

## **Нацрт документ за анализа на пазар**

**„ Пазар 1- Пристап до јавна телефонска мрежа на  
фиксна локација за резиденцијални и деловни  
корисници,,**

**Скопје, 23.07.2014 година**

## Содржина:

1. Вовед .....	4
2. Правна основа за анализа на пазар 1- Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници .....	5
3. Цели за спроведување на анализа на пазар 1 – Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници .....	6
4. Постапка во анализата на пазар 1- Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници .....	6
4.1 Вовед .....	6
4.2 Нотифицирани оператори на јавна електронска комуникациска мрежа .....	8
5. Соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата .....	9
6. Развој на пазарот на пристап до пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници .....	10
7. Дефинирање на пазарот за пристап .....	14
7.1 Вовед .....	14
7.2 Услуги кои се нудат на пазарот .....	15
7.2.1 Дали појдовна точка треба да биде услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на самостојна основа или пак услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација поврзана со други услуги? .....	17
7.2.2 Дали постои еден релевантен пазар за услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапна телефонска услуга на фиксна локација? .....	22
7.2.3 Дали резиденцијалните и деловните корисници се дел од истиот пазар? .....	24
7.2.4 Дали фиксниот безжичен пристап припаѓа на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација? .....	28
7.2.5 Дали услугата за пристап до изнајмена линија претставува дел од пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација? .....	30
7.2.6 Проценка дали широкопојасен пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација е ефикасен супститут на теснопојасниот пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација? .....	30

7.2.7	Проценка дали услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна) се обезбедуваат во ист релевантен пазар? .....	34
7.2.7	Проценка на географскиот пазар.....	37
7.2.8	Заклучок од проценката на пазар 1- Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници .....	41
8.	Три критериум тест – малопродажен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација .....	43
8.1	Прв критериум - Присуство на високи и постојани бариери за влез кои што можат да бидат од структурирана, правна или регулаторна природа .....	44
8.2	Втор критериум - Структура на пазар кој има тенденција кон неефективна конкуренција во рамки на релевантен временски период .....	46
8.3	Трет критериум - Недоволност на Законот за конкуренција ( во услови на непостоење на ех-анте регулација) за регулирање на релевантниот пазар.....	49
8.4	Заклучок од примена на тестот на трите критериуми на пазарот за терминирани сегменти на изнајмени линии .....	51
9.	Анализа на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници .....	53
9.1	Вовед .....	53
9.2	Уделот што операторот го има на релевантен пазар .....	55
9.3	Контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира .....	59
9.4	Недостатокот на компензациска куповна моќ .....	61
9.5	Бариери за развивање .....	62
9.6	Трошоци и бариери за користење на нови услуги.....	65
9.7	Вертикална интеграција .....	66
9.8	Недостаток на потенцијална конкуренција .....	68
9.9	Заклучок од критериумите за определување на оператор со значителна пазарна моќ....	68
10.	Определување на оператори со значителна пазарна моќ – малопродажен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.....	69
11.	Конкурентни проблеми на малопродажните пазари за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација .....	70

11.1 Вовед .....	70
11.2 Конкурентни проблеми на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација .....	71
11.2.1 Пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција .....	72
11.2.2. Пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција .....	76
11.2.3. Поединечна значителна пазарна моќ .....	77
11.3 Заклучок за видовите на конкурентни проблеми на пазарот за пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација .....	79
12. Обврски на оператор со значителна пазарна моќ .....	80
12.1 Вовед .....	80
12.2 Регулаторни обврски на операторот со значителна пазарна моќ на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација .....	80
12.3 Регулирање на малопродажни цени .....	81
Заклучок .....	85
Графикон 1 Движење на пазарот според број на фиксни линии (пенетрација) .....	10
Графикон 2 Удел на АО и МКТ според број на фиксни линии за пристап и приходи 2009-2013 .....	12
Графикон 3 Пазарен удел на операторите според Q4/2013 .....	13
Графикон 4 Удел на пазарот според технологија на пристап .....	18
Графикон 5 Користење на услуги во пакет во периодот од 2010-2014 .....	19
Графикон 6 Мрежи на АО според подрачје на покриеност .....	39
Графикон 7 Удел на МКТ и АО на пазарот на фиксни линии .....	57
Графикон 8 Пазарен удел според технологија на пристап .....	58
Табела 1 Претплатници на услуги врзани во пакет .....	19
Табела 2 Цена на услуги за пристап МКТ/ОНЕ .....	29

## 1. Вовед

Донесувањето на Законот за електронските комуникации (“Службен весник на Република Македонија”, бр.13/2005, 14/2007, 55/2007, 98/2008,83/2010, 13/2012, 59/2012, 123/2012 и 23/2013 ) (во понатамошниот текст ЗЕК) во февруари 2005 претставува иницијален момент за процесот на либерализација на пазарот за електронски комуникации во Република Македонија. На 25.02.2014 година донесен е Законот за електронските комуникации, објавен во Службен Весник бр.39/2014, кој е усогласен со регулаторната рамка на Европската Комисија од 2009 година, со кој се уредуваат условите за надзор и користење на јавните електронски комуникациски мрежи и услуги во Република Македонија. 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.

Согласно Годишната програма за работа, АЕК спроведе анализа на пазар 1- односно Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници.

АЕК за електронски комуникации ги повикува сите заинтересирани субјекти да достават забелешки, коментари и мислења на прашањата наведени во овој Нацртдокумент. Рокот за доставување на забелешките и коментарите е 30 дена од објавувањето на финалниот документ на веб страната на АЕК. Согласно член 13 од ЗЕК, АЕК јавно ќе ги објави имињата на субјектите и доставените мислења и коментари, при што доверливите информации и податоци нема да бидат објавени. Информациите и податоците кои имаат ознака “строго доверливо” ќе имаат таков третман во 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 нема да бидат објавени или дистрибуирани во други регулаторни тела.

Овој документ ги презентира заклучоците на АЕК од аспект на дефинирање на релевантниот пазар 1, анализа на истите врз основа на податоци и финансиски информации низ критериумите согласно член 76 и 77 од ЗЕК, одредување дали релевантниот пазар 1 Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници е конкурентен пазар или има оператор/ и кој поседува значителна пазарна моќ да дејствува независно од конкурентите и корисниците на истите во однос на цените или понудата, определување на оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар 1 Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници и определување на обврски на операторот со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар 1 Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна за резиденцијални и деловни крајни корисници.

## 2. Правна основа за анализа на пазар 1- Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници

АЕК врз основа на целта на ЗЕК (“Службен весник на Република Македонија“, бр.39/2014) треба да обезбеди:

- поттикнување на развојот на јавните електронски комуникациски мрежи и услуги во Република Македонија, со цел да се обезбеди економски и социјален развој,
- поттикнување на користењето и развојот на широкопојасен пристап до услуги (broadband),
- заштита на правата на корисниците, вклучувајќи ги крајните корисници со инвалидитет и крајните корисници со посебни социјални потреби
- обезбедување на ефикасна и одржлива конкуренција на пазарот за електронски комуникации,
- обезбедување на универзална услуга,
- ефикасно користење на радиофреквенцискиот спектар и нумерацијата,
- унапредување на развојот и поттикнување на инвестиции во јавните електронски комуникациски мрежи со воведување на нови технологии и услуги, а особено со воведување на следни генерации на јавни електронски комуникациски мрежи и
- обезбедување на доверливост на комуникациите..

АЕК во 2008 година спроведе Анализа на релевантните малопродажни пазари и тоа пазар 1- Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални крајни корисници и пазар 2- Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за деловни крајни корисници, со што Македонски Телеком АД го прогласи за оператор кој поседува значителна пазарна моќ на овие релевантни пазари. Со истата Анализа пазарите 1 и 2 беа споени во еден релевантен пазар кој според новата <sup>1</sup>Одлука за утврдување на релевантни пазари од 23.09.2010 год е пазар 1 – Пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници. Во продолжение поради усогласување со новиот ЗЕК насловот на пазар 1 ќе претрпи соодветна измена.

На ден 25.02.2014 година, во Службен весник на Република Македонија бр.39/2014 е објавен ЗЕК, кој влегува во сила осмиот ден од денот на објавување. Овој нацртдокумент е во целост усогласен со важечкиот закон. Според новиот ЗЕК, одредени дефиниции претрпеа промена што индиректно прави промена и во насловот и текстот на самиот пазар и анализата на овој пазар. Согласно член 2 – Дефиниции од ЗЕК, се користи терминот “јавна електронска комуникациска мрежа” и тој ги опфаќа сите видови на мрежи независно од технологијата. Според тоа, во продолжение ќе биде користен насловот на пазарот и тоа **“пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници”**.

---

<sup>1</sup> Нова одлука за утврдување на релевантни пазари

[http://www.aec.mk/index.php?option=com\\_content&view=article&id=93&Itemid=80&lang=mk](http://www.aec.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=93&Itemid=80&lang=mk)

Оваа анализа на релевантниот пазар 1- – пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници, се спроведува во согласност со Законот за електронски комуникации (“Службен весник на Република Македонија”, бр. 39/2014 ), важечките подзаконски акти. и Методологијата за анализа на релевантни пазари изготвена од страна на АЕК земајќи ги во предвид основните напатствија од Европската комисија (2002/С 165/03)<sup>2</sup> за вршење на анализа на релевантни пазари и утврдување на значителна пазарна моќ согласно ЕК регулаторна рамка за електронски комуникациски мрежи и услуги.

### **3. Цели за спроведување на анализа на пазар 1 – Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници**

Основната цел за спроведување на анализа на овој пазар е да се дефинира пазарот и услугите кои се обезбедуваат на истиот, да се определат операторите кои делуваат на овој пазар, да се определи дали пазарот е доволно конкурентен или се приближува кон состојба на ефективна конкуренција, дали постои оператор на јавна електронска комуникациска мрежа кој поседува економска моќ и капацитет да дејствува во забележителни размери независно од конкурентите и корисниците на тој пазар, односно да се определи дали на пазарот постои оператор со значителна пазарна моќ.

### **4. Постапка во анализата на пазар 1- Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници**

#### **4.1 Вовед**

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

1. Дефинирање на релевантниот пазар - АЕК врши проценка на релевантните производи и услуги кои се обезбедуваат на релевантниот пазар за пристап до пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници. Врз основа на член 80 од ЗЕК, во процесот на дефинирање на релевантниот пазар, неопходен чекор е и спроведување на три критериум тест со кој се одлучува дали определениот релевантен пазар е подложен на претходна (ex ante) регулација.
2. Анализа на релевантниот пазар – АЕК ја спроведува анализата на релевантниот пазар во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата. Во рамките оваа фаза се

---

<sup>2</sup> 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)

утврдува дали на пазарот има доволно конкуренција или тој се приближува кон состојба на ефективна конкуренција, или пак постои оператор на јавна електронска комуникациска мрежа кој поседува економска моќ и капацитет да дејствува во забележителни размери независно од конкурентите и корисниците на тој пазар.

3. Определување на оператор со 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 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
4. Определување на обврски на оператор со значителна пазарна моќ на големопродажниот пазар за пристап до пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници во насока на обезбедување на фер и целосна конкуренција на пазарот. На операторот кој е определен како оператор со значителна пазарна моќ согласно член 82 став (1), АЕК може да му наметне, продолжи или измени некои од постоечките обврски согласно ЗЕК, 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 член 7 од ЗЕК.

Согласно член 79 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”.

Анализата на релевантниот пазар 1 е со современ (forward looking) пристап. Согласно член 81 од ЗЕК – преиспитување на утврден релевантен пазар на производи и услуги “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”.

## **4.2 Нотифицирани оператори на јавна електронска комуникациска мрежа**

Според службената евиденција на АЕК, нотифицирани субјекти на кои им се доделени серии претплатнички броеви за Јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација:

1. Македонски телеком Скопје, ул.„Кеј 13-ти Ноември“ бр.6 Скопје,
2. ОНЕ Скопје, ул.„Кузман Јосифовски Питу“ бр. 15 Скопје,
3. Т-МОБИЛЕ Скопје, ул.„Кеј 13-ти Ноември“ бр.6 Скопје,
4. БЛИЗУ Скопје, ул.3-та Македонска Бригада бр.ББ,
5. НЕОТЕЛ Скопје, Бул. „Кузман Јосифовски Питу“ бр. 15 Скопје,
6. АИКОЛ Штип, ул. Ванчо Прке бр.88 Штип,
7. АЛТРА САТ Охрид, бул. „Македонски Просветители“ бб Т.Ц. Охриѓанка Охрид,
8. ИНФЕЛ НЕТПЛУС Охрид, ул. Богомилска бр.Б1, 6000 Охрид,
9. ГИВ Гостивар Гостивар, Бул.„Браќа Гиноски“ бр.217 Гостивар,
10. КАБЛЕ КАЛ Кичево, ул. Тане Цалески ББ Кичево,
11. НЕТКОНЕКТ Скопје, ул.Булевар Партизански одреди бр.155-мез. 3, Скопје-Карпош,
12. ТРД НЕТ КАБЕЛ Струмица, ул.„Невена Стојкова“ бб Струмица,

Врз основа на податоците со кои АЕК располага за развојот на пазарот на електронските комуникации, операторите КАБЛЕ КАЛ Кичево, НЕТКОНЕКТ Скопје и ТРД НЕТ КАБЕЛ Струмица не пријавиле бројка на активни претплатници заклучно со 31.12.2013 односно во периодот кој го опфаќа оваа анализа. Според тоа овие оператори нема да бидат земени во предвид во спроведување на анализата и при оценка на пазарен удел.

1. АКТОН ДООЕЛ Скопје
2. УЛТРАНЕТ ДОО Скопје
3. РОБИ ДООЕЛ Штип
4. ВИП ОПЕРАТОР ДООЕЛ Скопје
5. САН-ВАЈРЛЕСС ДОО Скопје (АНИЦ СИСТЕМИ ДОО Скопје)
6. ТЕЛЕСМАРТ ТЕЛЕКОМ ДОО Скопје
7. ХОМЕТЕЛ ДООЕЛ Скопје
8. ПАНТЕЛ ИНТЕРНЕТ ДООЕЛ Скопје
9. МОБИЛЕ КОНЕКТ ТЕЛЕКОМ ДОО Скопје
10. САНЕТ КАБЕЛСАТ ДООЕЛ Винаца
11. ВИНСАТ КАБЕЛ ДООЕЛ Винаца
12. СТОРК ИМПЕКС Скопје
13. ШЕПРОМ-БЕЛА експорт-импорт ДООЕЛ Кичево

## 5. Соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата

Согласно член 79, 80, 81 и 82 од ЗЕК при спроведување на анализа на релевантните пазари, преиспитување на утврдени релевантни пазари на производи и услуги како и определување на оператор со значителна пазарна моќ, АЕК соработуваше со Комисијата за заштита на конкуренцијата, која со допис бр. 03-168/2 од 10.07.2014 година, го даде следното

### М и с л е њ е

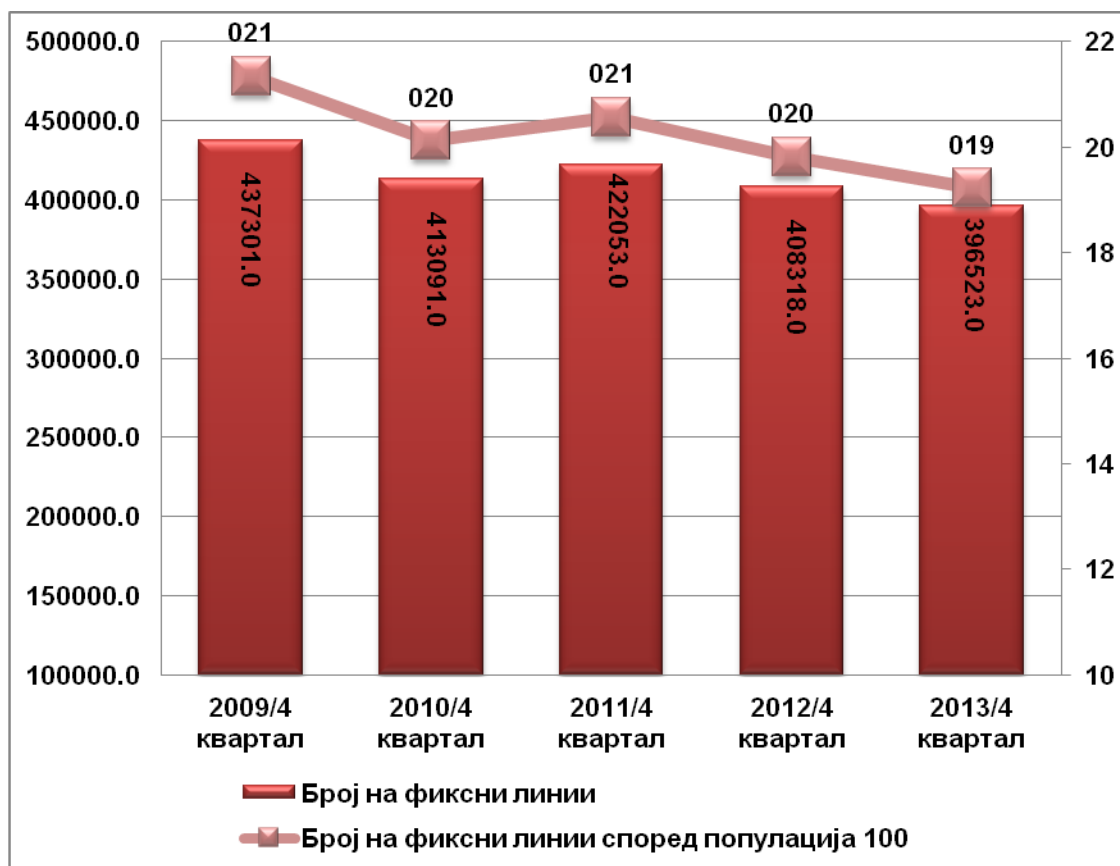
Комисијата за заштита на конкуренција е согласна со начинот на кој е дефиниран релевантниот пазар во Нацрт документот за анализа на Пазар 1 – Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиданцијални и деловни корисници.

Исто така, Комисијата за заштита на конкуренција е согласна со ставот на Агенцијата за електронски комуникации дека Македонски Телеком АД Скопје има значителна пазарна моќ на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници на територија на Република Македонија. Воедно, Комисијата за заштита на конкуренција се согласува со обврските кои Агенцијата за електронски комуникации му ги наметнува на Македонски Телеком АД Скопје како оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар.

## 6. Развој на пазарот на пристап до пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници

Во графиконот бр.1 се прикажани бројот на фиксни линии и промена на индикатор број на фиксни линии според популација 100 на пазарот на пристап до пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација во текот на периодот кој го опфаќа оваа анализа. Податоците прикажани во графикот се однесуваат на третиот квартал во период од 2009 до 2013 година.

Графикон 1 Движење на пазарот според број на фиксни линии (пенетрација)



Во текот на овој период може да се забележи дека вредноста на индикаторот број на фиксни линии според популација 100, во 2009 година изнесува 21.35, во 2010 бројот на фиксни линии изнесува 20.12; во 2011 се зголемува на 20.56 потоа следи период на опаѓање така што во четвртиот квартал од 2013 година индикаторот изнесува 19.22 .

Вредноста на индикаторот број на фиксни линии според популација 100 за годините 2009-2013 е пресметан врз основа на проценката за бројот на население согласно податоците од Завод

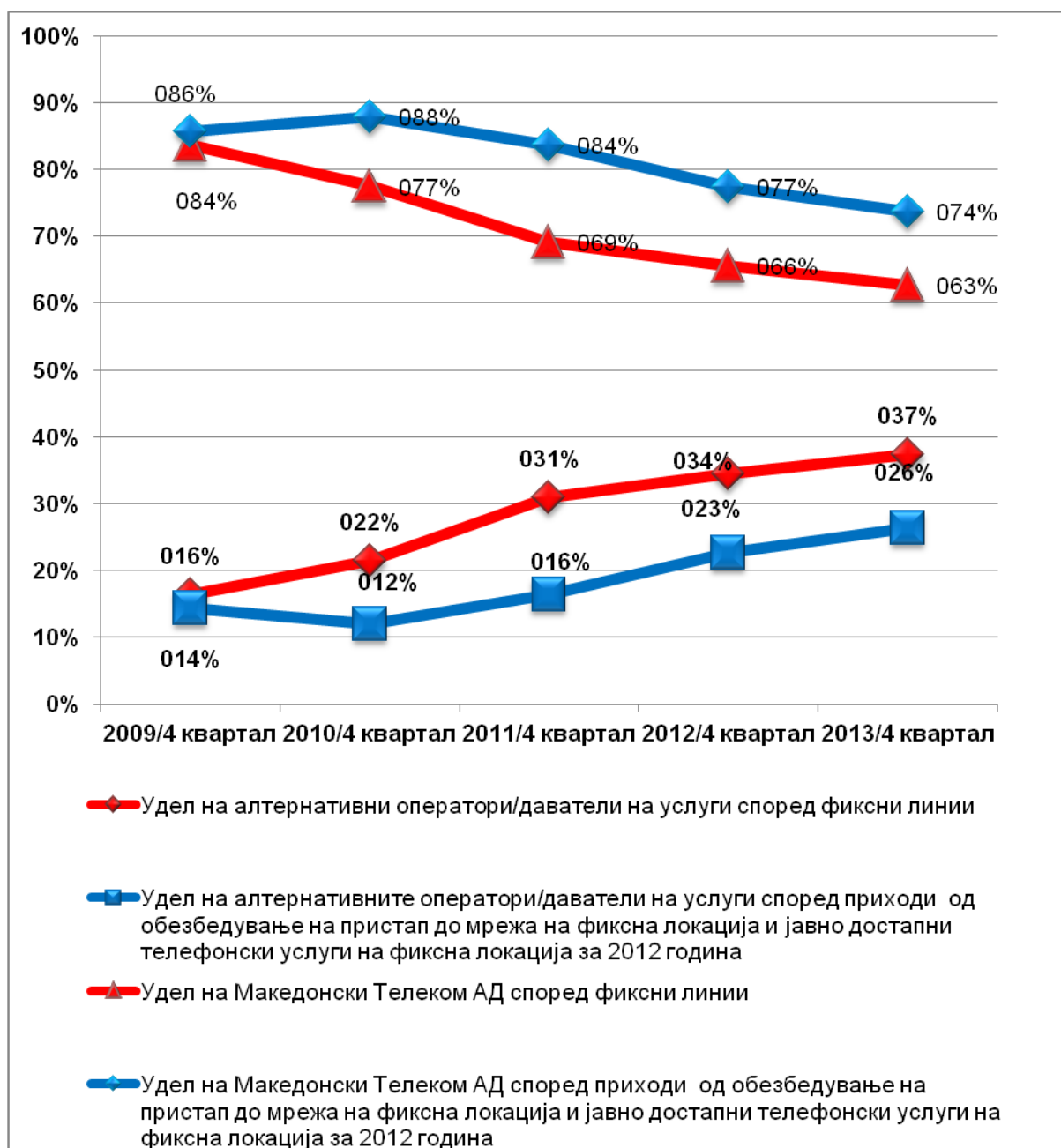
на статистика <sup>3</sup> (со референтна дата 31.12.2008 година која изнесува 2.048.619 жители, со реферантна дата 31.12. 2009 година изнесува 2.052.722 жители, со реферантна дата 31.12. 2010 година изнесува 2.057.284 жители, со реферантна дата 31.12. 2011 година изнесува 2.059.794 жители и со реферантна дата 31.12. 2012 година изнесува 2.062.294 жители,

Во графиконот бр.2 е прикажан уделот на алтернативните оператори и операторот со значителна пазарна моќ на овој пазар Македонски Телеком АД (во понатамошниот текст МКТ) според фиксни линии и приходи од обезбедување на пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација по квартали во периодот кој го опфаќа оваа анализа односно 2009-2013 година.

