Македонија. Анализата беше спроведена на начин и постапка утврдени со Законот за електронски комуникации и прописите донесени врз негова основа, а при тоа имајќи ги предвид основните напатствија на Европската Комисија за спроведување на анализи на релевантни пазари и утврдување на оператори со значителна пазарна моќ на релевантните пазари на електронските комуникации.

Во согласност со членот 13 од Законот за електронските комуникации на ден 09.03.2016 год, Нацрт документот за анализа на релевантниот пазар за продажба на производи и услуги на големо - за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи беше објавен на јавна расправа со што им беше дадена можност на сите заинтересирани страни да достават свои мислења и забелешки. Финалниот документ од анализата беше објавен на веб страницата на Агенцијата за електронски комуникации на ден 20.04.2016 год.

Со анализата беше опфатен периодот од 01.01.2010 год до 31.12.2014 година. Основна цел на анализата е да се определи дали на релевантниот пазар има доволно конкуренција или тој се приближува кон состојба на ефективна конкуренција, или пак постои оператор на јавна мобилна комуникациска мрежа кој има моќ и капацитет самостојно или заедно со други оператори да дејствува независно од конкурентите и корисниците на тој пазар во однос на цените или понудата, односно да се определи дали на пазарот постои оператор со значителна пазарна моќ.

При проценката дали еден оператор има значителна пазарна моќ на релевантен пазар беа земени во предвид критериумите утврдени во членот 78 од Законот за електронски комуникации и притоа се утврди дека:

- операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје поседува значително високо ниво на пазарен удел на конкретниот релевантен пазар и тоа 52,77% според бројот на претплатници,
- операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје остварува предности и од аспект на високите економски бариери за влез на пазарот. Првично, ограничување се појавува имајќи предвид дека радиофреквенцискиот спектар претставува ограничен ресурс, па оттука може да се констатира дека имајќи го предвид начинот на кој фреквенциите во моментот се распределени помеѓу операторите, недостигот на фреквенции би можел да претставува ограничување и бариера за влез на нови оператори кои би ја зајакнале конкуренцијата на пазарот на мобилни комуникации. Високите неповратни трошоци претставуваат висока економска бариера за влез за новите учесници на пазарот и како такви се потврдени од страна на АЕК. Неможе да се донесе заклучок и да се очекува дека оваа бариера за влез на релевантниот пазар ќе исчезне или нејзиното влијание значително ќе се намали во периодот кој го опфаќа оваа анализа
- операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје може да оствари предност и од аспект на потенцијалната конкуренција поради тоа што може значително да влијае на стартните основи за влез на нови оператори на пазарот од технички и од економски аспект.

Имајќи го предвид сето погоре наведено, како и фактот дека постојат ограничувања за влез на пазарот и отсуството на ефективна конкуренција се доволен показател за постоење на заедничка доминација на пазарот. Според тоа беше донесен заклучок дека операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје е оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за продажба на производи и услуги на големо - пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи на географско подрачје на Република Македонија.

Со оглед на ова а во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата на определениот оператор со значителна пазарна моќ му се утврдуваат обврски за кои се смета дека се најсоодветни за спречување на постојната значителна пазарна моќ на релевантниот пазар на големо - за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи.

Со оглед на ова а врз основа на член 24 од ЗЕК, а во врска со членовите 73, 76,77, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87 и 88, од Законот за електронски комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/15), Директорот на Агенцијата за електронски комуникации донесе Одлука како во диспозитивот.

Директор

Сашо Димитријоски

Наш бр. _____

Скопје, _____

11. Заклучок

Врз основа на спроведената анализа, АЕК во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата утврди дека операторите Македонски Телеком АД Скопје и ОНЕ.ВИП ДОО Скопје поседуваат заедничка доминантна позиција на разгледуваниот релевантен пазар. Според тоа на операторот Македонски Телеком АД определен како оператор со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар согласно член 82 (став 2) од ЗЕК му се продолжуваат следните регулаторни обврски:

Обврски на големопродажниот пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи:

- **обврски за интерконекција и пристап**
- **обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства,**
- **обврска за транспарентност при интерконекција или пристап,**
- **обврска за недискриминација при интерконекција или пристап,**
- **контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци и**
- **обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап.**

Додека на операторот ОНЕ.ВИП ДОО Скопје кој се определува за оператор со значителна пазарна моќ на големопродажниот пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи му се наметнуваат следните регулаторни обврски:

- обврски за интерконекција и пристап
- обврска за обезбедување на пристап и користење на специфични мрежни средства,
- обврска за транспарентност при интерконекција или пристап,
- обврска за недискриминација при интерконекција или пристап,
- контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци и
- обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап.

Изработиле:

Марјан Пејовски

Александар Коцевски

Раководител на Сектор за регулатива

Кристина Божиновска

Советник за регулаторни прашања

Владимир Ристевски

ДИРЕКТОР

Сашо Димитријоски

Наш број

1303-690/9

Скопје, 24.04.2016