---

<sup>3</sup> <http://www.stat.gov.mk/IndikatorITS.aspx?id=2>

Графикон 2 Удел на АО и МКТ според број на фиксни линии за пристап и приходи 2009-2013

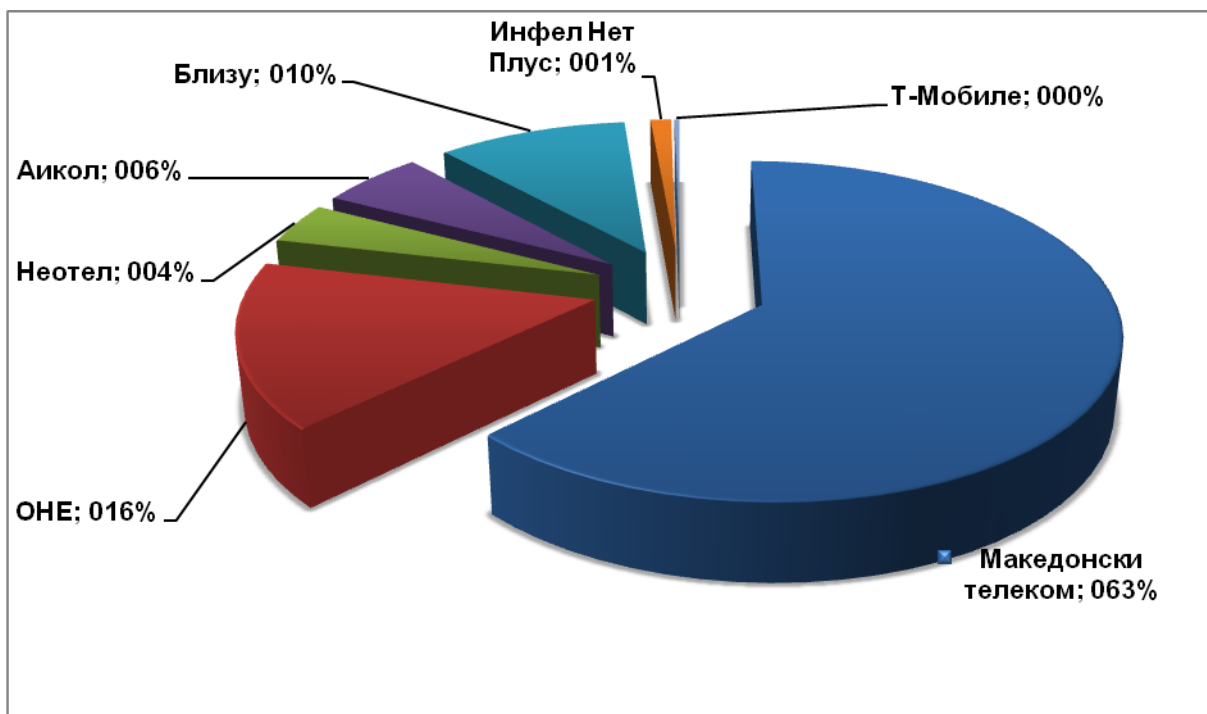


Почнувајќи од вториот квартал во 2008 година на пазарот влегуваат најголем дел од алтернативните оператори кои со текот на времето го зголемуваат своето учество (според приходи и сообраќај) на пазарот на фиксна телефонија, што не е исклучок и за 2012 година. Пазарниот удел на МКТ постојано опаѓа како што може да биде забележано од податоците во овој графикон. Така во периодот кој го набљудува оваа анализа пазарниот удел на МКТ според бројот на фиксни линии од 83.58% во 2009 год опаднал до 62,65% во 2013 год, додека приходите на пазарот за фиксна телефонија опаѓале но со помал интензитет и тоа од 85,71% на 73,68%. Истовремено од друга страна севкупниот пазарен удел според услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на алтернативните оператори расте континуирано и тоа од 16,42% во 2009 до 37,34% во 2013 год. Приходите на пазарот за

фиксна телефонија кај алтернативните оператори растат но со значително помал интензитет во споредба со бројот на линии за пристап и тоа од 14,29% на 26,31%. Во приходи се вклучени приходите од: почетно приклучување, месечниот надомест, реализираниот телефонски сообраќај и останати приходи (приходи од привремено исклучување, повторно вклучување, приходи од обезбедување дополнителни услуги поврзани со услугата пристап, дополнителни телекомуникациски инсталации и уреди, пренесени броеви, јавни говорници и друго).

Во Графиконот бр 3 е даден уделот на операторите/даватели на услуги според фиксни линии во 2013 година. Учеството на МКТ (СМП Операторот) во вкупниот број на фиксни линии изнесува 63,01%, додека од алтернативните оператори/ даватели на услуги најголемо учество има ОНЕ Оператор со 16,17 %, понатаму следуваат: Близу (9,92%), Аикол (5,56%), Неотел (3,96%), Инфел Нет Плус (1,10%), Т-Мобиле (0,27%).

**Графикон 3 Пазарен удел на операторите според Q4/2013**



Според погоре наведените податоци можеме да констатираме дека во периодот кој го опфаќа оваа Анализа, забележан е развој на конкуренцијата на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Оттука забележителен е и порастот на учеството според бројот на фиксни линии на алтернативните оператори како и според приходите. Оттука може да се констатира позитивното влијание на регулаторните мерки што АЕК ги превзема со обврските кои се наметнати на операторот со значителна пазарна моќ со претходната анализа врз целокупниот пазар овозможувајќи притоа развој на конкуренцијата и влез на нови учесници на пазарот. Исто така може да заклучиме дека и покрај тоа пазарниот удел на операторот Македонски Телеком АД кој во моментот е прогласен за оператор со значителна пазарна моќ е сеуште на високо ниво како според бројот на линии така и според приходите.

## 7. Дефинирање на пазарот за пристап

### 7.1 Вовед

Дефинирањето на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници е првиот чекор во спроведувањето на анализата на овој релевантен пазар. Согласно членот 2 од Одлуката за утврдување на релевантни пазари што се подложни на претходна регулација бр. 02-5015/1 од 23.09.2010 год, релевантен географски пазар на пазарот на електронски комуникации е територијата на Република Македонија.

Европската Комисија во нејзината Препорака од 2007 год<sup>4</sup> (2007/879/EC) продолжува да го идентификува, на малопродажно ниво, пристапот до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници како пазар подложен на *ex-ante* регулација.

Согласно Упатството за спроведување на Анализа на релевантен пазар усвоено од страна на Европската Комисија “зависно од тоа дали операторот поседува економска сила и моќ, ќе може на определен релевантен пазар да се однесува независно од конкуренцијата, корисниците и претплатниците. Дефиницијата на таков пазар е од фундаментално значење, земајќи предвид дека постоењето на значителна пазарна моќ на операторот може да се процени преку одредување на услугите и нивните карактеристики кои се дел од пазарот како таков.” Поради тоа дефиницијата на пазарот не претставува завршна точка во процесот на анализа, туку претставува основа врз која понатаму ќе се прави преглед на пазарот и ќе се разгледува неговата конкурентска состојба. Ова овозможува да бидат разгледани евентуални конкурентни пречки на страната на понудата и побарувачката, гледано во идно време, земајќи го во предвид економскиот и технолошкиот напредок за периодот кој го опфаќа оваа анализа.

АЕК ќе го дефинира релевантниот пазар, ќе ги утврди видот на услугите кои се дел од овој релевантен малопродажен пазар и ќе го дефинира географскиот пазар земајќи ги предвид специфичните околности кои владеат во Р. Македонија.

Конзистентно, на останатите пристапи во членките на Европската Унија (ЕУ), и препораките на Европската Комисија (ЕК), АЕК при дефинирањето ќе ја земе во предвид најтесно дефинираната **“услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација”**, односно основната услуга за ПСТН пристап. По потреба оваа дефиниција на услугата ќе се проширува земајќи предвид други услуги доколку за тоа се одлучи дека е потребно.

Во процесот на дефинирање на релевантниот пазар, потребно е да се земе во предвид евентуалното постоење на супституција на страна на понудата и на страна на побарувачката која директно или индиректно предизвикува промени во ценовното однесување на оператор со значителна пазарна моќ на определениот пазар, обезбедувач на услуга за пристап до јавна

---

<sup>4</sup> 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

електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Во продолжение кога такви супститути се во состојба да поттикнат однесување од тој вид, тогаш поширока дефиниција на услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, би било потребно да биде разгледана. Во таа насока ќе биде соодветно да биде разгледана дефиниција на услуга која би содржела и други елементи на услуги, кои во суштина и на прв поглед се незаменливи на страна на понуда или побарувачка со услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. На пример, кога краен корисник купува пакетирани услуга, тогаш целокупниот фокус на малопродажниот пазар е на цената на целиот пакет, наспроти цените на секоја индивидуална услуга што го сочинува тој пакет купена поединечно, оттука, дефиниција на пазар за пакетирани услуги би била соодветна иако услугите внатре во пакетот не претставуваат супститут една на друга.

Во случај кога поради постоењето на “транзакциски трошоци”, поедноставно и поефтино е користењето на пакетирани услуга, односно користење на услуги од еден добавувач (оператор), пакетираниот услуга би можела да се вклучи во дефиницијата за релевантниот пазар. Меѓутоа Извештајот<sup>5</sup> на БЕРЕК (BEREC) за влијанието на пакетирани услуги врз дефиницијата на малопродажните и големопродажните пазари, укажува дека постоењето на одвоени пазари за пакетирани услуги не мора неминовно да значи дека постојат конкурентски проблеми помеѓу индивидуалните услуги во пакетот.

При дефинирањето на клучните претпоставки на оваа Анализа, АЕК се базира и ги зема во предвид информациите и податоците добиени од Кварталните извештаи и Испитувањето на јавното мислење на пазарите на електронски комуникации кои постојат и се објавени на веб-страницата на АЕК.<sup>6</sup>

## **7.2 Услуги кои се нудат на пазарот**

Во Решението за дефинирање на релевантен пазар и наметнување на обврски на операторот со значителна пазарна моќ од 28.10.2010 год, врз основа на претходно спроведена анализа на релевантните пазари 1 и 2 (Одлука за утврдување на релевантни пазари од 17.08.2005), беше утврдена дефиниција на услугите кои се обезбедуваат на овој пазар и тоа:

- Ниско Ниво на Пристап – во кои спаѓаат услуги преку комутирана телефонска мрежа (ПСТН), теснопојасен фиксен безжичен пристап (FWA), пристап до мрежа адаптирана за обезбедување услуги на фиксна локација (fixed GSM), пристап преку кабелска мрежа и ИСДН основен пристап (BRA);
- Високо Ниво на Пристап – вклучувајќи ги услугите на делумно поделен пристап на ИСДН (ИСДН 10 и ИСДН 20) и ИСДН примарен пристап (PRA).

---

<sup>5</sup> BoR (10) 64, Report on the Impact of Bundled Offers in Retail and Wholesale Market Definition, December 2010 (page 16)

<sup>6</sup> <http://www.aek.mk/mk/dokumenti/izveshtai/kvartalni-izveshtai-za-analiza-na-pazar>  
<http://www.aek.mk/mk/dokumenti/izveshtai/ispituvanje-na-javno-mislenie>

Овој начин на дефинирање на услугата што се обезбедува на овој пазар се сметал за оправдан во тој момент, бидејќи сепак постоел определен степен на супституција помеѓу овие два сегмента на пазарот. Потребно е да се разгледа и оцени дали оваа дефиниција на пазарот е сеуште релевантна од денешна перспектива, имајќи ги предвид промените на пазарот како и технолошкиот развој што во меѓувреме се одвивал.

За да биде одредена големината на овој пазар, АЕК започнува да размислува дали пазарот е поголем од неговата досегашна дефиниција. Односно, дали во тој пазар спаѓаат и пакетираните услуги како пристап и говор, широкопојасен интернет и телевизија. АЕК разгледува дали дефиницијата на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација треба да содржи и некои дополнителни услуги, односно дали треба да има поширока дефиниција на овој пазар. Понатаму треба да биде одредено дали определени услуги како управуван ВОИП обезбеден преку широкопојасен пристап или мобилен пристап, се дел од евентуална проширена дефиниција на овој пазар. При одредување на пазарната дефиниција потребно е да се разгледаат следните прашања:

- дали појдовна точка треба да биде услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на самостојна основа или пак услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација поврзана со други услуги?
- дали постои еден релевантен пазар за услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапна телефонска услуга на фиксна локација?
- дали резиденцијалните и деловните корисници се дел од истиот пазар?
- дали фиксниот безжичен пристап припаѓа на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (фиксна)?
- дали услугата за пристап до изнајмена линија претставува дел од пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација?
- дали широкопојасен пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација е ефикасен супститут на теснопојасниот пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација?
- дали услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата за пристап до јавна мобилна електронска комуникациска мрежа се обезбедуваат во ист релевантен пазар?
- дали услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата за пристап до јавна мобилна електронска комуникациска мрежа припаѓаат на еден ист пазар?
- која е географската големина на пазарот?

### **7.2.1 Дали појдовна точка треба да биде услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на самостојна основа или пак услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација поврзана со други услуги?**

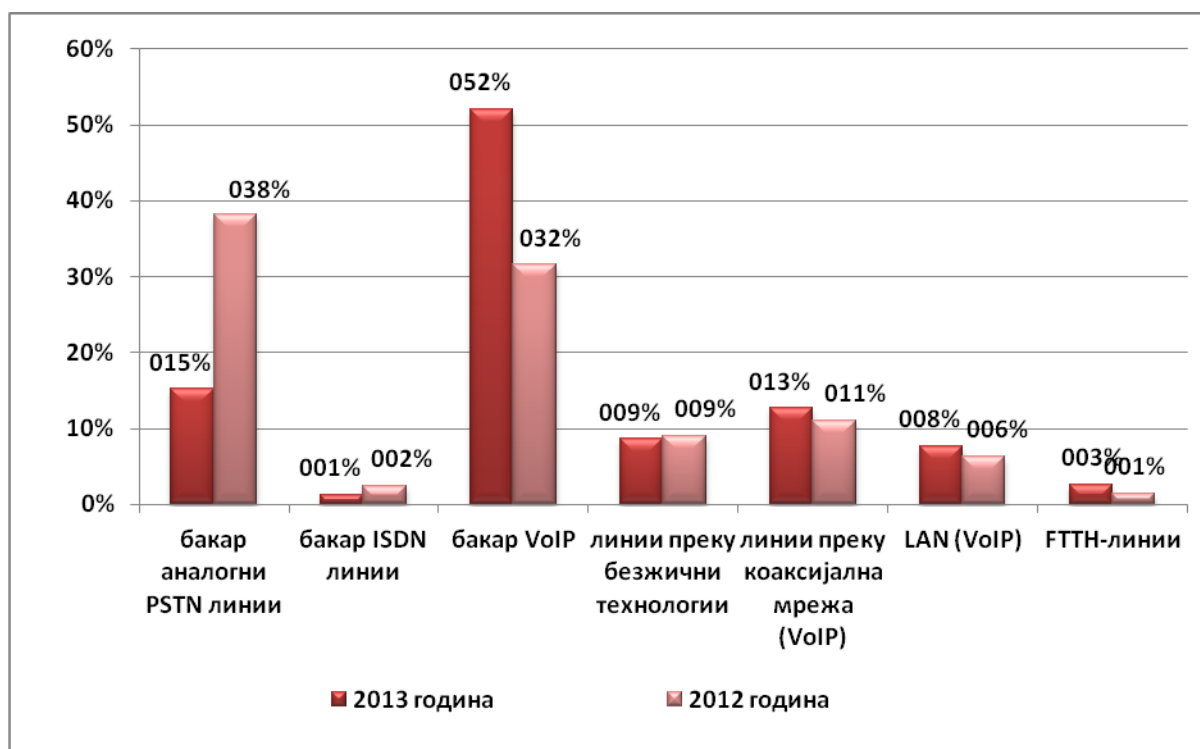
Дефинирањето на пазарот започнува преку разгледување на потесна дефиниција на услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и оценка дали поширока дефиниција која би вклучила и други услуги кон услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација би било добро да биде разгледана земајќи ги во предвид супституцијата на понудата и на побарувачката за оваа услуга.

Традиционалниот ПСТН пристап бил основната услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација во поголем дел од периодот опфатен со оваа анализа. Меѓутоа со процесот на развој на ИП платформата (IP) на операторот MKT учеството на ПСТН пристапот во 2013 година нагло опаѓа, и тоа од 279.488 ПСТН линии во четврт квартал 2012 на 200 линии во четврт квартал 2013 год. Значи процесот на миграција на крајните корисници на операторот MKT е завршен во првиот квартал од 2014 год. Македонски Телеком АД е првата компанија во Групацијата Дојче Телеком со мрежа целосно базирана на интернет протокол (ALL IP). Модернизацијата на мрежата започна во октомври 2011 година и за само 25 месеци, сите 290.000 линии беа мигрирани на новата платформа. Сега може да се нудат услуги како што се широкопојасни услуги на барање (извор: [www.makedonskitelekom.com.mk](http://www.makedonskitelekom.com.mk)).

Во четвртиот квартал од 2013 год, на пазарот сеуште има 200 ПСТН претплатници (односно претплатници на телефонска линија со еден говорен канал). ИСДН и ИСДН БРА линиите преку традиционалната дигитална форма на пристап (односно претплатници на телефонска линија со еден или два дигитални говорни канали) се со незначителна бројка односно 64 линии. ИСДН ПРА (10,20 и 30 говорни канали) изнесуваат 70 линии.

Операторот MKT кон крајот на 2013 год има 227.269 корисници на услугата пристап од јавна електронска комуникациска мрежа преку бакар (ВОИП технологија). Ова се корисниците кои користат телефонска линија со еден говорен канал. Додека 8300 корисници користат телефонски линии со 2 или повеќе говорни канали.

Графикон 4 Удел на пазарот според технологија на пристап <sup>7</sup>



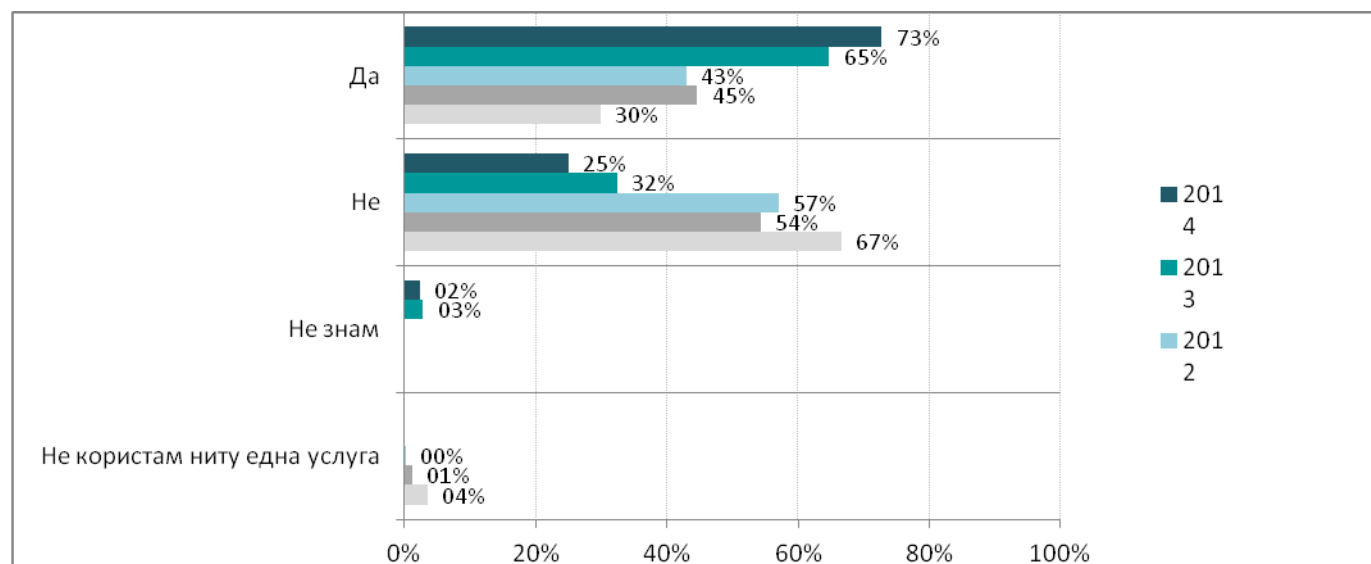
Јасно е дека постои мотив за операторите на јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација да понудат, а од друга страна корисниците да купат пакетирани услуги. Ваквото пакетирање на услугите не ја менува функционалноста на индивидуалните услуги. Пакетираните услуги едноставно имаат голем бенефит за крајните корисници преку олеснување на трансакциите, постоење договор со еден оператор, добивање сметка од еден оператор (“one stop shopping”). Пакетирањето на услуги може да биде поефтино, во споредба со збирот на трошоци доколку тие услуги би се нуделе поединечно. На страната на понудата постои економија на обем, што придонесува до намалување на цената на пакетот од услуги. На пример користа од заедничкиот (синергетски ефект) маркетинг, билинг и грижа за корисници може да биде значителна. Пакетирањето на услуга може да предизвика и намалување на ризикот од губење на претплатниците на пазари каде што има големи аквизициски трошоци, и може да доведат до зголемување на приходот по корисник иако цената на индивидуалната услуга е намалена. Според податоците со кои располага АЕК, прикажани во табела 1 за четвртиот квартал од 2013 год, јасно се гледа дека во вкупниот пазар на пакетирани услуги, услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа во 85,77% е вклучена во пакетот.

<sup>7</sup> Податоците во табела бр.4 се превземени од Годишен извештај за развој на пазарот за електронски комуникации за 2013 година

**Табела 1 Претплатници на услуги врзани во пакет**

ИНДИКАТОР		Q4 2013	Q3 2013	Промена %	Q4 2012	Промена %
Вкупен број на претплатници на услуги врзани во пакет		289.812	283.182	2,34%	258.315	12,19%
1.	Пакет- ТВ, Интернет	38.975	38.744	0,60%	36.922	5,56%
2.	Пакет- ТВ, Фиксна тел.	17.473	16.939	3,15%	12.562	39,09%
3.	Пакет- Интернет, Фиксна тел.	75.576	75.039	0,72%	77.316	-2,25%
4.	Пакет- ТВ, Интернет, Фиксна тел.	155.520	149.879	3,76%	128.028	21,47%
6.	Пакет- Останати	2.268	2.581	-12,13%	3.487	-34,96%

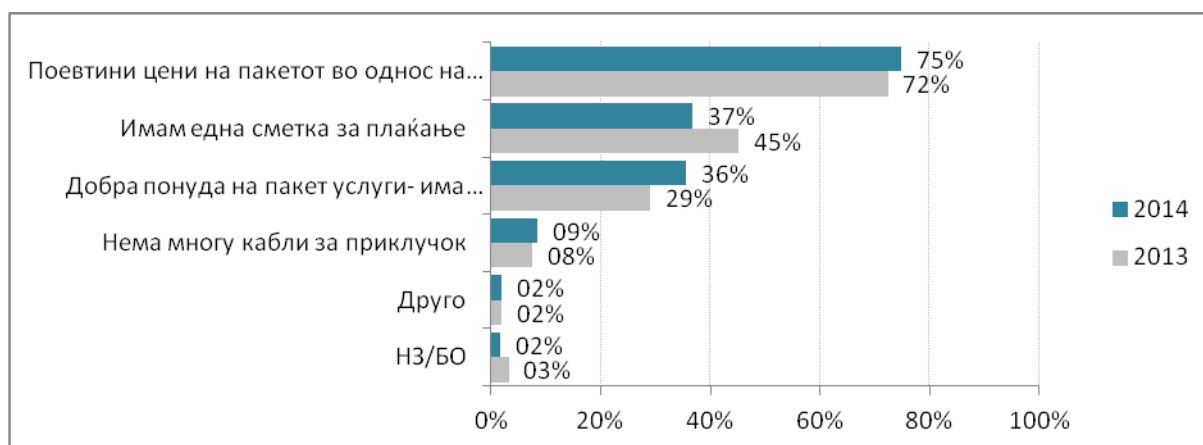
**Графикон 5 Користење на услуги во пакет во периодот од 2010-2014**



Извор: Испитување на јавно мислење за резиденцијални корисници, март 2014

Според Испитувањето на јавното мислење за пазарот на електронските комуникации во РМ, спроведено во месец март 2014 год, кое се однесува на две или повеќе услуги во пакет (вклучувајќи секаква комбинација на услугите) во кое постојат компаративни податоци од претходните испитувања, процентуалниот удел на претплатниците кои користат услуги во пакет (интернет, фиксна телефонија, телевизорија или мобилна телефонија), континуирано расте и тоа од 30% од испитаниците во март 2010, 34% во јули 2010, до 45% до септември 2011, 43% во февруари 2012 год и 64,7% во февруари 2013 год, до 73% во март 2014 год.

Графикон 6 Причини за користење на услуги во пакет во периодот од 2010-2014



Извор: Испитување на јавно мислење за резиденцијални корисници, март 2014

Од оние 800 испитаници(графикон 5) кои што се изјасниле дека користат услуги во пакет, 75% од нив се изјасниле дека поевтината цена на користење на услуги во пакет во однос на индивидуално користење на услугите е главната причина зошто претплатниците се одлучиле за користење на услуги во пакет. Исто така како причина претставува и добивањето на поголема вредност/бенефиции доколку услугите се користат во пакет за што се изјасниле 36% од испитаниците.

Од овие причини може да се заклучи дека постои тенденција на раст на користењето на пакетирани услуги на пазарот. Неопходно е да се спомене дека значајниот удел на пакетирани услуги, би можело да биде почетна основа при дефинирањето на релевантниот пазар. Корисникот кој што купува услуги во пакет од еден добавувач, би можел да одлучи истите да ги раздвои и да купува индивидуални услуги од повеќе добавувачи доколку цената на услугите во пакетот би надминала некоја прифатлива граница. Ако е ова случај, тогаш услугите во пакет може да создадат релевантен пазар или да бидат дел од ист релевантен пазар. Наместо ова, компонентите од кои се сочинети пакетирани услуги би биле дел од различни пазари. Европската Комисија во својата препорака<sup>8</sup> посочува дека хипотетскиот монополистички тест (Small but Significant Non-transitory Increase in Prices - SSNIP) треба да биде користен при одлучувањето дали треба да биде формиран дополнителен посебен пазар за пакети на услуги, истовремено земајќи ги предвид аргументите дека индивидуалните елементи на услугите во пакет создаваат сопствени индивидуални пазари, доколку при секој благ пораст на цената на пакетот доволен број на претплатници се одлучат да ја извадат услугата од пакетот и да ја користат на индивидуална основа од друг добавувач.

Две најчести дефиниции за услуги во пакет кои постојат и се нудат на пазарот се 1) комбинирање на услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и определена количина на минути и 2) услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и говор на која е додадена и услугата

<sup>8</sup> EXPLANATORY NOTE - Accompanying document to the - Commission Recommendation 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 C(2007) 5406

широкопојасен интернет пристап. На пример услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација е комбинирана со определена количина на “вклучени минути говор”, но според податоците со кои АЕК располага често на овој пакет се додава и услугата широкопојасен интернет пристап.

Факт е дека постои растечки тренд на продажба на услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација со услугите говор, интернет или телевизија. Како што е прикажано погоре процентуалниот удел на пакетирани услуги на пазарот во кој дел е и услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација е доста високо и според податоците со кои располага АЕК изнесува 85,77%.

Учеството на пакетирани услуги во вкупниот број на фиксни линии изнесува 73,08% (тука се вклучени и услугите ТВ и интернет, каде нема фиксна телефонија). Меѓутоа овие показатели сепак не се доволни за да се дојде до констатација дека пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација веќе не егзистира како самостоен и треба да биде вклучен во некој релевантен пазар на пакетирани услуги. За да го потврдиме ова ќе го истакнеме фактот дека кај операторот со значителна пазарна моќ МКТ, услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација односно услугата фиксна телефонија (која ги содржи пристап и говор како комплементарни услуги) учествува со 40.04% од вкупниот пазар на фиксна телефонија во сопственото портфолио. Ова значи дека услугата што ја третира овој релевантен пазар е сеуште значајна услуга и крајните корисници сеуште значително ја користат на самостојна основа.

Меѓутоа сепак во продолжение на овој документ АЕК при разгледувањето на овој пазар и неговото дефинирање ќе ја разгледа можната супституција помеѓу услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и:

- јавно достапна телефонска услуга (фиксна) ,
- широкопојасен пристап до интернет,
- фиксен безжичен пристап
- пристап до изнајмени линии
- пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна)

Прашање бр. 1– Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
--

### **7.2.2 Дали постои еден релевантен пазар за услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапна телефонска услуга на фиксна локација?**

Во овој дел потребно е да се одлучи дали услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата фиксни говорни повици се дел од единствен пазар. Генерално мислење е дека овие две услуги се комплементарни услуги една на друга. Ова значи дека услугата фиксни говорни повици се надоврзува на услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Меѓутоа при разгледувањето на овие прашања ќе ги користиме факторите кои ги наведовме во претходниот параграф како и SSNIP тестот.

Во Одлуката за утврдување на релевантни пазари подложни на претходна регулација која е донесена од АЕК во 2010 год, дефинирани се два различни пазари и тоа:

- пазар 1 пристап до телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници
- пазар 2 јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници.

Ставот на АЕК е дека услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и фиксни говорни повици не претставуваат меѓусебно заменливи услуги. Услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација обезбедува пристап на крајниот корисник до мрежата на операторот за обезбедување на говорна услуга или интернет. При купувањето на услугата фиксни говорни повици, претплатникот всушност ја купува и услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Тоа покажува дека едната услуга е комплементарна на другата на пазарот и истите се нудат заедно во пакет. Продажбата на пазарот на овој вид пакет кој содржи услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и фиксни говорни повици еволуира со тек на времето под влијание на технолошкиот напредок и под влијание на однесувањето на корисниците, што директно влијае на пакетот. Доказ за тоа е завршениот процес на миграција на корисниците на операторот со значителна пазарна моќ на ИП платформа и користење на ВОИП повици за обезбедување на фиксна телефонија.

#### **7.2.21 Заменливост на страната на побарувачката**

Како што образложивме услугите пристап и говорни повици се комплементарни услуги една на друга гледано од аспект на побарувачката. Крајниот корисник за да ја користи услугата говорен повик неопходно е да има пристап до мрежата на операторот. Ова значи дека побарувачката на двете услуги е зависна една од друга.

Во моментот на пазарот на фиксна телефонија постојат 9 активни оператори кои обезбедуваат фиксни телефонски услуги. Тие не прават поделба на услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапни телефонски услуги (фиксни), односно таа услуга ја продаваат како пакетирани услуга. Главната причина претставува природата на овие две услуги односно крајниот корисник не може да користи услуга за повик

од еден оператор без да има обезбедно пристап до неговата мрежа. Во случаеви кога се користи услугата избор на оператор крајниот корисник може да ја користи услугата пристап од еден оператор а услугата повик од друг оператор. Меѓутоа овој вид на услуга не се појавува на пазарот иако е обезбедена од страна на операторот со значителна пазарна моќ.

Изборот на оператор кој ќе обезбедува услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на крајниот корисник е сериозна одлука која често пати се поврзува со долгорочен договор. Ова е така од причина што услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација создава услови за обезбедување на редица други услуги како повици, телевизија, интернет и други услуги со додадена вредност.

Операторите на пазарот обезбедуваат соодветен попуст при користењето на услугите доколку истите се користат во пакет, во споредба со цените што би ги имале во случај на користење на секоја услуга поединечно. Овие потенцијални фаворизирани цени на пакетирани услуги би привлечеле поголемо внимание од страна на крајните корисници на малопродажниот пазар.

Крајните корисници се во можност да ја користат услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата фиксни говорни повици од различен оператор, со тоа што би имале месечна претплата од инкамбент операторот, а услугата повици им ја обезбедува алтернативниот оператор (избор на оператор). Но во тој случај се соочуваат со ситуација да добиваат две сметки од два различни оператори или даватели на услуга. Операторот кој обезбедува услуга пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација, може да ја зголеми цената на оваа услуга, но истиот ризикува да го изгуби крајниот корисник на тој начин што би се префрлил да ја користи услугата за пристап од друг оператор.

Можеме да констатираме дека во пракса во Р.Македонија, корисниците преферираат да ја користат услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и фиксни говорни повици од еден ист оператор, имајќи ги предвид поволностите од добивање на единствена сметка за услугите. На тој начин корисникот ги намалува трансакциските трошоци.

Според горенаведеното, може да се заклучи дека услугите пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и фиксни говорни повици се обезбедуваат од еден оператор. Ова навестува дека супституција на страна на побарувачката помеѓу овие две услуги не постои.

#### **7.2.2.2 Супституција на страна на понудата**

На страна на понудата може да се констатира дека еден оператор кој поседува јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација може многу лесно да одлучи да обезбедува јавно достапни телефонски услуги (фиксни). Доколку на пазарот би настанала ситуација на мало зголемување на цената на фиксните повици, сосема очекувано е операторите кои поседуваат мрежа да најдат свој интерес и да започнат да ја обезбедуваат фиксни говорни повици. Меѓутоа од аспект на постоење на супституција помеѓу услугата пристап и повик не може да се зборува. Операторот што ја обезбедува услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација би ја обезбедувал услугата повик како дополнителна услуга. Во таа смисла услугата повик претставува комплементарна на услугата пристап. Ако еден хипотетички монополист на пазарот за пристап до јавна

електронска комуникациска мрежа на фиксна локација посегне кон мало, но значително долгорочно зголемување на цената на услугата за пристап операторите кои обезбедуваат единствено услуги на јавно достапни телефонски услуги (фиксни) нема да бидат во можност да го преориентираат своето производство, со цел да обезбедат услуга на пристап. Имајќи ја предвид економијата на обем и трошоците кои во нормални услови се рентабилни на долг рок, инаку напуштањето на пазарот пред тој временски период ќе претставуваат загуба (sunk costs) неопходни за градење на пристапна мрежа, АЕК смета дека не постои реална можност за супституција на страната на понудата. Во таа смисла АЕК констатира дека на страна на понудата не постои супституција помеѓу услугите пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапна телефонска услуга (фиксна).

### **7.2.2.3 Прелиминарен заклучок**

Услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и фиксни говорни повици се услуги кои се комплементарни и се дополнуваат една со друга, а не претставуваат супститут една на друга. Состојбата на пазарот во Р Македонија во периодот на оваа анализа е таква дека крајните корисници ги купуваат овие услуги како пакет на услуга за пристап до мрежа и повици, и тоа од еден ист оператор со што се обезбедува добивање единствена месечна сметка.

Врз основа на претходните проценки, АЕК смета дека услугите за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугите за јавно достапни телефонски услуги (фиксни) не претставуваат супститутии според тоа истите не се обезбедуваат во ист релевантен пазар. Истите претставуваат комплементарни услуги.

Прашање бр. 2– Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### **7.2.3 Дали резиденцијалните и деловните корисници се дел од истиот пазар?**

АЕК е свесна дека различните видови на крајни корисници на услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација изразуваат различни преференции и различна ценовна еластичност. Супституцијата на страната на понудата може исто така да варира кога е во прашање обезбедување на услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за различни кориснички групи во одредени географски области и локации. АЕК го разгледуваше постоењето на синџир на супституција помеѓу резиденцијалните и деловните корисници што би резултирало дека тие припаѓаат на ист релевантен пазар. Анализата во овој дел се фокусира главно на тоа дали определен резиденцијален корисник би можел во определен временски период да пронајде одговарачка понуда од бизнис сегментот која би ги задоволила неговите преференции од услугата, и обратно. Дали супституцијата на понудата во овој случај ќе имплицира комбиниран или

засебен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за овој сегмент на крајни корисници. Со првата анализа на релевантниот малопродажен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и со препораките на Европската Комисија е утврдено постоење на еден релевантен пазар кој ги опфаќа резиденцијалните и деловните корисници.

### **7.2.3.1 Супституција на страна на побарувачката**

За пазарот да биде дефиниран како единствен пазар за резиденцијални и деловни корисници, не е неопходно сите резиденцијални крајни корисници на пазарот да ја сметаат услугата за деловен пристап како заменлива на резиденцијалниот пристап и обратно. Неопходно е значителен дел од крајните корисници да се префрлат на бизнис претплата и користат услуга за пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација, окарактеризирана како бизнис со цел да реагираат на хипотетскиот монополистички тест.

Секој краен корисник во основа ја купува услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација имајќи ја предвид нејзината основна вредност а тоа е пристапна линија до мрежата на операторот. Пример, при употребата на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, технички се користи истата услуга како и за обезбедување на услугата фиксни говорни повици и понатаму останатите комплементарни услуги на нив. Основната функционалност на услугата пристап независно дали ќе се обезбедува за резиденцијални или деловни крајни корисници е потполно еднаква. Може да постојат разлики од аспект на грижа за корисниците, техничка подршка и поправки итн. Операторот/давателот на услуги има посебни одделенија за подршка на големите деловни корисници (key account), рокови за поправка на водовите и договори кои се поврзани со одредено ниво на SLA (service level agreement).

Може да се забележи дека скоро сите оператори на пазарот кои ја обезбедуваат услугата пристап, ја нудат и на резиденцијални и на деловни корисници. Понудите за деловни корисници имаат тенденција да бидат повеќе прилагодливи на потребите на деловните корисници отколку понудите за резиденцијалните корисници. Може да постои разлика во некои дополнителни услуги кај бизнис понудата во смисол на засилена 24 часовна подршка и одржување на линија, различно време на одговор и поправки итн. Деловните понуди генерално опфаќаат добивање повеќе линии на една претплата и со една месечна сметка, повици внатре во компанијата преку централа одржувана од операторот, повеќекратни дојдовни повици истовремено на истиот број. Овие разлики би можеле да бидат разгледувани како различен пазар но само во случај кога истите би биле толку големи и различно вреднувани во голема мера како производ диференциран од оној на резиденцијалните корисници што ќе има соодветно влијание при спроведување на хипотетскиот монополистички тест.

Голем дел од компаниите во Македонија, се рангирани како мали бизниси и не вработуваат повеќе од 10-ина вработени. Најчесто овие компании функционираат од единствена канцеларија. Барањата и потребите за фиксна линија кај овие бизниси воглавно не се разликува многу од барањата на едно домаќинство. Поради тоа АЕК ќе го испитува ова

влијание и разлики во однесувањето на резиденцијалните и деловните корисници на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Важно е да се процени дали разликите во начинот на кој домаќинствата ја користат услугата за пристап и деловниот корисник се значителни што може да предизвика сместување на овие форми на пристап во различен релевантен пазар.

Повеќето деловни корисници побаруваат фиксен пристап како примарна точка за контакт со нивните потрошувачи. Оттаму бизнисот може да биде помалку осетлив на висината на цената за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Постои разлика и од аспект на повиците кон мобилни мрежи, така што деловните корисници многу почесто повикуваат броеви во мобилни мрежи отколку што тоа го прават домаќинствата.

Покрај овие разлики, постојат доста идентични причини за начинот на кој се вреднува и користи услугата за пристап од деловните и од резиденцијалните корисници. Услугата за пристап типично се користи како платформа за обезбедување на јавно достапни телефонски услуги (фиксни). Останати услуги како на пример широкопојасен интернет пристап се користат како дополнителни услуги или најчесто како дел од пакет. И деловните и резиденцијални корисници вреднуваат исти фактори при изборот на операторот а тоа се, трошок за месечна претплата, трошоците за остварување на повик и вреднувањето на пакетот од услуги што се нуди.

Прилагодувањето на договорот на определени посебни барања на деловниот корисник не е секогаш случај. И од аспект на договорот голем дел од деловните корисници го користат стандардниот претплатнички договор што е користен и од страна на резиденцијалните корисници. Во Македонија постојат огромен број на мали претпријатија кои што имаат слични потреби за комуникациски услуги со домаќинствата. Само 7% од испитаниците одговориле дека договорите кои ги имаат со операторот се според услови кои се специјално прилагодени за нивните бизнис потреби. Оттука и не постои значителна разлика во договорите помеѓу крајните корисници на услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

Разлики помеѓу овие две форми на услуги, како и појава на некаков прекин во супституцијата помеѓу нив може да се појават само кога станува збор за функционалност на определена форма на пристап. Во определени случаи деловните корисници може да побараат телефонска линија со повеќе говорни канали .

### **7.2.3.2 Цени**

Износот на месечна претплата за услугата за пристап до телефонска линија со еден говорен канал е идентична, независно од тоа дали ја користи резиденцијален или деловен краен корисник и истата изнесува 399 мкд. Понатаму, операторите не прават разлика помеѓу цената за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа од аспект на корисникот. Значи и резиденцијален и деловен краен корисник може да земе телефонска линија со еден или повеќе говорни канали и не би имал разлика во цената за пристап само поради тоа што е деловен корисник.

Повисоката цена која постои кај пакетите за деловни корисници се оправдува со дополнителна функционалност и услуги кои ги добива корисникот. Најчесто волуменот на минути, чекање на повик, проследување на повик, конференциска врска, идентификација на повикувач, се услуги кои се повеќе користени од деловните корисници. Операторите понудуваат малку поразлична услуга односно пакет на услуга за поголемите бизниси кои имаат специфични барања. Деловните корисници може да купуваат пристап до телефонска линија со повеќе говорни канали како и дополнителни услуги како виртуелна приватна мрежа “virtual private network-VPN”. Дополнително и изнајмените линии и безжичните линкови се купувани од страна на деловните единици како форма на пристап до мрежата на операторот заради остварување на пренос на податоци. Овие форми на пристап имаат сосема различен сет на карактеристики на услугата од основната услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

### **7.2.3.3 Супституција на страната на понудата**

Тргувајќи од сотојбата на пазарот во Македонија каде веќе покрај алтернативните оператори и операторот со значителна пазарна моќ целосно ги префрли своите корисници на ИП платформа и обезбедува ВОИП услуги, може да констатираме дека операторот може многу лесно користејќи ја истата технологија да обезбеди пристап подеднакво како за резиденцијални и за деловни крајни корисници. Операторот лесно може користејќи ја ИП платформата и ВОИП услугите да обезбедува телефонски линии со еден или повеќе говорни канали и со тоа да ги задоволи потребите на сите крајни корисници. Главна пречка која би можела да се појави е кога а операторот не е во можност во определени подрачја да пристапи на мрежната инфраструктура и да обезбеди услуга со доволен капацитет за поголем корпоративен корисник. Но доколку би бил во можност да обезбеди пристап до мрежа тогаш би бил во состојба да ги обезбедува и резиденцијалните и деловните понуди. Кога станува збор за определени индустријализирани подрачја каде на пример кабелските оператори немаат сопствена мрежа, тие не се во состојба да обезбедат деловни понуда. Меѓутоа имајќи во предвид дека во принцип малите и средни претпријатија како и резиденцијалните корисници се наоѓаат во градски средини во тој случај операторот или давател на услуга лесно може да создаде и да понуди услуга на резиденцијални и на деловни крајни корисници. Тука супституцијата на страната на понудата на услугите е очигледна.

### **7.2.3.4 Прелиминарен заклучок**

Врз основа на горенаведеното може да се заклучи дека услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници претставува дел од еден ист пазар. Физичката инфраструктура за пристап е слична или идентична за обезбедување на деловна и резиденцијална понуда. Иако постојат разлики во интензитетот и самото користење на услугата за пристап од страна на резиденцијалните и деловните корисници од друга, сепак е малку веројатно дека станува збор за различна форма на услуга. Ова го потврдува фактот дека сите оператори во Македонија кои работат на фиксниот пазар, обезбедуваат понуди и за резиденцијални и за деловни крајни корисници.

Прашање бр. 3 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
---

## **7.2.4 Дали фиксниот безжичен пристап припаѓа на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација?**

### **7.2.4.1 Супституција на побарувачката**

Главното прашање при дефинирањето на пазарот од аспект на услугата за теснопојасен пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација во која мера крајните корисници би се одлучиле да се префрлат од една форма на теснопојасен пристап на друга како резултат на мало зголемување на цените. Покрај ценовната се разгледува и евентуална функционална заменливост која постои помеѓу формите на теснопојасен пристап како последица на мало зголемување на цените.

Во Македонија од страна на еден оператор се обезбедува услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација преку фиксниот безжичен пристап (FWA). Операторот ОНЕ ја обезбедува оваа форма на пристап. Често иако се смета дека оваа услуга се користи во руралните предели каде што операторите немаат кабелска мрежна инфраструктура, сепак истата услуга се користи и во урбанизираните средини. Услугата за фиксен безжичен пристап не се смета дека е различна од услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за обезбедување телефонска линија со еден говорен канал преку бакарна мрежа. Операторот ОНЕ кој во Р.Македонија обезбедува фиксни говорни услуги не обезбедува широкопојасен интернет преку фиксниот безжичен пристап. Операторот МКТ како оператор со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар не ја обезбедува оваа форма на пристап за своите крајни корисници.

Оттука, АЕК во врска со функционална супститутивност заклучува:

- услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација преку фиксен безжичен пристап функционално не е различна од услугата пристап преку јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и може да биде користена како надополнување во понуда на операторот;

#### 7.2.4.2 Цени

Во следната табела ќе ги прикажеме цените за пристап до телефонска линија со еден, два или повеќе говорни канали.

Табела 2 Цена на услуги за пристап МКТ/ОНЕ

Услуга	Трошок за инсталација	Месечна претплата
еден говорен канал/ФБП*	1240/0	399/149
два говорни канали	1240	694
10 говорни канали	45000	4000
20 говорни канали	45000	6000
30 говорни канали	45000	7150

\*фиксен безжичен пристап

Според ценовните податоци во табелата услугата за телефонска линија со повеќе говорни канали преку бакарна мрежа која на пазарот ја обезбедува Македонски Телеком АД има цена од 4000 денари за 10 говорни канали, 6000 за 20 говорни канали и 7150 за 30 говорни канали. Истовремено месечната претплата за услугата телефонска линија со еден говорен канал преку бакарна мрежа чини 399 мкд.

Корисникот на телефонска линија преку ИП платформа кој користи ВОИП говорна услуга може по своја желба да избере број на говорни канали. Технологијата преку која се обезбедува услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (фиксна) обезбедена преку ИП платформа е идентична независно од бројот на говорни канали што ги побарал корисникот. Во овој контекст телефонската линија со еден говорен канал може да биде обезбедена и со фиксниот безжичен пристап и со јавна електронска комуникациска мрежа (фиксна) преку бакар.

#### 7.2.4.3 Супституција на страната на понудата

Пристапот до телефонска линија со еден или повеќе говорни канали може да биде обезбеден од операторот со значителна пазарна моќ како и од останатите оператори кои поседуваат ИП платформа и преку истата да обезбедат јавно достапни телефонски услуги (фиксни). Од технолошки аспект не постои никаква пречка еден оператор кој што поседува или изнајмува мрежна инфраструктура да ја обезбеди услугата пристап и фиксни говорни повици на краен корисник независно дали истиот побарува еден или повеќе говорни канали.

#### **7.2.4.4 Прелиминарен заклучок**

Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација како услуга е обезбедена преку пристапот до телефонска линија со (еден или повеќе говорни канали) преку бакарна мрежа и фиксниот безжичен пристап. Помеѓу овие форми на пристап постои извесна супститутивност и поради тоа се донесува заклучок дека истите припаѓаат на ист релевантен пазар. Од аспект на цената се констатира разлика при обезбедување на услугата пристап до телефонска линија со еден или повеќе говорни канали.

Прашање бр. 4 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

#### **7.2.5 Дали услугата за пристап до изнајмена линија претставува дел од пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација?**

При разгледувањето дали изнајмените линии претставуваат соодветен супститут за телефонска линија со повеќе говорни канали. Изнајмената линија која служи само за пренос на податоци од една локација на друга (банки, осигурителни компании, јавни институции) може да претставува супститут од аспект на крајниот корисник, но не е соодветна услуга преку која ќе се обезбедат услуги адекватни на услугата телефонска линија со повеќе говорни канали.

Прашање бр. 5 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

#### **7.2.6 Проценка дали широкопојасен пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација е ефикасен супститут на теснопојасниот пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација?**

Во дефиницијата на пазарот за пристап до услуги со широкопојасен во 2010 год АЕК го исклучи теснопојасниот пристап до мрежа од истиот релевантен пазар врз основа на тоа дека теснопојасниот пристап не обезбедува еквивалентна функционалност на услугите со широк опсег и не е соодветна замена. Земајќи ги предвид техничките карактеристики на широкопојасниот пристап, Европската комисија истакнува дека теснопојасниот пристап ќе биде во посебен пазар "бидејќи услугата и/или карактеристиките на квалитетот на тие услуги (вклучувајќи ги и нивните upload и download брзини), кои можат да бидат понудени преку теснопојасниот пристап не претставуваат остварлива замена од гледна точка на крајниот корисник кој што користи широкопојасен пристап до мрежата.

АЕК смета дека супституцијата во поглед на гореспоменатите услуги би можела да биде асиметрична. На пример, теснопојасниот пристап не подржува пренос на податоци со високи брзини, но широкопојасниот пристап може да биде и е користен како платформа за обезбедување на пристап до управувани ВОИП говорни услуги на фиксна локација.

ВОИП (Voice over IP) се однесува на комуникациски протоколи, технологии, методологии и трансмисиски техники за пренос на телефонски повици преку ИП (Internet Protocol). Главната причина поради која операторите користат ВОИП е заштедата на трошоци која произлегува од можноста за рутирање на телефонските повици преку постоечката, податочна мрежа. Традиционалните говорни сервиси користат ТДМ (Time Division Multiplexing) пренос и SS7 сигнализација, додека ВОИП користи ИП и други придружни технологии. ВОИП услугата во зависност од начинот на доставување до корисникот може да биде:

1. управувана ВОИП услуга и
2. неуправувана ВОИП услуга.

Операторите кои овозможуваат управувани ВОИП услуги поседуваат своја платформа за комутација на повици и интерконекција и имаат контрола на локалната пристапна инфраструктура која самите ја поседуваат или пак ја изнајмуваат од друг оператор. Управуваните ВОИП услуги вклучуваат механизми како што е приоритизација на сервиси преку кои се обезбедува квалитет на сервис со собирање на сите податочни пакети и манипулирање со нив преку софистициран софтвер.

Голем број на оператори веќе обезбедуваат јавно достапни телефонски услуги (фиксни) до крајните корисници, со користење на ВОИП технологија преку широкопојасен пристап, како дел од еден поширок пакет на услуги. Користењето на широкопојасен пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација се повеќе ја зголеми употребата на управувани ВОИП услуги кои што се во голема мерка слични на традиционалните говорни услуги кои се нудат преку теснопојасните ПСТН и ИСДН форми на пристап. Таквите услуги се обезбедуваат од речиси сите алтернативни кабелски оператори кои што нудат различни фиксни говорни услуги пакетирани со услугата за пренос на податоци (интернет) и телевизиски услуги преку кабелска мрежа. Управуваните ВОИП услуги, во моментот, во Република Македонија се обезбедуваат исто така и од страна на операторот со значителна пазарна моќ-МКТ., Операторот МКТ до крајот на 2013 год го заврши процесот на миграција на својата мрежа кон ИП базирана мрежна инфраструктура. Според тоа овој оператор веќе не ги обезбедува традиционалните телефонски услуги преку комутација на кола, и сите негови крајни корисници се префрлени на користење на ВОИП услуги преку новата ИП платформа. Операторот МКТ веќе не користи теснопојасен пристап за обезбедување на услугата пристап и јавно достапни телефонски услуги (фиксни).

Од аспект на функционалноста постојат повеќе оператори кои ја обезбедуваат услугата управуван ВОИП на крајните корисници преку употреба на широкопојасен пристап до мрежа. АЕК смета дека услугата пристап преку управувана ВОИП платформа на корисниците им овозможува слични функционалности како и услугата за пристап преку ПСТН/ИСДН.

Во продолжение се набројани сличните/истите функционалности на гореспоменатата услуга:

- Пристап до јавна комуникациска мрежа на фиксна локација;
- Можност за примање и започнување на повик на фиксна локација со секоја друга нумерирана телефонска линија;
- Географски број (со префикс според националната распределба);
- Пристап до броеви за итни случаи;
- Телефонски уред ист како стандардниот ПСТН уред.

Од корисничка перспектива телефонската услуга во поглед на обезбедувањето на говор преку управуван ВОИП се смета за слична или еднаква на услугата на говор обезбедена преку традиционалниот теснопојасен пристап на мрежа.

Иако платформата за обезбедување на услугата е различна, управуваниот ВОИП преку широкопојасниот пристап обезбедува функционална еднаквост и тоа во поглед на:

- Услугата се обезбедува на фиксна локација;
- Вклучува користење на уред со стандардна фиксна телефонска функционалност и перформанси;
- Процесот на започнување на повик е ист;
- Телефонот има еднаква конекција со традиционалните телефони.

Во пракса користењето на услугите пристап и говор преку управуван ВОИП е едноставно и корисниците најчесто не се свесни дека користат ВОИП наместо традиционална телефонска линија. Квалитетот на широкопојасниот пристап има влијание врз квалитетот на ВОИП услугата во поглед на брзината и доцнењето на звукот на услугата која се нуди на крајните корисници. Операторот го контролира и управува со квалитативните параметри на пристапот и јавно достапните телефонски услуги кои користат управуван ВОИП.

Неуправуваните ВОИП услуги исто така се нудат од трети страни добавувачи (како што е Skype, Google, Viber и др). Неуправувани ВОИП услуги се обезбедуваат од страна на оператори кои немаат пристап или контрола на локалната пристапна инфраструктура и не поседуваат своја платформа за комутација на повици и интерконекција. Ваквиот тип на ВОИП услуги се најчесто бесплатни или имаат мала цена.

Овие неуправувани ВОИП услуги се поделени на:

1. Услуги кои што им овозможуваат на крајните корисници да остваруваат повици кон други РС корисници преку Интернет. Гласот најпрвин се компримира преку софтвер инсталиран на РС или на телефони кои овозможуваат ВОИП и потоа се дели на мали податочни пакети кои што се рутираат преку Интернет до целната дестинација. Бидејќи Интернет мрежата е неконтролирана овие пакети може да стигнуваат до дестинацијата преку различни рути, па некои пакети во секвенцата може да стигнат пред некои други или воопшто да не стигнат до дестинацијата (best-effort service). Како последица, корисниците може да се соочат со проблеми со латентноста (доцнењето), ехо па дури и недостигање на цели зборови.
2. Услуги кои што им овозможуваат на крајните корисници да остваруваат повици кон било кој Е.164 број од нивниот компјутер. Во овој случај крајниот корисник склучува комерцијален договор со ВОИП провајдер.

Крајните корисници најчесто не го сметаат широкопојасниот пристап до неуправуваните ВОИП услуги како супститут на пристапот за услугите во фиксна телефонија поради тоа што истите не гарантираат конзистентност во квалитетот на услугата. Неуправуваните ВОИП услуги кои што овозможуваат појдовни и дојдовни телефонски повици се слични на услугата која што се обезбедува преку фиксна телефонија, но не е целосно споредлива поради тоа што, иако квалитетот на гласот која е обезбеден преку неуправуван ВОИП е сличен со услугите во фиксна телефонија, квалитетот на услугата не може во целост да биде гарантиран, бидејќи услугите обезбедени преку неуправуван ВОИП бараат дополнителни хардверски уреди и/или софтвер.

Во врска со овие неуправувани ВОИП услуги, ревидираната препорака на ЕУ<sup>9</sup> наведува дека ”врз основа на разликите на квалитетот и карактеристиките на производот неуправувани ВОИП услуги во моментот не претставуваат супститут на традиционалната телефонија споредбено со управуваните ВОИП услуги, меѓутоа таа дистинкција може да се промени со текот на времето доколку квалитетот на неуправуваната ВОИП услуга се подобри и техничките карактеристики се променат”.

#### **Прелиминарен заклучок**

Управуваните ВОИП услуги кои што се обезбедуваат преку широкопојасен пристап до мрежа, претставуваат супститут на традиционалната фиксна телефонија. Управуваните ВОИП услуги овозможуваат говорни повици помеѓу крајните корисници со гарантиран квалитет кој е сличен на квалитетот на повици воспоставени во традиционалните телефонски мрежи (ПСТН мрежи). За да се воспостават повици потребно е да се обезбеди терминален адаптер во прилог на конвенционалниот телефон. Со оглед на нивото на учество на ВОИП повиците во вкупните повици, можеме да заклучиме дека во Македонија широкопојасниот пристап и ВОИП телефонијата целосно ја замени традиционалната фиксна телефонија. Според тоа може да се донесе заклучок дека широкопојасниот пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација треба да биде вклучен во релевантниот малопродажниот пазар за пристап, додека традиционалниот теснопојасен пристап до мрежа веќе не го обезбедува ниту еден оператор.

Прашање бр. 6 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

---

<sup>9</sup> Revised ERG Common Position on the approach to Appropriate remedies in the ECNS regulatory framework

Линк до документот:

[http://www.irg.eu/streaming/erg\\_06\\_33\\_remedies\\_common\\_position\\_june\\_06.pdf?contentId=542920&field=ATTACHED\\_FILE](http://www.irg.eu/streaming/erg_06_33_remedies_common_position_june_06.pdf?contentId=542920&field=ATTACHED_FILE)

## **7.2.7 Проценка дали услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна) се обезбедуваат во ист релевантен пазар?**

### **7.2.7.1 Супституција на страната на побарувачката**

Со одлуката за утврдување на релевантни пазари, а воедно и во Препораката на Европската комисија<sup>10</sup> се дефинирани различни пазари за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и пазар за пристап до јавна мобилна електронска комуникациска мрежа. При проценката дали овие две услуги за пристап се обезбедуваат на ист релевантен пазар АЕК ќе утврди во која мера крајните корисници го гледаат јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна) како супститут за пристапот до јавна телефонска мрежа на фиксна локација.

АЕК со оваа анализа врши проценка дали услугите што се обезбедуваат на пазарите за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и пазарот за пристап до јавна мобилна електронска комуникациска мрежа се обезбедуваат на ист релевантен пазар односно се меѓусебно заменливи. Една од главните разлики помеѓу услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна) е мобилноста, што значи пристапот се остварува без оглед на локацијата. Како резултат на карактеристика на мобилност, иако слични услуги можат да бидат обезбедени на двата пазари, услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугите за јавно достапни телефонски услуги (фиксни) по дефиниција не ја содржат карактеристиката на целосна мобилност.

Меѓутоа, постои можност крајните корисници да вршат супституција единствено во една насока, односно да го супституираат фиксниот пристап со мобилниот пристап. Од технички аспект, пристапот до мобилна мрежа може да го замени пристапот до фиксна мрежа, бидејќи крајните корисници можат да пристапат до мрежа заради иницирање и примање на повици исто како што би пристапиле користејќи фиксна конекција. АЕК главната разлика помеѓу двата видови на пристап ја гледа во квалитетот на услугата и капацитетот на преносот на податоци. Во моментот, не е веројатно дека крајните корисници што користат пристап до фиксна линија со цел остварување на повици и широкопојасен пристап до интернет, ќе го сметаат пристапот до мобилна мрежа за близок супститут.

Навистина е тешко да се направи споредба помеѓу цената за пристап до фиксна мрежа и цената за пристап до мобилна мрежа, бидејќи пристапот до мобилна мрежа вообичаено вклучува и сообраќај кој што следува за определен износ на месечна претплата. Бидејќи во мобилната телефонија во износот на месечна претплата не е содржан трошок за пристап (во

---

<sup>10</sup> [http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomms/doc/library/proposals/rec\\_markets\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/doc/library/proposals/rec_markets_en.pdf)

неа се содржани минути разговор) на мрежата, според тоа крајниот корисник различно го вреднува пристапот до фиксна мрежа од пристапот до мобилна мрежа.

Поради различната ценовна структура на услугите за пристап до фиксна и мобилна мрежа помеѓу различните оператори, се јавува потешкотија за разделување на побарувачката за пристап и побарувачката за повици. Проценката на побарувачката за повици е разгледувана во документот за анализа на малопродажниот пазар за јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници (пазар 2). Во таа анализа се проценува дека цените за оригинирање на повик од мобилна мрежа се значително повисоки во однос на оригинирање на повик од мрежа на фиксна локација. Комбинирано со високото ниво на осетливост на цените, овие разлики укажуваат дека во временската рамка на оваа анализа крајните корисници на фиксни линии нема да се откажат од користење на услугите преку јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и да преминат на користење на услуги преку јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна). АЕК воедно забележува дека фиксниот пристап како услуга е врзан за одредена локација и истиот може да се користи од повеќе крајни корисници наспроти мобилниот пристап кој генерално се поврзува со еден претплатник.

Испитувањето на јавното мислење на резиденцијалните корисници спроведено во март 2014 год покажа дека крајните корисници прават јасна предност и разлика помеѓу фиксна кон фиксна комуникација наспроти мобилна кон мобилна комуникација. Имено, 63% од крајните корисници се изјасниле дека телефонираат од фиксен на фиксен телефон секогаш кога имаат потреба, додека 16% од крајните корисници се изјасниле дека телефонираат од фиксен на мобилен секогаш кога имаат потреба. Од друга страна пак 29% од крајните корисници се изјасниле дека телефонираат од мобилен на фиксен телефон секогаш кога имаат потреба додека 93% од истите се изјасниле дека телефонираат од мобилен на мобилен телефон секогаш кога имаат потреба. Ова покажува дека двете услуги се комплементарни.

Дека пристапот до јавни електронски комуникациски мрежи (мобилни) не преставува супститут за услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација укажува и фактот дека мобилниот интернет не е соодветен супститут на фиксниот интернет пристап. И покрај појавата на новите технологии (3G, LTE) за пренос на податоци, сеуште не преставуваат супститут на широкопојасниот пристап до интернет кој се овозможува преку фиксен пристап (xDSL, кабелски, оптика или безжична технологија). Во поглед на функционалноста мобилниот интернет користен преку мобилен апарат е лимитиран во поглед на големината на екранот, резулцијата и пристапот до одредени апликации, додека мобилниот интернет преку компјутер е исто така ограничен од аспект на брзината на симнување на податоци. Корисник на интернет кој користи фиксен пристап до интернет симнува повеќе податоци од корисник кој користи мобилен интернет. АЕК смета дека крајните кориснициго користат мобилниот интернет како дополнителна услуга за пристап до интернет и најчесто преку својот мобилен апарат а многу малку користејќи дедицирани дата сим картички за употреба на таблет компјутери. АЕК го следи трендот на зголемување на користењето на двата типа на интернет и како и во претходниот случај смета дека тие преставуваат комплементарни услуги кои ја задоволуваат пабарувачката на пазарот.

Врз основа на погоре кажаното АЕК заклучи дека услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна) не преставува супститут за услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Истите преставуваат комплементарни услуги.

#### **7.2.7.2 Супституција на страна на понудата**

Доколку помеѓу двете форми на пристап постои супституција, операторите при определено дополнително зголемување на цената за услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна), ќе имаат интерес да започнат да ја обезбедуваат истата. Малку е веројатно дека оператор на јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација ќе одлучи да гради нова мобилна мрежа. Ова се должи на високиот износ на потребните финансиски средства, потребното време за спроведување на самата инвестиција, но и поради регулираниот пристап до радио-фреквенцискиот спектар, како ограничен национален ресурс.

Од другата страна, мобилен оператор кој размислува за влез на пазарите за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапни телефонски услуги (фиксна) ќе треба да обезбеди производ и/или услуга која го задоволува квалитетот на фиксната телефонија и да обезбеди конкурентна цена. Обезбедувањето на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација од страна на постоен мобилен оператор бара дополнителни инвестиции. Воедно, оператор на мобилна мрежа може да се појави како оператор за обезбедување на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапни телефонски услуги (фиксна) преку користење на големопродажни услуги на постоечките оператори кои поседуваат сопствена мрежа. Понатаму, услугата што ќе ја нуди треба да биде со квалитет споредлив со квалитетот на услугата остварена преку јавна фиксна телефонска мрежа. Оператор на мобилна телефонија може да настапи на пазарот на фиксна телефонија (кај нас таков пример е ОНЕ оператор како и Т-Мобиле), но услугата фиксна телефонија ја третира како услуга која е дополнителна на услугите кои веќе ги обезбедува на пазарот но не и да го напушти пазарот за обезбедување на услуги преку јавна мобилна мрежа и да се ориентира да обезбедува исклучиво услуги преку јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Постојат повеќе мотиви за донесување на одлука за влез на друг пазар заради обезбедување на дополнителна услуга како на пример збогатување на своето портфолио, зголемување на неговата конкурентност на пазарот, бренд, препознатливост и др.

#### **7.2.7.3 Прелиминарен заклучок**

Врз основа на претходните проценки, АЕК смета дека услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа (мобилна) не претставуваат супститути. Врз основа на тоа истите не се обезбедуваат во ист релевантен пазар. Крајните корисници имаат јасна склоност кон користење на двата вида на пристап за задоволување на различни потреби. Македонскиот пазар на електронски комуникации покажа дека фиксните и мобилните услуги се комплементарни услуги.

Прашање бр. 7 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### **7.2.7 Проценка на географскиот пазар**

Релевантниот географски пазар ја опфаќа територијата на која операторите и давателите на услуги се активни чинители од аспект на понуда и побарувачка на релевантни производи и услуги, во која територија условите на конкуренција се слични или доволно хомогени, и истите можат да бидат разграничени од соседните региони во кои преовладуваат услови на конкуренција кои се значително различни.

Географската димензија на релевантните пазари се определува имајќи го во предвид подрачјето покриено со мрежа и постоењето на легални или други регулаторни инструменти.

Како почетна точка во анализата за дефинирање на географскиот пазар е хипотетичкиот монополистички тест според кој се утврдува дали постои доволна супституција на страната на побарувачката и на страната на понудата помеѓу различни региони. Хипотетичкиот монополистички тест во пракса би можел да има одредени недостатоци при одредување на географскиот опсег на пазарот за пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација.

На пример, од аспект на побарувачката крајниот корисник би можел единствено да одбере оператор или давател на услугата кој работи во географскиот регион во кој се наоѓа крајниот корисник. Во ваквиот случај промената на операторот од страна на крајниот корисник е практично лимитирана. Крајниот корисник не е во можност да го почувствува бенефитот од пониски цени за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација понудени од страна на други оператори кои работат надвор од неговиот географски регион. Супституцијата на страната на понудата бара значителни трошоци (sunk costs) од страна на операторите/давателите на услугата за изградба или трансформација на својата мрежа за обезбедување на услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација кои во голема мера го отежнуваат повратокот на трошоците. Резултатот од ваквиот хипотетички монополистички тест веројатно би бил екстремно тесна дефиниција на пазарот која што не би ја одразувала актуелната состојба на пазарот односно конкурентниот притисок кој што постои.

Со оглед на горенаведеното потребно е да се направи проценка на хомогеноста на условите помеѓу географските региони. Во врска со таквата проценка целта на АЕК е да ги определи границите на географскиот пазар на база на јасно дефинираните географски региони:

“Во кои условите се доволно хомогени и кои што можат да бидат оделени од соседните региони од причина што конкурентските услови се забележливо различни во тие региони’.

Европската комисија потенцира дека доколку националните регулатори тела дефинираат географски под-пазари тогаш:

- “Дефиницијата на географските под-пазари треба да биде базирана на темелна анализа на структурните и факторите на однесување на конкретниот под-пазар”

Во согласност со Упатството издадено од Европската комисија, географските димензии на релевантниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација се разгледуваат во поголеми детали на база на широка и детална проценка на двете структурни и критериуми на однесување, вклучувајќи ги условите за влез на пазарот и развојот на операторите, пазарниот удел во определни региони, малопродажните цени и начинот на маркетинг во истите, размислувањето за некои географски различности во карактеристиките на малопродажните услуги.

Согласно со Методологијата за анализа на релевантни пазари на АЕК објавена на [www.aec.mk](http://www.aec.mk), географската димензија на релевантните пазари најчесто се определува имајќи ги предвид следните два критериуми:

- Подрачје покриено со мрежа
- Постојење 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 мрежи 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 услуги обично применуваат еднакви цени на територијата која е покриена 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.

МКТ е оператор со најголем пазарен удел (63,01%) на дефинираниот малопродажен пазар за фиксна телефонија според податоците од четвртиот квартал од 2013 год. Тука треба да биде земено во предвид дека МКТ има изградена мрежа со национално покривање и да се напомене и фактот дека нуди еднакви услуги со еднакви цени и еднакви услови за обезбедување на услугата за целата територија на Република Македонија.

- Постојење на легални или други регулаторни инструменти

Според член 60 став 1 - Постапка за нотификација “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 пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на одредени географски пазари.

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

Географска сегментација на конкретен пазар е соодветно да се направи 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 исполнети 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;

Графикон 6 Мрежи на АО според подрачје на покриеност



Во графиконот 6 е даден приказ на мрежната покриеност на алтернативни оператори кои можат да ја обезбедат услугата широкопојасен пристап и со тоа да обезбедуваат ВОИП телефонија. Меѓутоа, сепак треба да се има во предвид дека тука се наведени сите оператори без разлика дали се активни на пазарот на фиксна телефонија или не учествуваат на истиот. Во Р Македонија постојат кабелски оператори кои обезбедуваат услуги на малопродажните пазари на фиксна телефонија односно ја обезбедуваат услугата пристап. Како поголеми кабелски оператори кои преку CaTV и LAN технологии обезбедуваат пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација се Роби (Аикол) и Близу. Меѓутоа овие оператори немаат национална покриеност. Постојат и други помали оператори како на пример Инфелнет плус од Охрид, Гив од Гостивар кои што обезбедуваат услуги во фиксна телефонија меѓутоа истите работат само локално на подрачје на еден град или општина.

Важно е да се напомене дека единствените оператори кои обезбедуваат услуги на пазарот на фиксна телефонија и имаат национална покриеност е операторот MKT (кој поседува сопствена мрежна инфраструктура) како и операторите ONE и Т Мобиле како оператори кои преку мрежата на MKT обезбедуваат услуги. Операторот Неотел е исто така важен учесник на овој малопродажен пазар меѓутоа истиот нема национална покриеност и најчесто ги користи

мрежите на локалните кабелски оператори за да обезбедува услуги на пазарот на фиксна телефонија.

Според тоа може да се заклучи дека операторот со значителна пазарна моќ МКТ, е единствениот оператор кој поседува мрежна инфраструктура со целосна национална покриеност . Операторот МКТ е во состојба да ја обезбедува услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на територија на целата држава.

- операторот со значителна пазарна моќ дава услуги со различни цени во различни региони на земјата или применува единствени национални цени кои се разликуваат значително од цените на алтернативните оператори;

Операторот со значителна пазарна моќ МКТ за овој вид на услуга обезбедува исти цени и еднакви услови во различни региони на земјата односно применува единствени национални цени. Според заклучоците од претходната анализа на овој пазар, на операторот со значителна пазарна моќ е наметната обврска за регулирање на малопродажните цени како и обврска за обезбедување единствен ценовник и негова достава на одобрување во АЕК. Алтернативните оператори кои ја обезбедуваат услугата користејќи ги големопродажните услуги на операторот МКТ, на малопродажно ниво ги реплицираат цените на услугите. Според тоа не постои и некоја значителна разлика во цените. Мала разлика во цените за услугата пристап постои кога се разгледува истата кај кабелските оператори кои се активни на пазарот на фиксна телефонија. Меѓутоа треба да се напомене дека кабелскиот оператор трошокот за одржување на пристапната инфраструктура го надополнува со месечна претплата за телевизиски приклучок и оттука истиот не наплаќа дополнително за пристап (поради тоа што пристапот е веќе обезбеден).

- постојат значителни географски разлики во карактеристиките на понудените услуги во однос на брзината, гарантираниот квалитет и др.

Со миграција на ИП платформа на корисниците на МКТ, на пазарот за фиксна телефонија во Р.Македонија речиси сите оператори обезбедуваат ВОИП телефонија. На тој начин може да се каже дека услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација како и услугата за јавно достапните телефонски повици претставуваат услуги кои имаат слични карактеристики и гарантиран квалитет.

Според погоре кажаното, АЕК констатира дека географскиот опфат на овој малопродажен пазар е целата територија на државата.

Прашање бр. 8 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
---

### **7.2.8 Заклучок од проценката на пазар 1- Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници**

Врз основа на проценката на супституцијата помеѓу услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација анализирана на самостојна основа или пак поврзана со други услуги во пакет, АЕК заклучи дека значителен процент од крајните корисници на операторот со значителна пазарна моќ или 40.04% сеуште ја користат услугата пристап на самостојна основа. Според тоа, услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на самостојна основа за обезбедување на фиксни говорни услуги е дел од дефиницијата на овој пазар, додека дополнителните услуги кои што можат да се обезбедат преку услугата за пристап не претставуваат дел од овој релевантен пазар.

Врз основа на направените проценки, АЕК заклучи дека услугите за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и услугите за јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација не се обезбедуваат во ист релевантен пазар. Тие се меѓусебно комплементарни и не претставуваат супститути. Како резултат на тоа,

АЕК заклучи дека услугата широкопојасниот пристап до мрежа за обезбедување на управувани ВОИП услуги е дел од истиот пазар како и услугите кои се обезбедуваат преку теснопојасниот пристап до мрежа.

Услугите за пристап до јавна мобилна комуникациска мрежа не се дел од овој релевантен пазар.

Врз основа на направените проценки, АЕК заклучува дека и понатаму услугата за пристап за резиденцијални корисници и пристап за деловни крајни корисници се обезбедуваат на ист релевантен пазар.

Врз основа на направените проценки за супституција помеѓу услугите на малопродажно ниво, АЕК заклучи дека дефиницијата на овој релевантен пазар за пристап ги содржи следните услуги:

- пристап до управувана ВОИП услуга преку широкопојасна DSL конекција, кабел, оптика,
- фиксен безжичен пристап (FWA – со користење на Wi Fi и WiMax технологија),
- пристап до мрежа адаптирана за обезбедување услуги на фиксна локација (fixed GSM);

Врз основа на направените проценки, АЕК заклучи дека релевантен географски пазар за пазарот за пристап, предмет на оваа анализа е територијата на Република Македонија.

Според Одлуката на Агенцијата за утврдување на релевантни пазари подложни на претходна регулација донесена од Директорот на Агенцијата од 23.09.2010 и Одлука за изменување и дополнување на Одлуката за утврдување на релевантни пазари подложни на претходна регулација донесена исто така од Директорот на Агенцијата од 03.03.2011 год, овој релевантен пазар бр 1 е дефиниран како Пазар за пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација

за резиденцијални и деловни крајни корисници. Меѓутоа во месец март 2014 е донесен новиот Закон за електронските комуникации (Сл Весник 39/2014) кој е во сила во време на изработка на овој документ. Во новиот ЗЕК дефинициите за “јавна телефонска мрежа” и “јавна фиксна телефонска мрежа” не се користат, со што називот на пертоходниот пазар не соодветствува со дефинициите во новиот ЗЕК, каде дефиницијата за електронски комуникациски мрежи во член 3 точка 4 гласи:

“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”.Врз основа на горенаведеното АЕК смета дека овој релевантен малопродажен пазар треба да гласи:

**“пазар 1 – Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници”**

Релевантниот пазар за **Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници**, вклучува секаков облик на поврзување до електронска комуникациска мрежа која овозможува пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници, независно од физичката инфраструктура или технологијата која се користи. Всушност, АЕК го зема во предвид поврзувањето до мрежа односно пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација која му овозможува на крајниот корисник да иницира и/или прима локални, национални, меѓународни јавно достапни телефонски услуги, да иницира и/или прима факс и други поврзани услуги за резиденцијални и деловни корисници. Пристапот може да се обезбедува на повеќе начини имајќи го во предвид операторот кој ја обезбедува услугата и технологијата која се користи за обезбедување на истата. Ова значи дека овој релевантен пазар не е лимитиран на пристап на традиционална пристапна мрежа содржана од бакарни парици, туку исто така го вклучува и пристапот до јавна електронска комуникациска мрежа овозможен преку други видови на мрежи кои овозможуваат пристап на фиксна локација (вклучувајќи кабелски ТВ мрежи, оптички мрежи, мобилни мрежи адаптирани да обезбедуваат услуги на фиксна локација и безжични мрежи).

Прашање бр. 9 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
---

## **8. Три критериум тест – малопродажен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација**

Следен чекор во анализата е примената на три критериум тест со цел да се утврди дали пазарот за услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација треба да биде предмет на ex-ante регулација. Согласно членот 79 – спроведување на анализа на релевантните пазари од ЗЕК (Сл. весник 39 / 2014), 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 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 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 – преиспитување 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 малопродажен пазар за пристап јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, 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 кои дејствуваат на тој релевантен пазар, можноста од злоупотреба на доминантна пазарна моќ од страна на еден оператор и постоење можност за потенцијално неконкурентско однесување.

## **8.1 Прв критериум - Присуство на високи и постојани бариери за влез кои што можат да бидат од структурирана, правна или регулаторна природа**

Согласно ЗЕК, Методологијата за анализа на релевантните пазари на АЕК и Упатството на Комисијата за анализа на пазари и проценка на пазарна моќ.... (2002/С 165/03)<sup>11</sup>, 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 подолг 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 препрека за развој на ефективна конкуренција. Бариерата 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 до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација во периодот кој го опфаќа оваа анализа има ситуација на постоење на една доминантна мрежна инфраструктура на операторот со значителна пазарна моќ МКТ. Повеќе алтернативни

---

<sup>11</sup> 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)

оператори поседуваат јавна електронска комуникациска мрежа преку која можат да се појават како учесници на овој пазар, но истите немаат покриеност како таа на Македонски Телеком и не можат да стигнат до секој корисник или подрачје на територијата на државата. Изградбата на таква мрежа е голема инвестиција и не може да се реализира во краток временски период.

Меѓутоа, кога е во прашање услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација јасно е отсуството на повеќе мрежи кои ја покриваат територијата на државата, како онаа на операторот со значителна пазарна моќ МКТ кои би биле конкурентни и преку нив би можело да се обезбеди непречено функционирање на оваа услуга. Ова сугерира дека бариерите за влез на овој пазар сеуште остануваат високи, од аспект на потребните високи инвестиции како и појавата на “sunk costs” кои треба да се имаат предвид. Овој тренд на развој на паралелни мрежи е мошне веројатно дека ќе продолжи да се одвива и понатаму што би водело до постигнување на ефективна конкуренција на пазарот, меѓутоа се заклучува дека во моментот ова не е случај. Од овие причини овој големопродажен пазар сеуште се наоѓа на листата за регулација на релевантни пазари на ЕК (2007/879/ЕС) од 2007 год.

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 критериуми 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 дозвола 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 Агенцијата. 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 до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Според тоа пречка од ваков административен вид како бариера на пазарот не постои.

- Ограничувања и услови поврзани со употребата на радиофреквенцискиот спектар Наведената бариера не се однесува на пазарот кој е предмет на оваа анализа.
- 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 за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

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. Од аспект на постоењето на легалните бариери 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 немаат големо влијание. Но, она што има огромно влијание и претставува правна бариера за влез и развој на ваквите мрежи претставуваат дозволите за градба и поставување на мрежна инфраструктура која операторите треба да ја обезбедат од надлежните органи.

Според се погоре образложено АЕК смета дека првиот критериум за спроведување на претходна регулација (ex-ante) на овој релевантен пазар е исполнет и ќе продолжи со понатаможна анализа на овој релевантен малопродажен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

Прашање бр. 10 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

## **8.2 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 до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација 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 ефективно конкурентен пазар. Желбата за развој на одржлива конкуренција во соодветен временски период, незначително 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
- ценовен тренд и ценовно однесување
- контрола на инфраструктура која не се дуплира едноставно
- услуги врзани во пакет
- бариери за проширување
- потенцијална конкуренција

*Уделот на пазарот:* Пазарниот удел на операторите на релевантните пазари е значаен показател за пазарната моќ на истите. Европската комисија со Основните напатствија за вршење на анализа на релевантни пазари 1 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 многу висок пазарен удел од над 50 % е доказ за постоење на доминантна позиција.,,

Согласно член 13 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.”

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 е потребно да се употребат при мерењето на пазарното учество се различни, во зависност од значајноста на релевантниот пазар.

МКТ не е единствениот оператор кој обезбедува услуга пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на овој малопродажен пазар. Мора да се истакне дека МКТ е најголем оператор и поседува доминантен пазарен удел од 62.65%, но покрај него постојат и други оператори кои исто така ја обезбедуваат оваа услуга на релевантниот малопродажен пазар како што е наведено во точка XX – Нотифицирани субјекти на пазарот. Вкупното пазарно учество на алтернативните оператори изнесува вкупно 37.35% од

малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација односно пазарот за фиксна телефонија во Р.Македонија. Пазарниот удел на операторите според број на линии во малопродажба е даден во Графикон 3 Пазарен удел на операторите според Q4/2013.

Од прикажаните податоци може да се забележи дека операторот МКТ сеуште поседува значителен удел на пазарот за фиксна телефонија. Имајќи предвид дека станува збор за зрел пазар, неговиот раст е невозможен односно податоците покажуваат тренд на намалување на бројот на пристапни линии од квартал во квартал. Оттука, може да се констатира дека можноста алтернативните оператори да приграбат значителен пазарен удел и со тоа ја ослабнат позицијата на МКТ е многу ограничена. Од друга страна МКТ е единствениот оператор со развиена мрежа на целата територија на државата. Според горенаведеното можеме да се заклучи дека од аспект на овој критериум операторот МКТ сеуште поседува доминантна моќ и може да се констатира постоење на недоволна ефективна конкуренција.

*Технолошки развој на пазарот:* Традиционалниот ПСТН пристап бил основната услуга за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација во поголем дел од периодот опфатен со оваа анализа. Меѓутоа со процесот на развој на ИП платформата (IP) на операторот МКТ учеството на ПСТН пристапот во 2013 година нагло опаѓа, и тоа од 279.488 ПСТН линии во четврт квартал 2012 на 200 линии во четврт квартал 2013 год. Значи процесот на миграција на крајните корисници на операторот МКТ е завршен во првиот квартал од 2014 год. “Македонски Телеком АД е првата компанија во Групацијата Дојче Телеком со мрежа целосно базирана на интернет протокол (ALL IP). Модернизацијата на мрежата започна во октомври 2011 година и за само 25 месеци, сите 290.000 линии беа мигрирани на новата платформа. Сега може да се нудат услуги како што се широкопојасни услуги на барање” (извор: [www.makedonskitelekom.com.mk](http://www.makedonskitelekom.com.mk)).

Операторот МКТ кон крајот на 2013 год има 227.269 корисници на услугата пристап од јавна електронска комуникациска мрежа преку бакар (ВОИП технологија). Ова се корисниците кои користат телефонска линија со еден говорен канал. Додека 8300 корисници користат телефонски линии со 2 или повеќе говорни канали.

МКТ како доминантен оператор поседува и значителна моќ во делот на воведување на иновации, модернизација на сопствената мрежна инфраструктура, што има ефект на трошковната страна на услугите кои ги обезбедува што пак значително ја подобрува неговата конкурентна позиција на пазарот. Квалитетното спроведување на процесот на ИП миграција и комплетно опслужување на крајните корисници на ИП платформа во 2014, говорат за капацитетите на операторот за спроведување на комплексни процеси и подобрување на неговата конкурентска предност на малопродажниот пазар на фиксна телефонија.

Во согласност со работниот документ на Европската Комисија бр {{C(2007) 5406}} EXPLANATORY NOTE,, во врска со овој критериум нагласено е дека овој критериум е од динамичка природа и како таков треба да биде разгледуван. Според заклучоците може да се утврди дека на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација операторот МКТ сеуште е доминантен. Постоењето на различни паралелни инфраструктури на други оператори кои се во можност да ја обезбедуваат истата услуга преку

користење на различни технолошки решенија се движи кон појава на конкурентски притисок врз операторот со доминантна пазарна моќ, но во моментот истиот е недоволен за да направи значителна конкурентски притисок што би довело до појава на корекција на цените или завземање на значително поголем пазарен удел од страна на алтернативните играчи. На оваа состојба секако влијаат и погоренаведените карактеристики на самата услуга и нивото на развој на мрежи и нивната покриеност, со што може да се донесе заклучок дека сеуште во моментот а и во периодот кој го опфаќа оваа анализа не може да се очекува дека овој пазар ќе покаже тенденција кон ефикасна конкуренција. Според тоа може да се каже дека и овој критериум е исполнет за спроведување на претходна регулација (ex-ante) на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

Прашање бр. 11 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### ***8.3 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. Генералниот заклучок дали пазарот подлежи на ex-ante регулација зависи и од проценката дали правото за заштита на конкуренцијата е доволно за надминување на неефикасната конкурентна средина, утврдена на пазарот како резултат на исполнувањето на првите два критериума.

Во Република Македонија тело овластено да го применува правото за заштита на конкуренцијата е Комисијата за Заштита на Конкуренцијата. Нејзината дејност се базира пред се на ex-post регулација. Регулаторни мерки од ова тело 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 развој на конкуренцијата. Во случај на ex-ante регулација контролата се врши превентивно, за разлика од принципот типичен за активностите на КЗК 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 „Истражување во одделни сектори на економијата и одделни видови на договори став (1) од

Законот за заштита на конкуренција, е определено дека „ако постојат околности кои укажуваат на можноста конкуренцијата да биде нарушена, КЗК 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 КЗК „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“.

Ex-post регулација сепак предвидува преземање на мерки само кога ќе се утврди дека постои неосновано одбивање за обезбедување на пристап, наметнување на нефер продажни цени, ценовен притисок, како и други форми на работни и/или структурни злоупотреби на доминантна позиција со што ќе биде оневозможено алтернативниот оператор да дејствува како конкурент на релевантниот пазар.

Искуствата на АЕК во врска со регулацијата на телекомуникацискиот пазар укажуваат дека операторот, кој поседува значителна пазарна моќ може да се ангажира во широк спектар на постапки со цел одложување и/или спречување на ефективната конкуренција. Во случаите кога услугата пристап е неопходна за создавање и одржување на ефективна конкуренција на малопродажниот пазар за фиксна телефонија, операторот со значителна пазарна моќ може да ја зацврсти својата пазарна позиција, попречувајќи, ограничувајќи или одбивајќи да овозможи пристап до сопствената електронска комуникациска мрежа, бидејќи во принцип не само што нема економски интерес да овозможи пристап, туку на таков начин се стреми да ја ограничи конкуренцијата. Меѓутоа, покрај тоа потребно е при одлучувањето дали правото на заштита на конкуренција е доволно за да овозможи развој на конкуренцијата на овој пазар, задолжително да се има во предвид и природата на услугата. Овој вид на услуга се користи масовно од домаќинствата како и од компаниите. Алтернативните оператори кои преку користење на мрежата на МКТ се појавуваат како играчи на овој пазар, може да бидат оневозможени да обезбедуваат услуги на своите крајни корисници, доколку операторот со значителна пазарна моќ дејствува дополнително преку ценовен притисок и намалување на маргината во насока на одвраќање од влез на новите и дестимулирање на постојните играчи на пазарот. Поради тоа што станува збор за голем пазар со тоа се усложнува и можноста за навремена ex post интервенција од страна на органот надлежен за заштита на конкуренцијата. Поради овие причини АЕК доаѓа до заклучок дека правото на заштита на конкуренција е ограничено во својата можност да делува и превенира некои можни ситуации на злоупотреба на доминантната пазарна моќ.

Исто така, треба да се земе предвид дека правото на конкуренција интервенира само ex post и ефектира најчесто само за поединечни, конкретни постапки, кои немаат превентивен карактер, односно таков, кој ќе спречува појавување на пазарни неправилности во иднина. Од друга страна, регулаторните инструменти со кои располага АЕК се применуваат според принципот на превенција на можни пазарни проблеми. Затоа АЕК смета дека ex-ante мерките остануваат како нејефикасен инструмент за отстранување на неправилностите кои би можеле да се појават на анализираниот пазар и самото право за конкуренција не е доволно за да бидат отстранети, а пред се да се спречат во иднина да се појават неправилности и опасностите кои што штетно ќе влијаат на развојот на конкуренцијата. Според тоа може да се донесе заклучок дека и третиот критериум за воспоставување на претходна ex ante регулација на овој релевантен пазар е исполнет.

Прашање бр. 12 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

#### **8.4 Заклучок од примена на тестот на трите критериуми на пазарот за терминирани сегменти на изнајмени линии**

По примената на тестот на трите критериуми може да се дојде до заклучок дека пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, 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 критериуми за примена на ex-ante регулација се исполнети.

Според тоа овој пазар е неопходно и понатаму да биде подложен на претходна регулација односно потребно е продолжување на процесот на анализа на овој релевантен пазар и утврдување на доминантна пазарна моќ на операторите.

Согласно членот 77 од ЗЕК - Критериуми за определување на оператор на електронски комуникациски услуги со значителна пазарна моќ, при процената дали еден оператор има значителна пазарна моќ на одреден пазар Агенцијата ги има предвид особено следниве критериуми кои не се применуваат кумулативно:

- уделот што операторот го има на релевантен пазар,
- големината на операторот,
- контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира,
- технолошките предности и супериорност,
- недостатокот на компензациска куповна моќ,

- едноставен или привилегиран пристап до пазари на капитал или финансиски извори
- степен на диверсификација (разновидност) на производи или услуги,
- економии на обем,
- економии на интеграција,
- степен на вертикална интеграција,
- високо развиена дистрибутива и продажна мрежа,
- недостаток на потенцијална конкуренција,
- бариери за развивање,
- високи цени,
- лесен влез на пазарот и
- трошоци и бариери за користење на нови услуги.

Согласно членот 76 став 1 од ЗЕК – оператори со значителна пазарна моќ, Оператор се смета дека поседува значителна пазарна моќ на пазар на јавни комуникациски мрежи или услуги, доколку самостојно, или заедно со други оператори има доминатна позиција, односно, поседува економска моќ и капацитет да дејствува во забележителни размери независно од конкурентите и корисниците на тој пазар.

Прашање бр. 13 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
--

## **9. Анализа на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници**

### **9.1 Вовед**

Согласно Одлуката за утврдување на релевантни пазари донесена од АЕК (бр. 02-5015/1 од 23.09.2010 година), во овој дел на Финалниот документ ќе биде образложена анализата на пазар 1- Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници. АЕК ќе изврши анализа на релевантниот пазар, ќе утврди дали пазарот е ефикасно конкурентен или постои оператор кој поседува значителна пазарна моќ на пазарот во кој ја обезбедува услугата и ќе определи обврски на операторот со значителна пазарна моќ.

Операторот има значителна пазарна моќ доколку, поединечно или заедно со други оператори има позиција која е доминантна што значи дека се наоѓа во таква економска положба која му овозможува да се однесува независно од конкуренцијата и крајните корисници на услугите.

АЕК ќе процени дали постои оператор со значителна пазарна моќ во согласност со регулаторната рамка утврдена од страна на Европската комисија и Методологијата за анализа на релевантните пазари донесена од страна на АЕК.

Пазарен удел е еден од критериумите за одредување на пазарна моќ на операторот, за да се определи процентот со кој операторот учествува во обезбедувањето на услугите на релевантниот пазар во временската рамка опфатена со оваа анализа.

Сепак, поседување на поголемо пазарно учество не е доволно да се утврди постоење на значителна пазарна моќ на операторот, туку тоа значи дека операторот може да биде во доминантна позиција доколку пазарниот удел е стабилен за одреден период, но треба да се земат во предвид и други потенцијално релевантни критериуми за одредување на оператор со значителна пазарна моќ:

„При процената дали еден оператор има значителна пазарна моќ на одреден пазар, а согласно член 77 од ЗЕК, АЕК ги има во предвид следниве критериуми:

- уделот што операторот го има на релевантен пазар;
- големината на операторот;
- контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира;
- технолошките предности и супериорност;
- недостатокот на компензациска куповна моќ;
- едноставен или привилегиран пристап до пазари на капитал или финансиски извори;
- степен на диверсификација (разновидност) на производи или услуги;
- економии на обем;

- економии на интеграција;
- степен на вертикална интеграција;
- високо развиена дистрибутивна и продажна мрежа;
- недостаток на потенцијална конкуренција;
- бариери за развивање;
- високи цени;
- лесен влез на пазарот, и
- трошоци и бариери за користење на нови услуги.

АЕК ќе оцени дали операторот има значителна пазарна моќ на релевантниот пазар и ќе спроведе прогресивна (forward-looking) анализа врз основа на постоечките и идните пазарни услови преку разгледување на критериумите кои се релевантни за овој пазар. Исто така, АЕК смета дека, релативната важност на секој од горенаведените критериуми може да се разликува во периодот помеѓу двете анализи во зависност од пазарните карактеристики или динамички промени. Покрај тоа, голем дел од овие фактори може да бидат меѓусебно поврзани и треба да се земат во предвид како целина пред определување на оператор со значителна пазарна моќ.

За потребите на анализа на пазар 1 – Пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници, АЕК ќе ги земе во предвид следните критериуми:

- уделот што операторот го има на релевантен пазар;
- контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира;
- недостатокот на компензациска куповна моќ;
- бариери за развивање;
- трошоци и бариери за користење на нови услуги;
- економии на обем
- економии на интеграција;
- степен на вертикална интеграција;
- недостаток на потенцијална конкуренција;

Горенаведените критериуми се релевантни за проценка на значителната пазарна моќ кај определен оператор. Останатите релевантни критериуми кои се наведени погоре би можеле да се користат за дополнително да се докаже потенцијална пазарна моќ, но се сметаат дека имаат ограничена важност за целите за одредување на значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар. Предмет на оваа анализа ќе бидат сите оператори кои ја обезбедуваат услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на територијата на Р.Македонија.

Во првата анализа на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници Македонски Телеком АД беше одреден за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот малопродажен пазар. Во периодот помеѓу двете анализи имало бројни регулаторни и технолошки промени кои имале влијание врз конкуренцијата и развојот на пазарот.

Постоењето на ефективна конкуренција на овој малопродажен пазар во голема мера зависи од обезбедувањето на големопродажните услуги на пазарот за физички пристап до мрежа и пазарот за започнување на повик во јавна телефонска мрежа на фиксна локација. На овие два релевантни големопродажни пазари АЕК ги има дефинирано следните услуги:

- операторите може да обезбедат услуга пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација до крајните корисници преку користење на големопродажна услуга за физички пристап до мрежна инфраструктура (целосен или поделен). Единствен оператор во Р.Македонија кој ја обезбедува оваа услуга на големопродажно ниво е операторот Македонски Телеком АД, додека операторите ОНЕ и Неотел ја користат оваа услуга за да обезбедат пристап до крајните корисници на малопродажен пазар;
- услугата за изнајмување на големо на претплатнички линии (WLR – Wholesale Line Rental), како и услугите за избор и предизбор на оператор. Преку овие услуги се овозможува на операторите да се јават како учесници на малопродажниот пазар за фиксна телефонија како и да ја обезбедат услугата “пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација”.

## ***9.2 Уделот што операторот го има на релевантен пазар***

Следна постапка во анализирање на пазарот е одредување на пазарното учество на операторите. Со утврдување на големината на пазарот и учеството на секој поединечен учесник се утврдува дали некој оператор поседува значителна пазарна моќ. Согласно член 76 од ЗЕК и согласно член 14 став 3 од Законот за заштита на конкуренција, за оператор кој има поголемо пазарно учество од 40% индицира дека е оператор со значителна пазарна моќ. Со цел да се утврди каква е состојбата на релевантниот пазар АЕК пристапи кон утврдување на големината на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници.

Подолу наведените оператори се појавуваат на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници согласно нотификацијата доставена до АЕК:

1. Македонски телеком Скопје, ул.„Кеј 13-ти Ноември“ бр.6 Скопје,
2. ОНЕ Скопје, ул.„Кузман Јосифовски Питу“ бр. 15 Скопје,
3. Т-МОБИЛЕ Скопје, ул.„Кеј 13-ти Ноември“ бр.6 Скопје,
4. БЛИЗУ Скопје, ул.3-та Македонска Бригада бр.ББ,
5. НЕОТЕЛ Скопје, Бул. „Кузман Јосифовски Питу“ бр. 15 Скопје,
6. АИКОЛ Штип, ул. Ванчо Прќе бр.88 Штип,
7. АЛТРА САТ Охрид, бул. „Македонски Просветители“ бб Т.Ц. Охрид/Охрид,

8. ИНФЕЛ НЕТПЛУС Охрид, ул. Богомилска бр.Б1, 6000 Охрид,
9. ГИВ Гостивар Гостивар, Бул.„Браќа Гиноси“ бр.217 Гостивар,

Овие оператори се активни за обезбедување на фиксна телефонија на пазарот на електронски комуникации и имаат активни претплатници според податоците на АЕК заклучно со 01.01.2014 год, односно до периодот опфатен со оваа анализа. Дополнително уште три други оператори во нивната нотификација се изнајсниле дека ќе отпочнат да обезбедуваат услуги во фиксна телефонија до крајот на 2013 год а тоа се:

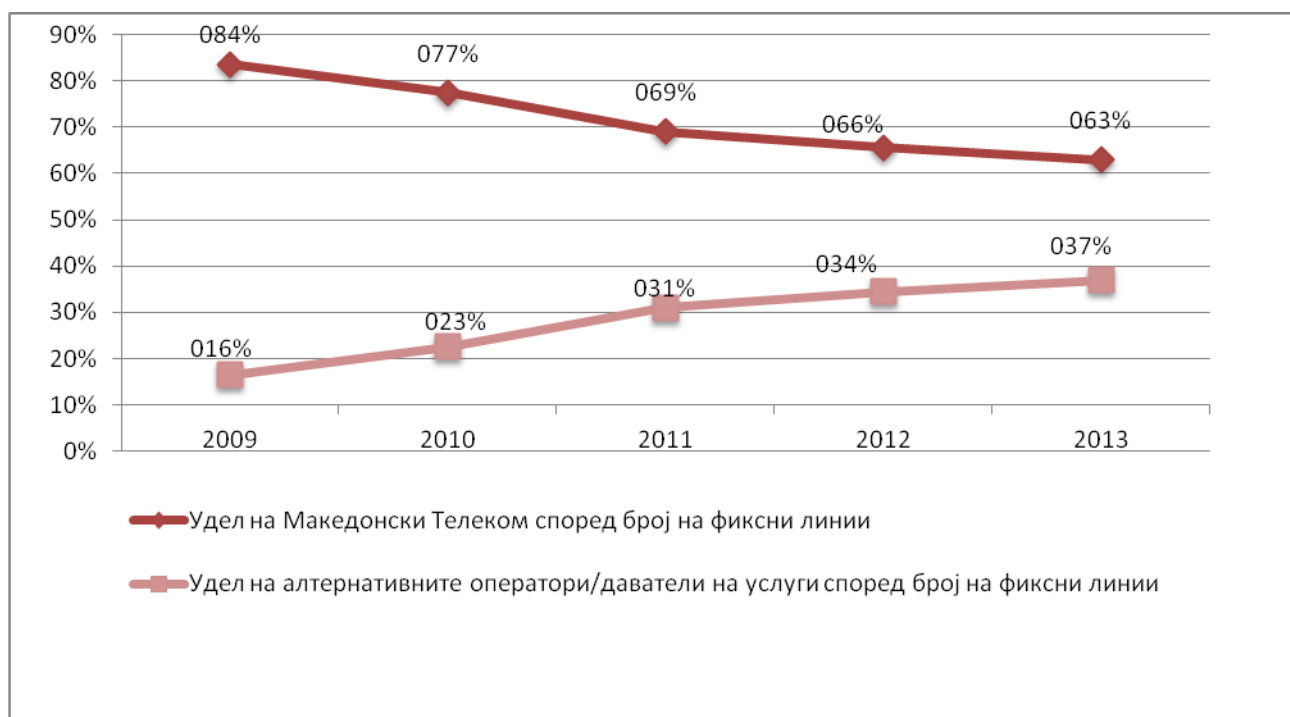
1. КАБЛЕ КАЛ Кичево, ул. Тане Цалески ББ Кичево,
2. НЕТКОНЕКТ Скопје, ул.Булевар Партизански одреди бр.155-мез. 3, Скопје-Карпош,
3. ТРД НЕТ КАБЕЛ Струмица, ул.„Невена Стојкова“ бб Струмица

Операторот ТРД НЕТ КАБЕЛ Струмица, не пријавил активни претплатници во 2013 год, иако согласно службената евиденција во АЕК истакнале дека ќе отпочне да обезбедува услуги во фиксна телефонија. На операторот ТРД НЕТ КАБЕЛ Струмица со Решение на АЕК број 07-1341уп1 од 12.12.2012 год, му е доделена една серија од 1000 претплатнички броеви но истиот не започнал да ги користи. Исто така и останатите два оператори КАБЛЕ КАЛ Кичево (Решение бр Уп1 бр 0703-969 од 30.10.2013 г и Уп1 бр 0703-953 од 08.11.2013г) и НЕТКОНЕКТ Скопје (Решение бр Уп1 бр 0703-436 од 03.10.2013 г) имаат добиено серија на броеви од АЕК, меѓутоа немаат пријавено број на претплатници.

Промените во пазарниот удел помеѓу двете анализи ќе ни го покажат трендот на движење на пазарот, што ќе ни даде сознание дали состојбата на пазарот се стреми кон ефективна конкуренција или сеуште постои оператор/и со значителна пазарна моќ. Со спроведувањето на првата анализа на овој релевантен пазар операторот Македонски Телеком АД е одреден дека поседува значителна пазарна моќ. Во периодот помеѓу двете анализи операторот Македонски Телеком АД се соочува со зголемена конкуренција на пазарот на пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација од страна на алтернативните оператори кои ја користат услугата за изнајмување на големо на претплатничка линија или физички пристап – битстрим или разврзана локална јамка (користејќи ја мрежата на МКТ), како и алтернативни оператори кои обезбедуваат управуван ВОИП во пакет со услугата широкопојасен пристап а за тоа користат сопствена мрежна инфраструктура (кабелски, WiMax или безжична мрежа).

Во следниот графикон подолу е прикажан трендот на движење на малопродажниот пазар на фиксна телефонија заклучно со 2013 год.

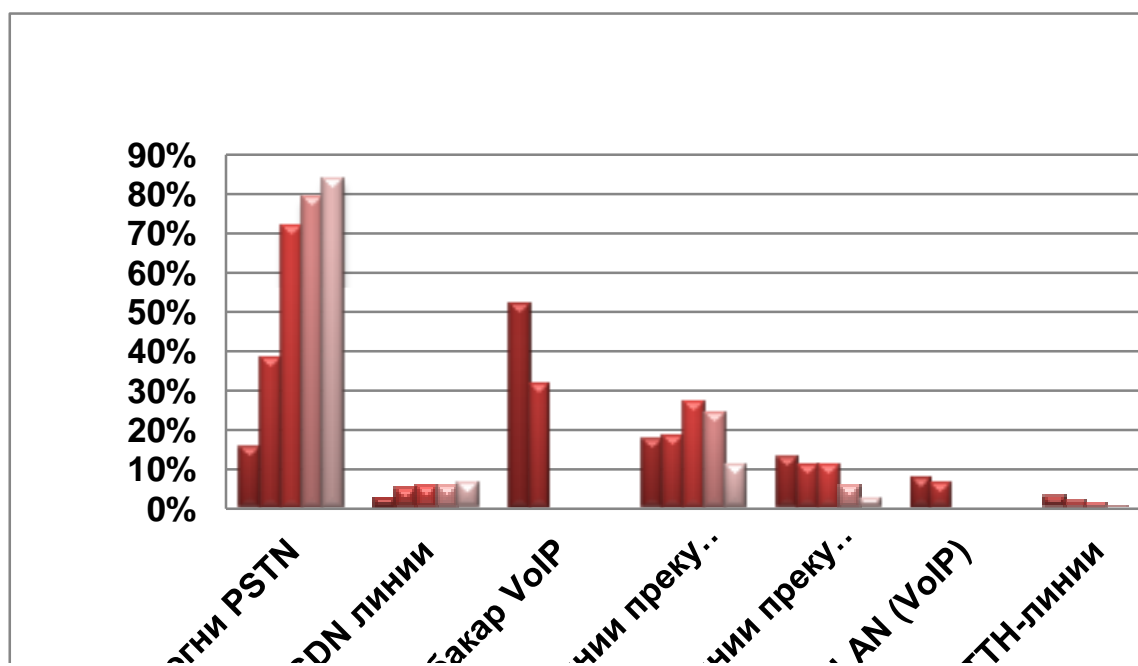
Графикон 7 Удел на МКТ и АО на пазарот на фиксни линии



На графикот бр 7 е прикажан развојот на пазарниот удел на пазарот на фиксна телефонија од 2009 до 2013 год., помеѓу операторот Македонски Телеком АД и алтернативните оператори кои преку широкопојасен пристап до мрежа обезбедуваат услуга пристап врзана во пакет со управуван ВОИП услуги. На крајот на 2013г., пазарниот удел на Македонски Телеком АД изнесува 63,01% и е опаднат за 2,53% во однос на 2012 г., додека пазарниот удел на алтернативните оператори изнесува 36,99% и за истиот период во 2012 г.е зголемен за 2,53%. Во периодот помеѓу двете анализи пазарниот удел на Македонски Телеком АД од 2009 година до 2013 година е намален за 20,57%, додека за истиот период пазарниот удел на алтернативните оператори е зголемен за 20,57%.

Во периодот помеѓу двете анализи, услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, освен од Македонски Телеком АД беше обезбедувана и од страна на дел од алтернативните оператори и тоа преку користење на некои од големопродажните услуги за пристап до мрежа кои ги обезбедува операторот Македонски Телеком АД (на пример разврзан пристап до локална јамка или изнајмување на големо на претплатничка линија).

Графикон 8 Пазарен удел според технологија на пристап



Во графикон бр 8 е даден пазарниот уделот на фиксни линии поделен според технологија на пристап. Како што може да се забележи најголем удел во 2013 година има бројот на (VoIP) линии преку бакарна мрежа кои учествуваат со 52,03%, со еден говорен канал (ПСТН) со 15,16%, следуваат линиите преку кабелски мрежи со 12,64%. Од графиконот исто така може да се забележи дека споредено со 2012 година раст се забележува кај линиите преку кабелски мрежи од 1,61 процент во однос на вкупниот пазар, потоа следуваат FTTH-линиите кои како удел во вкупниот број на линии покажуваат раст од 1,19% проценти, додека кај сите останати технологии се забележува намалување на пазарниот удел. Линиите со еден говорен канал во периодот од 2012 до 2013 година бележат намалување од 23,02 проценти, додека кај линиите преку безжични технологии се забележува намалување од 0,93 проценти во однос на вкупниот пазар.

Македонски Телеком АД е единствениот оператор во Р. Македонија кој обезбедува пристап до оптичка мрежна инфраструктура (FTTH) на малопродажниот пазар за пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација. Некои од кабелските оператори (на пример: операторот Близу) обезбедуваат услуги користејќи два видови на мрежа: коаксијални кабли во определени зони и LAN зони каде што имаат оптичка мрежа, но сепак сегментот од мрежата до крајниот корисник (пристапниот дел од мрежата) е со користење на LAN Ethernet технологија. Меѓутоа, кога се разговара за оптика до домот тука MKT е единствен оператор кој преку таа технологија обезбедува услуга пристап.

Овде е мошне важно да се напомене дека следните услуги преку технологиите: ПСТН, ИСДН и ИСДН ПРА за обезбедување на фиксна телефонија се технологии кои се повлекуваат од пазарот. Според графиконот бр 7 може јасно да се види дека со завршувањето на процесот на миграција на ИП платформа операторот MKT веќе ги префрла најголемиот дел од сопствените корисници на користење на ВОИП технологија. Овој процес во првиот квартал од 2014 год е скоро завршен и со тоа овие форми на пристап нема да бидат детално разгледувани во оваа

анализа ниту пак претставуваат дел од самата дефиниција на овој релевантен пазар. Според податоците со кои расплага АЕК може да се потврди сеуште силната позиција на операторот со значителна пазарна моќ МКТ на овој релевантен пазар. Иако јасно е дека МКТ има изгубено дел од пазарниот удел, меѓутоа сеуште поседува повеќе од 60% на пазарот според бројот на линии, како и дополнително претплатници кои операторот ОНЕ и Неотел ги обезбедуваат користејќи ја големопродажбата на МКТ. Според тоа од аспект на овој критериум може да се заклучи дека операторот МКТ сеуште е оператор со значителна пазарна моќ на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

Прашање бр. 14 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### ***9.3 Контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира***

Контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира е релевантен критериум во постапката на анализа за оцена значителна пазарна моќ на еден оператор. Ова е важно каде што е потребно да се обезбеди пристап до инфраструктурата за обезбедување на услугите до крајниот корисник.

Контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира е тесно поврзана со постоењето на неповратни трошоци (sunk cost) кое се анализирани од страна на АЕК како посебен под критериум. инфраструктурата која не може лесно да се дуплира претставува индикација за пазарна моќ која ја уживаат постоечките мрежни оператори и истовремено ги зголемува бариерите за влез на новите потенцијални учесници, што укажува на фактот дека постои значајна бариера за влез на пазарот.

Ако оператор има контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира, а таа инфраструктура преставува значаен влезен фактор на релевантниот пазар, тоа може да преставува значајна бариера за влез за потенцијалните конкуренти. Разгледувањето на овој фактор е поврзан со апсолутната големина на операторот, како и проценка на економии на обем, економии на интеграција и неповратни трошоци. Капиталните вложувања потребни за изградба на пристапна мрежна инфраструктура се многу високи и потребно е време за враќање на инвестицијата за новите оператори кои сакаат влез на релевантниот пазар.

Обезбедувањето на услугите од алтернативните оператори преку ИП платформа придонесува широкопојасниот пристап, да поттикне определен степен на конкуренција, но сепак тоа нема да доведе до реплицирање на мрежата на Македонски Телеком АД. Сепак, присуството на алтернативна широкопојасна инфраструктура во иднина ќе има позитивно влијание на конкуренцијата на пазарот на пристап, донекаде со намалување на бариерите за влез на релевантниот пазар.

Покрај тоа, со регулирање на големопродажна услуга на релевантниот пазар можно е да влезат и оператори без притоа да имаат потреба да ја реплицира мрежната инфраструктура на Македонски Телеком АД. Операторите на електронски комуникациски услуги кои сакаат да влезат или да се развиваат на овој пазар тоа може да го направат со користење на големопродажните услуги за изнајмување на големо на претплатнички линии, избор и предизбор на оператор како и разврзан пристап на локална јамка и битстрим пристап. Со помош на овие регулирани услуги од стран ана АЕК операторите можат да се појават на малопродажниот пазар како понудувачи на услуги во фиксната телефонија а преку користење на мрежата на Македонски Телеком АД. Меѓутоа користењето на овие услуги не претставува доволно силен конкурентен фактор за да значително влијае на пазарот и да поттикне промена на структурата на пазарот во периодот кој го опфаќа оваа анализа.

Изнајмување на пристап до физичка мрежна инфраструктура може да се користи за влез или проширување на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Големопродажните услуги може да се употребат за обезбедување на услугата пристап до фиксен говор со што би се избегнало реплицирање на пристапната мрежа (локална јамка). Во пракса алтернативните оператори поретко се одлучуваат за развој на сопствена пристапна мрежна инфраструктура поради големите вложувања кои се потребни да се направат.

За да обезбедат понуда на говор преку широкопојасен пристап, операторите на електронски комуникациски услуги може да користат целосно разврзан пристап на локална јамка или некое ниво на битстрим пристап од Македонски Телеком АД и на своите крајни корисници да им обезбедат говор преку управувана ВОИП услуга без да користат услуга за изнајмување на големо на претплатничка линија.

Големопродажниот битстрим пристап (WBA – wholesale broadband access) е овозможен да се користи со услуга за изнајмување на големо на претплатничка линија (WLR – wholesale line rental) со цел давателот на услуга да може да ги обезбеди услугите пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, фиксни говорни повици и широкопојасен пристап до интернет. Меѓутоа со преминот на ИП платформа од страна на операторот со значителна пазарна моќ МКТ, се очекува користењето на овој вид услуга да биде намалено односно целосно укинато.

Во иднина операторот би обезбедувал говорни повици преку ВОИП технологија, со користење самостоен битстрим пристап (Standalone WBA) преку кој може да обезбеди и говорен повик и широкопојасен интернет пристап.

За обезбедување на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација операторот може да користи и услуга разврзан пристап до локална јамка, но бидејќи треба да изгради сопствена инфраструктура и да дојде до DSLAM на Македонски Телеком АД, тоа би значело реплицирање на инфраструктурата на Македонски Телеком АД и поголеми вложувања што од аспект на економија на обем е оправдано во урбаните средини.

Иако достапноста на широк спектар на големопродажни услуги може да има позитивно влијание врз конкурентската динамика на големопродажно ниво (преку намалување на бариери за влез на операторите на електронски комуникациски услуги) , сепак тоа значително

не може да влијае на овој пазар и за кратко време да придонесе кон промена на конкурентската структура на истиот. Како што погоре образложивме користењето на повеќето големопродажни услуги со цел обезбедување на пристап најчесто е поврзано со претходни вложувања во сопствена инфраструктура што пак претставува потешкотија за операторите кои работат или се потенцијални за влез на тој пазар. Од оваа причина операторот MKT како оператор со значителна пазарна моќ кој ја поседува инфраструктурата на целата територија на Р.Македонија, е во значителна предност пред останатите играчи. Според пазарните состојби како и образложеното погоре, АЕК констатира дека операторот MKT сеуште поседува значителна пазарна моќ на овој пазар од аспект на критериумот контрола на инфраструктура која не може лесно да се дуплира..

Прашање бр. 15 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

#### **9.4 Недостатокот на компензациска куповна моќ**

Недостаток на компензациска куповна моќ на крајните корисници се разгледува од аспект на тоа дали постојните и потенцијалните конкуренти на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација како и крајните корисници на услугите се во состојба да ја искористат својата преговарачка моќ за да ја ограничат позицијата на операторот со значителна пазарна моќ да се однесува независно на релевантниот пазар.

Корисниците на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација најчесто ја користат оваа услуга за сопствени потреби (на пр. домаќинства). Ваквиот начин на користење доведува до тоа крајниот корисник како индивидуа да нема голема куповна моќ што предизвикува намалување на индивидуалната преговарачка моќ со операторот со значителна пазарна моќ. Деловните корисници на пазарот се во подобра позиција за разлика од домаќинствата во однос на преговорите со операторот со значителна пазарна моќ, затоа што и како индивидуални корисници може да придонесат за зголемување на приходите на операторот и донекаде да го ограничат да се однесува независно на пазарот.

Врз основа на уделот на пазарот на крајот од 2013 год операторот со значителна пазарна моќ MKT има 63,01% наспроти алтернативните оператори кои имаат вкупно 36,99 % . Оттука може да се заклучи дека Македонски Телеком АД е во доминантна позиција, со мал ефект на компензациска куповна моќ од страна на крајните корисници што доведува до ограничено влијание врз неговата независност. Врз основа на овој критериум АЕК заклучи дека операторот MKT сеуште е оператор со значителна пазарна моќ на овој малопродажен пазар.

Прашање бр. 16 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

## 9.5 Бариири за развивање

Бариири за влез постојат кога пазарот се карактеризира со постоење на структурни и легални бариири како и стратегиски бариири. Согласно ЗЕК, Методологијата за анализа на релевантните пазари на АЕК и Упатството на Комисијата за анализа на пазари и проценка на пазарна моќ... (2002/С 165/03)<sup>12</sup>, бариирите кои се јавуваат како резултат на структурните карактеристики на релевантниот пазар се дефинирани како структурни бариири а бариирите кои се јавуваат како резултат на правни и регулаторни окружувања се дефинирани како легални бариири. Покрај тоа во методологијата за анализа на релевантни пазари споменати се и стратегиските бариири за влез.

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

Структурни бариири 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 бариири за влез е главна препрека за развој на ефективна конкуренција. Бариирата за влез претставува рестрикција за влез на релевантен пазар која им овозможува на постојните оператори да ги зголемат цените над реалното конкурентно ниво.

Структурните бариири 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.

Економии на обем се карактеристика на производните процеси кои содржат високи фиксни трошоци, кои се типични за пазарите за електронски комуникации. Економија на обем постои кога зголемувањето на производството доведува до намалување на просечните трошоци по единица производ. Доколку постои, економијата на обем може да дејствува како ограничување за влез или како предност во однос на постојните конкуренти на пазарот. Ова е

---

<sup>12</sup> 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)

карактеристика на линии на производството базирани на технологии со релативно високи фиксни трошоци и пониски варијабилни трошоци.

Од аспект на инфраструктурата потребна за обезбедување на услуги на релевантниот пазар, предмет на оваа анализа економијата на обем може да придонесе за поинтензивно и пооптимално искористување на мрежата. Ова е важно во сектори каде постојат повисоки фиксни трошоци за обезбедување на некоја услуга, и според тоа колку поголема количина на определена услуга е произведена толку е помал трошокот по единица производ.

Исто така економија на обем може да се постигне од страна на инкамбент операторот на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација каде што постои хоризонтална и вертикална интеграција. Исто така, истата би можела да се постигне и од оператор кој што обезбедува услуги за телевизија, интернет и говор преку иста мрежа. Тогаш тој може да понуди пакет на услуги на крајните корисници преку својата мрежа. Економијата на обем може да бидат пречка за влез на пазарот за пристап, доколку потенцијалните конкуренти не се во можност да реплицираат ист спектар на услуги затоа што ќе имат повисоки трошоци за помал број на услуги.

Економиите на интеграција постојат кога просечниот трошок по единица производ или услуга се намалува како последица на производството на тој производ или услуга заедно со други производи или услуги. Економијата на интеграција го намалува трошокот за обезбедување на индивидуална услуга и доведува до намалување на просечниот трошок по единица производ или услуга. Економијата на интеграција е присутна кога услугите се обезбедуваат преку унифицирана мрежа а капацитетот на таа мрежа може да се подели помеѓу различни услуги.

Од аспект на инфраструктурата потребна за обезбедување на услуги на релевантниот пазар економијата на интеграција е присутна кога на пример капацитетот на мрежата се користи за обезбедување на различни услуги. МКТ како најголем оператор на овој пазар кој поседува значителна пазарна моќ е во состојба да ги искористи економиите на обем и економиите на интеграција. Бидејќи операторот МКТ е во таква состојба, тоа може да го користи на начин како би поставил и одржувал бариери за влез на пазарот за пристап.

Обезбедувањето на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација се карактеризира со економија на обем и интеграција, од каде што:

- Потенцијален обезбедувач на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација кој што веќе поседува сопствена пристапна мрежа потребно е да се осигура дека поседува доволен капацитет и/или географско покривање и е способен да ја обезбеди услугата пристап до мрежа на фиксна локација како и услуги за широкопојасен пристап на интернет за дел од популацијата (да ги задоволи корисниците кои што бараат пакетирани услуги);
- Потенцијален обезбедувач на услугата пристап до мрежа на фиксна локација кој што користи големопродажна услуга за пристап до мрежната инфраструктура исто така би требало да направи трошоци поврзани со колокација и инсталација на опремата на централата како и трошоци поврзани со останатиот дел од мрежата за обезбедување на малопродажбата;

- Фиксните трошоци поврзани со надградба или проширување на мрежата, како и трошоци за разврзување на централата (доколку се користи) се предмет на економиите на обем и интеграција. Ова е така од причина што просечниот трошок по приклучок ќе се намали доколку бројот на крајни корисници се зголеми. Економиите на обем и на интеграција би се постигнале кога операторот би можел да опслужи што е можно повеќе претплатници со неговата инвестиција направена во определен дел од мрежата;
- Комерцијалниот успех на услугата зависи од придобивањето на голем број крајни корисници на секој регион во кој операторот има мрежно покривање. Ова би можело да делува како бариера за новите потенцијални оператори од причина што би било тешко да генерираат корисничка база доволна за да конкурираат на операторот со значителна пазарна моќ кој поседува економии на обем и интеграција.

Достапноста на алтернативни големопродажни услуги како разврзана локална јамка исто така има потенцијал за намалување на влијанието на економијата на обем и интеграција како бариери за влез, бидејќи и оваа големопродажна услуга може да се користи од страна на алтернативен оператор за обезбедување на услугата пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, така што давателите на електронски комуникациски услуги можат да го развијат спектарот на малопродажни услуги. Меѓутоа, факт е дека оваа големопродажна услуга е малку користена од страна на алтернативните оператори и нејзиното влијание на вкупниот пазар е ограничено.

Широкопојасниот пристап до мрежа (WBA) во пракса може да се користи за обезбедување на управувани ВОИП услуги како дополнување на широкопојасниот пристап до интернет, сепак операторите кои користат големопродажни услуги од МКТ треба да ја користат услугата широкопојасниот пристап до мрежа (WBA) во комбинација со услугата изнајмување на големо на претплатничка линија (WLR) со цел обезбедување на широкопојасен пристап до интернет и говорни услуги (со тоа ќе можат да обезбедат ПСТН говорна услуга).

Преку услугата “Naked DSL” дигитална претплатничка линија од МКТ на големопродажно ниво, алтернативните оператори обезбедуваат управувани ВОИП услуги и широкопојасен интернет преку ДСЛ мрежата на Македонски Телеком АД. На тој начин алтернативните оператори избегнуваат трошоци за обезбедување на ПСТН пристап, а со тоа се овозможува ефикасност преку обезбедување на две услуги преку една платформа.

На пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација во периодот кој го опфаќа оваа анализа има ситуација на постоење на една доминантна мрежна инфраструктура на операторот со значителна пазарна моќ МКТ. Повеќе алтернативни оператори поседуваат јавна електронска комуникациска мрежа преку која можат да се појават како учесници на овој пазар, но истите немаат покриеност како таа на МКТ и не можат да стигнат до секој корисник или подрачје на територијата на државата. Изградбата на таква мрежа е голема инвестиција и не може да се реализира во краток временски период. Ова значи и дека постојат високи неповратни трошоци (sunk costs).

Понатаму како бариера за влез и развој на овој пазар може да бидат разгледувани и стратегиските бариери кои операторот со значителна пазарна моќ може да ги употребува со цел да спречи влез на нови учесници или да го отежнува развојот на постоечките играчи на пазарот. Во овие видови на стратегиски бариери може да се вклучат ценовната дискриминација, ценовен притисок во малопродажба, вкрстеното субвенционирање како и неценовните а тоа е рекламна војна итн. Операторот со значителна пазарна моќ МКТ е во состојба преку диригирање на големопродажната цена да врши притисок врз малопродажната, или пак да прави намалување на малопродажните цени со цел ослабување на конкуренцијата и превземање на нивните крајни корисници. Операторот МКТ како најголем оператор може да лансира и агресивна рекламна кампања во корист на своите производи, и со значителна медиумска присутност и финансиски средства во пропаганда да прави фаворизирање на своите производи, а конкуренцијата нема да биде во состојба да издржи таков маркетиншки и финансиски терет.

Имајќи предвид дека станува збор за зрел пазар, неговиот раст е невозможен односно податоците покажуваат тренд на намалување на бројот на пристапни линии од квартал во квартал што се гледа од графикон 3. Оттука, може да се констатира дека можноста алтернативните оператори да приграбат значителен пазарен удел и со тоа ја ослабнат позицијата на МКТ е многу ограничена. Од друга страна МКТ е единствениот оператор со развиена мрежа на целата територија на државата. Според горенаведеното можеме да се заклучи дека од аспект на критериумот за можноста од воспоставување и одржување на бариери за развивање МКТ сеуште поседува значителна пазарна моќ.

Прашање бр. 17 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
--

## ***9.6 Трошоци и бариери за користење на нови услуги***

На малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација технолошкиот аспект на развојот има големо влијание. Оваа состојба е изразена најмногу преку процесот на миграција на корисниците на ИП платформа како и премин кон користење на ВОИП услуги. Овие технолошки решенија на пазарот овозможуваат намалени трошоци во работењето но и можност за обезбедување на нови услуги на своите крајни корисници. Старите технологии како ПСТН, ИСДН и ИСДН ПРА се веќе исфрлени од употреба. Доколку постојните и нови алтернативни оператори би сакале да употребуваат големопродажна услуга за пристап до мрежа на операторот со значителна пазарна моќ МКТ, истите би требало да направат соодветни прилагодувања на сопствената опрема за интерконекција согласно новата Референтна понуда за интерконекција во која е содржана услугата за меѓусебна ИП интерконекција. Ова за алтернативните оператори значи и дополнителни инвестиции. Од таа причина и согласно заклучоците од анализата на пазар 5 – услуга за завршување на повик во јавна телефонска мрежа на фиксна локација, беше оставен

дополнителен три годишен период за прилагодување на операторите кон новите услови и технички критериуми за ИП интерконекција со МКТ. Овие нови технолошки решенија имаат важно влијание врз квалитетот на услугите кои операторот ги испорачува до крајните корисници. Во таа смисла МКТ е оператор кој има соодветни предности и можности за воведување на ваков вид на услуги. АЕК може да констатира дека и согласно овој критериум операторот МКТ сеуште поседува значителна пазарна моќ на овој релевантен малопродажен пазар.

Прашање бр. 18 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### **9.7 Вертикална интеграција**

Вертикално интегриран оператор е оној субјект кој што поседува сопствена мрежна инфраструктура и учествува како на малопродажниот пазар така и на големопродажниот релевантен пазар преку обезбедување на големопродажни услуги за сопствената малопродажба или пристап до мрежа за малопродажните одделенија на други оператори. Вообичаено вертикално интегриран оператор односно давател на услуги е присутен и на двата пазара – на пазар за давање на услуги од аспект на инфраструктурата или од аспект на мрежата („upstream“ пазари) и пазарите наменети за давање на услуги на крајни корисници („downstream“ пазари). Придобивките кои може да ги има операторот од вертикалната интеграција може да се пренесат до крајните корисници во форма на поевтини цени, пониски трошоци или подобар квалитет на производот.

Од друга страна вертикалната интеграција може да представува бариера за влез каде што присуството на операторот на повеќе нивоа на производство или дистрибутивна мрежа ги зголемува трошоците на новите потенцијални учесници (кои сакаат да влезат на повеќе пазари истовремено што би претставувало конкурентско ограничување) и ги зголемува можностите за интегрираниот оператор да ја исклучи конкуренцијата на едно или повеќе нивоа на синџирот на вредности што представува закана која може да делува како дестимулација за нов влез на релевантниот пазар.

Оператор кој што има значителна пазарна моќ на големопродажниот пазар може да настојува таа пазарна моќ да ја пренесе на малопродажниот пазар со цел да ги истисне другите учесници на тој малопродажен пазар. МКТ е вертикално интегриран оператор (дејствува и на пазарот на големопродажба и на пазарот за малопродажба) и е единствен обезбедувач на услугата за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

Покрај тоа, Македонски Телеком АД се наоѓа во добра позиција да ги консолидира/зацврсти своите постоечки позиции како оператор со значителна пазарна моќ на големопродажните пазари за пристап и говорни услуги и да биде единствен големопродажен понудувач на инпути за обезбедување на услугите пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација на малопродажно ниво.

Алтернативните оператори кои се вертикално интегрирани на пазарот за пристап и кои се независни од МКТ се помалку осетливи на неговата ценовна стратегија. Меѓутоа во споредба со МКТ, алтернативните оператори се ограничени во однос на покриеноста со мрежна инфраструктура. Освен тоа алтернативните оператори кои се натпреваруваат на пазарот за пристап, тоа го прават со користење на услугата за изнајмување на големо на претплатничка линија, што ги прави препродавачи на фиксна телефонска линија (како на пример операторот ОНЕ) но од воведувањето на новата ИП платформа би се преориентирале на услугата самостоен битстрим пристап со цел обезбедување на ВОИП услуги. Поради тоа, имаат помала способност да дејствуваат самостојно од операторот со значителна пазарна моќ МКТ, имаат помала флексибилност при утврдување на условите и цените на понудата, дизајнот на услугата и развојот на инфраструктурата. Исто така на пазарот, постои потенцијал за МКТ како вертикално интегриран оператор да превземе мерки преку големопродажба да влијае ограничувачки на развојот на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

На овој релевантен пазар освен МКТ услугата пристап ја обезбедуваат и кабелските оператори кои поседуваат сопствена мрежа. и претставуваат вертикално интегрирани оператори.

Според тоа, тие се независни во одредување на малопродажната цена за услугата пристап. Исто така и операторите ОНЕ и Неотел обезбедуваат услуга пристап преку сопствената безжична мрежна инфраструктура. Во тој поглед и тие можат да формираат цена независно од МКТ. Меѓутоа покрај обезбедување на услугата пристап преку сопствена инфраструктура, операторот ОНЕ има значителен број на претплатници на истата услуга обезбедена со користење на големопродажна услуга на МКТ. Токму поради тоа операторот ОНЕ е ценовно зависен од МКТ, особено кога станува збор за големопродажната цена, но и за малопродажната ценовна стратегија. Во слична состојба се наоѓа и операторот Неотел, иако има помал број на претплатници во однос на операторот ОНЕ. Покрај тоа што операторите ОНЕ и Неотел поседуваат и сопствена мрежна инфраструктура, тие не се доволно моќни оператори за да можат да имаат бенефит од вертикалната интеграција, на начин како што тоа го остварува МКТ

АЕК констатира дека МКТ е вертикално интегриран оператор на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници и како таков тој има можност да дејствува во насока на истиснување на конкурентите од малопродажните пазари и во отсуство на регулација може да ја искористи својата значителна пазарна моќ.

Според податоците со кои располага АЕК се согледува дека позицијата на МКТ на пазарот за фиксна телефонија е сеуште силна од аспект на пазарен удел според бројот на претплатници како и пазарен удел според приходите. Како што беше објаснето погоре, МКТ како вертикално интегриран оператор би можел да воспостави ценовна стратегија на малопродажниот пазар со која би дејствувал во насока на истиснување на конкуренцијата. Врз основа на тоа, АЕК констатира дека степенот на вертикалната интеграција има големо влијание во одредувањето на МКТ како оператор со значителната пазарна моќ на овој релевантен пазар и може да се констатира дека МКТ сеуште поседува значителна пазарна моќ од аспект на овој критериум.

Прашање бр. 19 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### **9.8 Недостаток на потенцијална конкуренција**

На малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација во моментот има 9 активни оператори кои ја обезбедуваат оваа услуга. Погolem дел од операторите ја обезбедуваат услугата преку сопствена мрежна инфраструктура но има и оператори кои преку користење на големопродажните услуги за пристап до мрежа на MKT се јавуваат како учесници на пазарот. При анализирање на овој релевантен пазар потребно е да се има во предвид дека станува збор за релативно зрел пазар. Според службената евиденција на АЕК, на пазарот на фиксна телефонија континуирано во периодот кој го опфаќа оваа анализа има пад на бројот на претплатници. Оттука може да се предвиди дека во периодот кој што следи не може да се очекуваат значителни поместувања во насока на зголемени приходи и број на корисници.

Постои појава на нови помали оператори кои ја обезбедуваат услугата пристап но истите се локални и поседуваат мрежа само на определена територија, која најчесто се изедначува со еден град/општина. Овие мали оператори имаат многу ограничена моќ и не може да се очекува дека нивната работа ќе има големо влијание врз состојбите на овој релевантен пазар. АЕК очекува дека и во иднина би се појавиле вакви помали оператори, пред се поради либерланиот влез на овој пазар, меѓутоа нивната моќ да развијат потенцијална конкуренција на пазарот ќе биде многу ограничена. Според тоа, АЕК констатира дека и понатаму MKT ќе има значителна пазарна моќ на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација.

Прашање бр. 20 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### **9.9 Заклучок од критериумите за определување на оператор со значителна пазарна моќ**

Врз основа на членот 77 од ЗЕК, за да се определи еден оператор дека поседува значителна пазарна моќ на релевантниот пазар, АЕК ги разгледа погоренаведените критериуми. Врз основа на констатираните состојби на пазарот за секој поединечен критериум, АЕК заклучи дека операторот Македонски Телеком АД Скопје, сеуште поседува доминантна позиција на пазарот која што би можел да ја користи со цел да се здобие со предност пред конкуренцијата.

Прашање бр. 21 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

## **10. Определување на оператори со значителна пазарна моќ – малопродажен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација**

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 доминатна 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 Агенцијата 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 Агенцијата 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, Агенцијата 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 малопродажен пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, АЕК заклучи дека операторот Македонски Телеком АД Скопје продолжува и понатаму да поседува значителна пазарна моќ на конкретниот релевантен пазар во периодот кој го опфаќа оваа анализа. Врз основа на тоа и разгледаните критериуми АЕК констатира дека веќе наметнатите регулаторни обврски со Решение бр. 03-5511/1 од 28.10.2010 год, треба и понатаму да останат во сила со цел исполнување на претходна “ex ante” регулација согласно ЗЕК и подзаконските акти донесени врз основа на него.

## **11. Конкурентни проблеми на малопродажните пазари за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација и јавно достапни телефонски услуги на фиксна локација**

### **11.1 Вовед**

АЕК спроведе анализа на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници. Анализата на релевантните пазари АЕК ја изврши согласно Законот за електронските комуникации (“Службен весник на Република Македонија“, бр.39/2014), подзаконските акти донесени врз негова основа и Методологијата за анализа на релевантни пазари изготвена од страна на АЕК земајќи ги во предвид основните напатствија од Европската комисија за вршење на анализа на релевантни пазари и утврдување на значителна пазарна моќ согласно Регулаторна рамка за електронски комуникациски мрежи и услуги на Европската Комисија.

Во постапката на дефинирање на пазарот, АЕК утврди дека има еден пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници. Анализата понатаму покажа дека нема потреба од понатамошно сегментирање на пазарот. Според тоа пазарот е дефиниран како следи:

- пристап до управувана ВОИП услуга преку широкопојасна DSL конекција, кабел, оптика;
- фиксен безжичен пристап (FWA – со користење на Wi Fi и WiMax технологија);
- пристап до мрежа адаптирана за обезбедување услуги на фиксна локација (fixed GSM);

Согласно спроведената анализа на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници, и заклучоците од неа, во продолжение ќе бидат разгледани потенцијалните конкурентни проблеми кои може да се појават на пазарот.

На операторот со значителна пазарна моќ му се наметнуваат обврски со цел да се оневозможат фактичките и/ или потенцијалните проблеми во конкуренцијата на релевантниот пазар. За конкурентен проблем се смета она однесување од страна на операторот со значителна пазарна моќ кое ќе резултира со истиснување на конкурентите од пазарот, спречување на влез на потенцијалните конкуренти на пазарот и / или експлоатирање на потрошувачите. Сето тоа укажува на потребата од наметнување на специфични обврски во согласност со ЗЕК и подзаконските акти, без оглед на тоа дали злоупотребата на пазарната моќ всушност се случува како резултат на одредено дејствие или има потенцијална можност истите да се појават под дадени услови.

Согласно препораката на ЕРГ (06) 33<sup>13</sup> во европската регулаторна пракса постојат 27 конкурентни проблеми кои влијаат за развој на пазарот. Операторите кои што имаат значителна пазарна моќ на пазарот за завршување на повик во јавни комуникациски мрежи на фиксна локација може да предизвикаат три основни видови на конкурентни проблеми и тоа:

Конкурентни проблеми може да се појават во ситуација кога операторот со значителна пазарна моќ може да ја пренесе истата на вертикално или хоризонтално поврзани пазари. Понатаму, истиот би можел да воспоставува бариери за влез, истиот може да се впушти во “типично монополистичко однесување” (textbook monopoly behavior) со воведување на прекумерни цени, обезбедување на лош квалитет на услугата на големопродажба итн. Воедно овие три основни конкурентни проблеми може да се согледаат во две димензии и тоа:

- пазарна димензија и
- димензија на причини и ефекти (cause-and-effect dimension).

Поголем дел од конкурентските проблеми кои се идентификувани на малопродажните пазари за фиксни телефонија се поврзани со проблеми во конкуренцијата кои потекнуваат од големопродажните пазари за услуга за започнување и завршување на повик во јанва телефонска мрежа на фиксна локација (пазар 4 и 5) и услуга за транзитирање во јавна фиксна телефонска мрежа (пазар 6). Тоа се должи на фактот дека МКТ исто така е определен за оператор со значителна пазарна моќ на овие релевантни големопродажни пазари.

### ***11.2 Конкурентни проблеми на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација***

Во овој дел АЕК ќе ги анализира можните конкурентни проблеми кои може да влијаат на развојот на конкуренцијата во случај на отсуство на регулација на релевантниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. 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.

Потенцијални конкурентски проблеми за горенаведените пазари, предмет на оваа анализа можат да бидат групирани во три главни категории:

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

---

<sup>13</sup> ERG- Generalization of competition problems

### 11.2.1 Пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција

Пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција ја означува можноста на вертикално интегрираниот оператор со значителна пазарна моќ на големопродажните пазари да ја пренесе таа пазарна моќ на поврзаните малопродажни пазари. Ако оператор со значителна пазарна моќ на големопродажен пазар подлежи на контрола на цените, таков оператор може да има поттик да ја пренесе пазарната моќ на поврзаните малопродажни пазари, бидејќи (како резултат на контролата на цените) на таквиот оператор му е оневозможено целосно искористување на својата моќ на големопродажниот пазар. Од ова произлегува генерална претпоставка дека колку повеќе регулацијата на релевантните големопродажни пазари ги дава очекуваните резултати, толку повеќе конкурентски проблеми ќе се јават на малопродажните пазари како последица на пренесувањето на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција.

АЕК применува регулаторни мерки на малопродажните пазари, со цел да се обезбедат подеднакви конкурентски услови за сите учесници на малопродажните пазари. Малопродажните пазари за фиксна телефонија се директно поврзани пазари со големопродажните пазари (4-6). АЕК проценува дека МКТ, како операторот со значителна пазарна моќ на поврзаните големопродажни пазари (пазарите за започнување на повик во јавна телефонска мрежа на фиксна локација; завршување на повик во јавна телефонска мрежа на фиксна локација и транзитирање во јавна фиксна телефонска мрежа), нема да биде во можност во целост да ја искористи својата доминација. Оваа проценка се должи на одредбите содржани во Законот за конкуренција и обврските кои автоматски произлегуваат од ЗЕК, вклучувајќи ја и обврската за обезбедување на услугата избор и предизбор на оператор. Воедно, специфичните обврски кои на МКТ му се определени како оператор со значителна пазарна моќ на релевантните големопродажни пазари придонесуваат да се оневозможи искористување на значителната пазарна моќ на истите. Како што е претходно наведено, АЕК со оваа анализа проценува дека операторот МКТ би можел да ја пренесе својата значителна пазарна моќ на малопродажните пазари.

Во однос на изборот на обврски што е можно да се наметнат на Македонски Телеком АД, потребно е да се наведе разликата помеѓу три главни видови на пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција:

- Оневозможување на пристап;
- Пренесување на моќ преку неценовни категории;
- Пренесување на моќ преку цени.

Прашање бр. 22 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### 11.2.1.1 Оневозможување на пристап

Определениот оператор со значителна пазарна моќ на големопродажните пазари може да има силна мотивација да го оневозможи пристапот на алтернативните операторите кои нудат конкурентни услуги во поврзаните малопродажни пазари, а на тој начин ги оневозможува конкурентските услови. Ако операторот со значителна пазарна моќ на пазарите на големо за фиксна телефонија им го оневозможува пристапот на другите оператори до големопродажните услуги потребни за нудење на телефонија (пристап и повици) на пазарите на мало може да придонесе до конкурентски проблеми.

Оневозможувањето на пристап, како конкурентски проблем може да вклучува и ситуации кога операторот со значителна пазарна моќ одбива да преговара со конкурентите на малопродажните пазари, или кога пристапот е овозможен, но под неразумни услови. Фактичка или потенцијална состојба на оневозможување на пристап е еден од најзначајните конкурентски проблеми на пазарот за фиксна телефонија, имајќи го во предвид фактот дека оневозможувањето на пристапот може да ги обесхрабри потенцијалните конкуренти од пазарот или истисне веќе постоечките оператори од пазарот.

Прашање бр. 23 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### 11.2.1.2 Пренесување на моќ преку неценовни категории

Пренесување на моќ преку неценовни категории може да вклучува различни видови на дискриминаторно однесување помеѓу внатрешните и надворешните "корисници" на големопродажните пазари. Ова е особено релевантно ако операторот со значителна пазарна моќ на големопродажните пазари има обврска за пристап по регулирани цени, кои обврски придонесуваат да се оневозможи или отежни ценовна дискриминација. Конкурентските проблеми од овој вид, вклучуваат на пример:

- тактики на пролонгирање,
- врзување и/или обврзување,
- дискриминација во однос на квалитет и
- злоупотреба на информации за конкурентите.

Овие различни видови на конкурентски проблем се објаснети подолу. На пример, такви конкурентски проблеми често може да придонесат да операторот со значителна пазарна моќ да биде чекор понапред во однос на конкурентите во малопродажните пазари, а со тоа ги ограничува можностите на конкуренцијата на малопродажните пазари.

#### 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 за сопствените малопродажни единици.

Други примери на тактиката на пролонгирање може да бидат 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 да нивните корисници или потенцијални корисници изберат друг обезбедувач на услугите. Таквите тактики на пролонгирање се потенцијален проблем во конкуренцијата на пазарите на фиксна телефонија, односно за двете основни услуги- пристап и повици.

Одолговлекување на преговорите на пазарите на големопродажно ниво, исто така може да креираат состојба на бенефит за операторот со значителна пазарна моќ на неговите активности на малопродажните пазари, особено при воведување на нови услуги. Во вакви случаеви, малопродажните активности на операторот со значителна пазарна моќ во врска со воведување на нови услуги доведува до постигнување на предност на пазарот нудејќи нови услуги порано од конкурентите.

#### Врзување и/или обврзување на услуги

Врзувањето на услуги значи дека купувањето на услугата бара истовремено купување на друга услуга. Ова може да преставува проблем, бидејќи преставува зголемување на трошоците за конкуренцијата во случај кога мора да купат услуги што не им се потребни, или затоа што врзувањето на услуги на големопродажно ниво ја спречува конкуренцијата на малопродажните пазари да понуди на пазарот свој пакет на услуги.

#### Дискриминација во однос на квалитет

Преку дискриминација во однос на квалитетот на вертикално интегрираниот оператор доминантен на големопродажниот пазар може исто така да ги зголеми трошоците на другите оператори или да ја ограничи нивната продажба. Трошоците се зголемуваат како дополнителни издатоци или инвестиции кои му се потребни на конкурентот да ја надмине разликата во квалитет. Во тој случај побарувачката се намалува како резултат на неможноста да се обезбеди ист квалитет, а со тоа крајниот корисник ја оценува услугата како незадоволителна.

Како единствен давател на големопродажните услуги, неопходни за малопродажниот пазар, операторот со значителна пазарна моќ е во состојба да прави дискриминација во поглед на квалитетот на обезбедување на услуга на својата единица што обезбедува малопродажни услуги и квалитетот на услугата што им ја обезбедува на конкурентите.

#### Злоупотреба на информации за конкурентите

Злоупотреба на информации за конкурентите може да се појави кога еден оператор со значителна пазарна моќ на пазарот на големо се стекнува со пренесување на моќ преку цени.

Овој вид на вертикално пренесување на пазарна моќ вклучува потенцијални конкурентни проблеми кои се однесуваат на ценовна дискриминација и субвенционирање, чија цел или дејство е да се ограничи конкуренцијата на поврзаните малопродажни пазари, да се зголемат трошоците на конкурентите или да се изложат конкурентите на т.н. ценовно истиснување. Под ценовно истиснување се подразбира состојба кога разликата помеѓу трошоците за обезбедување на пристапот на големопродажниот пазар и на вертикално интегрираната малопродажна цена станува толку мала така што ефикасната конкуренција во малопродажниот пазар не може да оствари разумна стапка на поврат и поради тоа се изложени на ризик да бидат истиснати од пазарот.

Прашање бр. 24 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### 11.2.1.3 Пренесување на моќ преку цени

#### Ценовна дискриминација

Вертикално интегрираниот оператор со значителна пазарна моќ на големопродажните пазари може да примени ценовна дискриминација со цел зголемување на трошоците на конкурентите во споредба со оние на сопствените малопродажни операции. Ова ќе ги зголеми трошоците на конкурентите на малопродажните пазари и ќе предизвика нивно истиснување од пазарот. Дополнително, покрај ценовната дискриминација помеѓу сопствените малопродажни единици кои обезбедуваат малопродажни услуги и конкурентите, ценовна дискриминација може исто така да се случи меѓу различни оператори. Целта на таквата дискриминација може да биде награда за конкурентите кои се лојални на операторот како давател на големопродажните услуги или да им го направи делувањето непријатно на операторите кои претставуваат поединечна конкуренција на малопродажните пазари.

Двете горе образложени форми на ценовна дискриминација ќе доведат до повисоки трошоци за конкурентите. Ценовната дискриминација во основа се случува кога давателот на услуги на големопродажниот пазар пресметува различни цени за исти услуги. Меѓутоа, тоа исто така може да биде изразено на индиректен начин, на пример кога цената дефинирана на големопродажно ниво е оформена така што во практика им преставува потешкотија на конкурентите да ја имаат саканата ценовна структура на малопродажниот пазар.

Сепак, ценовната дискриминација сама по себе не мора задолжително да претставува конкурентен проблем. На пример, попусти за обем врз основа на објективни критериуми често не претставуваат конкурентен проблем. Но, ако прагот за попусти е поставен на толку високо ниво што само малопродажните операции на операторот со значителна пазарна моќ можат да остварат таков обем за попуст, ценовната дискриминација во форма на попусти за обем може исто така да претставува конкурентен проблем.

АЕК процени дека ценовната дискриминација е потенцијален конкурентен проблем на пазарите за фиксна телефонија- повици и пристап. Во отсуство на регулатива МКТ ќе биде во состојба да прави разлика помеѓу сопствените активности на малопродажниот пазар и активностите на конкуренцијата.

### Субвенционирање

Субвенционирањето вклучува одредување на цени на два пазари, а во овој случај на релевантните малопродажни пазари и поврзаните релевантни големопродажни пазари. Во случаи на вертикално пренесување на пазарна моќ, Македонски Телеком АД 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. Приходите од големопродажниот пазар може да се користат за покривање на загубите од малопродажниот пазар. Резултатот е тогаш т.н. ценовно истиснување и потенцијално истиснување на конкурентите од малопродажниот пазар.

АЕК е на мислење дека ова може да биде потенцијален проблем во конкуренција на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација. Ова нема да биде случај доколку се примени соодветна регулација на големопродажните и малопродажните пазари за фиксна телефонија.

Прашање бр. 25 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

## **11.2.2. Пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција**

Пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција означува ситуации каде што операторот со значителна пазарна моќ на еден пазар се обидува да ја пренесе пазарната моќ од пазарот, каде има значителна пазарна моќ на други поврзани пазари. На малопродажните пазари за фиксна телефонија, врзувањето и/или обврзувањето на услуги во пакет и субвенционирањето се примери на релевантни конкурентни проблеми кои се однесуваат на пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција.

### **11.2.2.1 Врзувањето и/или обврзувањето на услуги во пакет**

Најочигледни форми на хоризонтално врзување на услугите кои се обезбедуваат на малопродажните пазари за фиксни телефонија ќе бидат врзувањето на услугата на повици и пристап или врзувањето или продажбата на услугите за фиксната телефонија со други електронски комуникациски услуги, како на пример широкопојасен пристап и мобилни комуникациски услуги.

Во ситуација кога големопродажните пазари за говорни повици се регулирани, но без соодветно регулирање на пазарот за пристап, врзувањето и/или обврзувањето на услуги за повици и пристап на малопродажните пазари може да преставуваат потенцијален конкурентен

проблем. Ова особено се однесува на оние корисници на кои не им е понудено пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација преку алтернативните пристапни мрежи. Меѓутоа, ако големопродажните пазари за двата вида на услуги- повици и пристап се регулирани, врзувањето и/или обврзувањето на услуги во пакет нема да биде толку голем потенцијален конкурентен проблем, со оглед на фактот дека конкурентите на MKT ја имаат можноста да понудат исти или слични врзани услуги во пакет на малопродажниот пазар.

Другата форма на хоризонталното врзување и/или обврзување на услуги во пакет за која што може да се каже дека претставува потенцијален конкурентен проблем се пакети што вклучуваат и фиксна телефонија како еден од неколкуте производи од електронските комуникациски услуги врзани во пакет. Таквиот пакет може да вклучи или давање на попусти или други бенефиции на корисниците, ако тие купуваат неколку услуги од истиот обезбедувач на услуги отколку купување на истите поединечно.

### **11.2.2.2 Субвенционирање**

Хоризонтално субвенционирање вклучува формирање на цени на два малопродажни пазари според кое прекумерното зголемување на цените од еден пазар служи за компензација на пониските цени на другиот пазар. Овој конкурентски проблем во еден дел е поврзан со конкурентскиот проблем на врзување и/или обврзување на услуги во пакет.

Хоризонталното субвенционирање може да преставува проблем во конкуренцијата на пазарите за фиксна телефонија, доколку големопродажниот пазар за пристап и цените за обезбедување на услугите пристап и повици не се регулирани.

Прашање бр. 26 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### **11.2.3.Поединечна значителна пазарна моќ**

Покрај потенцијалните конкурентни проблеми кои се поврзани со пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална и хоризонтална интеграција помеѓу поврзаните пазари исто така има потенцијални конкурентни проблеми кои произлегуваат од високата доминантна позиција на операторот на одреден пазар. Потребно е да се направи разлика помеѓу три главни видови на поединечна значителна пазарна моќ, и тоа:

- Заплашувачко однесување (entry- deterring behaviour)
- Експлоатирачко однесување
- Неефикасно производство

Во однос на малопродажните пазари за фиксна телефонија, првите две категории се најзначајни.

### 11.2.3.1 Заплашувачко однесување

Ова ги опфаќа конкурентните проблеми кога операторот со значителна пазарна моќ се обидува да постави нови бариери за влез на потенцијални учесници на пазарот како на пример преку зголемување на трошоците на крајните корисници за префрлување од аспект на договорните услови, кои го оневозможуваат таквото префрлање.

Од тие причини АЕК смета дека таква форма на заплашувачко однесување може да се смета како потенцијален конкурентен проблем на малопродажните пазари за фиксна телефонија. АЕК смета дека ваквиот вид на однесување е конкурентен проблем кој е тесно поврзан со проблемите во конкуренцијата од аспект на хоризонтално врзување и/или обврзување на услуги во пакет. Ова е од особено значење, имајќи го во предвид фактот дека МКТ е исто така водечки обезбедувач во најголем дел на услугите што се обезбедуваат на другите малопродажни пазари за електронски комуникациски услуги.

### 11.2.3.2 Експлоатирачко однесување

Овој вид на конкурентен проблем се однесува на однесување кога доминантен оператор ги експлоатира корисниците преку прекумерни цени или ценовна дискриминација.

#### Прекумерни цени

Според економската теорија, цените ќе се сметаат дека се прекумерни ако тие му овозможуваат на операторот во одреден временски период да создава добивка повисока отколку што може да очекува да заработи во услови на конкурентен пазар (екстра добивка). Операторите со значителна пазарна моќ кои не се изложени на ефективна конкуренција ќе бидат во состојба нормално да постават цени многу повисоки над оние кои се базираат на трошоци.

Прекумерното зголемување на цените може да биде потенцијален проблем во конкуренцијата на малопродажните пазари за двата вида на услуги кои се обезбедуваат на пазарите за пристап и повик, доколку цените не се предмет на регулација ниту на големопродажно ниту на малопродажно ниво.

#### Ценовна дискриминација

Ценовната дискриминација, како форма на експлоатирачко однесување, се однесува на различни форми на разликување на цените и / или ценовните структури помеѓу различни категории на корисници. На малопродажните пазари за фиксна телефонија, пред се дискриминаторски формираните цени можат да бидат стратегија за привлекување на корисници од конкурентите или за задржување на стратешки важни корисници или категории на купувачи.

Поединечни цени / ценовни структури за ограничено придобивање на потрошувачите може да биде еден од примерите на овој потенцијален конкурентен проблем. Друг вид може да биде драстично намалените цени за нови корисници, која стратегија операторот со значителна пазарна моќ може да ја примени од време на време во т.н. промотивни кампањи.

Прашање бр. 27 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
--

### **11.3 Заклучок за видовите на конкурентни проблеми на пазарот за пристап до јавна телефонска мрежа на фиксна локација**

На пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, предмет на оваа анализа како постоечки и/или потенцијални конкурентни проблеми се јавуваат следните:

1. пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикална интеграција
  - Оневозможување на пристап
  - Пренесување на моќ преку неценовни категории
    - тактики на пролонгирање;
    - врзување и/или обврзување;
    - дискриминација во однос на квалитет;
    - злоупотреба на информации за конкурентите.
  - Пренесување на моќ преку цени
    - Ценовна дискриминација
    - Субвенционирање.
    -
2. пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција
  - Врзувањето и/или обврзувањето на услуги во пакет
  - Субвенционирање.
3. поединечна значителна пазарна моќ
  - Заплашувачко однесување (entry- deterring behaviour)
  - Експлоатирачко однесување
    - Прекумерни цени
    - Ценовна дискриминација.

Прашање бр. 28 – Дали се согласувате со горенаведената констатацијата – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

## **12. Обврски на оператор со значителна пазарна моќ**

### **12.1 Вовед**

Конкуренцијата сама по себе значи зголемување на ефикасноста и намалување на цените на услугите. Конкурентните пазари наметнуваат потреба од понуда на широк асортиман на услуги и цени со цел да ги задоволат потребите на потрошувачите. Притисокот на конкуренцијата има за цел намалување на цените како најдобар ефект за крајните корисници, додека операторите на јавни електронски комуникациски мрежи се борат за ефикасно работење и освојување на поголем дел од пазарот. Конкуренцијата стимулира иновации, особено производни иновации што резултираат со промовирање на нови услуги до потрошувачите и процесни иновации што резултираат со намалување на цените на услугите што пак ги прават истите достапни до потрошувачите. Од друга страна, конкуренцијата создава поволни услови и ги стимулира компаниите да влезат на пазарот.

Со оваа анализа АЕК го определи Македонски Телеком АД како оператор со значителна пазарна моќ на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници а воедно МКТ е прогласен за оператор со значителна пазарна моќ и на пазарот за јавно достапни телефонски услуги. АЕК во текот на анализата идентификуваше различни видови на конкурентски проблеми на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни корисници а кои се однесуваат во домен на пренесување на пазарната моќ врз основа на хоризонтална интеграција, вертикална интеграција и поединечна значителна пазарна моќ.

### **12.2 Регулаторни обврски на операторот со значителна пазарна моќ на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација**

Според анализата и разгледаните конкурентни проблеми на пазарот за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација, АЕК констатира дека обврските кои се наметнати на операторот на малопродажно ниво со претходната анализа остануваат во сила и понатаму. Имено, операторот со значителна пазарна моќ МКТ, како вертикално интегрирано оператор е докажано дека може да дејствува на начин што би довел до истиснување на конкуренцијата на малопродажните пазари за фиксна телефонија. Поради превенција од ваков вид на однесување, АЕК во 2012 год, отпочна со примена на методологија за регулирање на малопродажните цени и тоа “Методологија за определување на цени кои се користат за истиснување на конкуренцијата – margin squeeze”, а согласно обврската за регулирање на малопродажни цени и мерката за контрола на поединечни цени (Член 91 став 3 алинеа 2). Оваа методологија во следниот период ќе претрпи соодветна ревизија со цел прилагодување на новонастанатата пазарна ситуација односно преминот на ИП платформа. Процесот на миграција кај операторот МКТ е веќе завршен и со тоа сите негови крајни корисници се

корисници на ВОИП телефонија. Оттука, големопродажните обврски за избор и предизбор на оператор, како и обврската за изнајмување на големо на претплатничка линија се услуги кои не можат да бидат обезбедени преку новата ИП технологија. Технолошките процеси и модернизацијата на мрежата на МКТ, упатуваат на користење на услугите како што се: самостоен битстрим пристап (standalone bitstream access) и услуга “гол” ДСЛ (naked DSL), каде алтернативниот оператор ја изнајмува целосно бакарната парица и преку неа обезбедува пристап и фиксна телефонија на малопродажба. Во овој случај кога операторите ја користат бакарната мрежа на МКТ тие треба да имаат осигурано задоволително ниво на маргина помеѓу големопродажната и малопродажната цена што би им обезбедило профитабилно работење како и конкурентни услуги на пазарот. Согласно овие заклучоци, АЕК констатира дека наметнатите обврски на големопродажно ниво кои се наведени во претходната анализа престануваат да важат односно истите треба да бидат отповикани. Тоа се следните обврски:

- Избор на оператор и предизбор на оператор
- Изнајмување на големо на претплатнички линии
  1. Недискриминација
  2. Транспарентност
  3. Контрола на цени
  4. Водење на посебно сметководство

Како што е наведено во точка 9.2 операторот МКТ е единствениот оператор кој инвестира во изградба на оптичка мрежна инфраструктура а со тоа ја обезбедува на комерцијална основа и услугата за пристап до оптика до секој дом (FTTH – Fiber to the Home). Оваа форма на пристап претставува составен дел на дефиницијата на овој релевантен малопродажен пазар. Обврските од оваа анализа важат за сите форми на пристап кои ги обезбедува операторот со значителна пазарна моќ независно од технологијата на пристап.

Од тие причини, АЕК предлага обврските кои беа наметнати на операторот со значителна пазарна моќ на малопродажните пазари за пристап да останат и понатаму во сила. Имено тоа се следните обврски наведени во продолжение.

### **12.3 Регулација на малопродажни цени**

Во согласност со член 91 од Законот за електронските комуникации став 1:

“АЕК може на оператор со значителна пазарна моќ на одреден малопродажен пазар, да му наметне соодветни регулаторни обврски во согласност со одредбите на овој член, само доколку врз основа на спроведена постапка на анализа на пазарот, утврди дека на тој малопродажен пазар нема ефективна конкуренција и дека регулаторните обврски од членовите 84, 85, 86, 87 и 88 од овој закон не го овозможуваат остварувањето на регулаторните начела и цели од членот 7 од овој закон”

Во согласност со член 91 од Законот за електронските комуникации став 2:

“Обврските наметнати согласно со ставот (1) на овој член ќе бидат базирани на природата на идентификуваниот проблем и ќе бидат пропорционални и оправдани во согласност со

регулаторните цели и начела од членот 7 од овој закон. Обврските што му се наметнуваат на операторот можат особено да содржат барање операторот да не наплаќа превисоки цени на услугите, да не спречува влез на пазарот или да не ја ограничува конкуренцијата со воведување на предаторски цени, без причина да не им дава привилегии на одредени крајни корисници, или неразумно да ги врзува услугите во пакет.”

Во согласност со член 91 од Законот за електронските комуникации став 3:

“Заради поттикнување на ефикасна конкуренција и заштита на интересите на крајните корисници, АЕК може на операторот од ставот (1) на овој член да му ги наметне следниве мерки:

- ограничување на малопродажната цена (Price Cap regime),
- контрола на поединечни цени,
- цени ориентирани според трошоци или
- цени според цените на споредливи пазари.”

Во согласност со член 91 од Законот за електронските комуникации став 4:

“Операторот на кого му е наметната обврска за регулирање на малопродажните цени или обврска за други релевантни контроли на малопродажни цени, мора да имплементира соодветен сметководствен систем на трошоци. АЕК може да ги утврди формата и сметководствената методологија што ќе ги користи операторот. Усогласеноста со сметководствениот систем на трошоци се врши еднаш во годината од страна на овластен независен ревизор, а наодот на ревизорот, АЕК го објавува на својата веб страница во рок од седум дена од денот на неговиот прием.”

Според членот 91 – став 2 Регулирање на малопродажните цени операторот со значителна пазарна моќ ги има следните обврски и тоа:

- да не наплаќа превисоки цени на услугите, операторот со значителна пазарна моќ не смее преку цените неоправдано над трошоците да наплаќа превисоки цени на малопродажните пазари користејќи ја својата доминантна положба;
- да не спречува влез на пазарот или да не ја ограничува конкуренцијата со воведување на предаторски цени, операторот со значителна пазарна моќ не смее преку значително намалување на цените да влијае дестимулативно на останатите нови учесници на пазарот со цел да ги одврати од влез на тој пазар и на тој начин да си ја зачува и зајакне доминантната положба;
- без причина да не им дава привилегии на одредени крајни корисници, операторот со значителна пазарна моќ не смее неоправдано и по своевидување да им два привилегии на одредени крајни корисници и на тој начин некои корисници да ги става во подредена положба во однос на другите;
- или неразумно да ги врзува услугите во пакет, операторот со значителна пазарна моќ не смее да прави неразумно врзување на услугите, со тоа што продажбата на една услуга би ја условувал со купување на друга услуга. На овој начин операторот би ја пренесувал пазарна моќ од еден на друг пазар и штетно би влијаел врз двата поврзани пазари. АЕК не согледува причини за поставување на забрана за врзување на услуги во

пакет на генерална основа туку во исто време смета за потребно да воведи обврска за обезбедување на разумно врзување на услуги во пакет. Имено, операторот кој го обезбедува пакетот е обврзан воедно да им ги понуди на крајните корисници услугите кои се врзани во пакет и на поединечна основа. Тоа значи дека крајните корисници ќе имаат можност да ги купат услугите поединечно или врзани во пакет во согласност со своите потреби. Во прилог на ова се дополнува и фактот дека крајните корисници, имајќи избор да ги користат услугите и на поединечна основа, нема да бидат обврзани да го купат пакетот заради користење на една поединечна услуга. Тоа во пракса значи дека Македонски Телеком АД е обврзан да ги разврзе сите елементи на пакетот како поединечни производи/ услуги.

Во контекст на овозможување на еднакви услови на пазарите се поставува прашање за можноста понудените пакети од страна на операторот со значителна пазарна моќ да бидат реплицирани од страна на алтернативните оператори во однос на содржината на пакетот, со цел да постигне економска оправданост при понудата на истиот. АЕК смета дека онаму каде што Македонски Телеком АД е определен за оператор со значителна пазарна моќ на определен големопродажен пазар не смее да врши дискриминација во третманот кон другите оператори и е обврзан да овозможи големопродажните еквиваленти за малопродажните производи да бидат достапни за сите учесници на пазарот. АЕК смета дека оваа обврска за операторот со значителна пазарна моќ треба да остане и понатаму.

Прашање бр. 29 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

### **Доставување на Ценовник на малопродажните услуги на одобрување до АЕК**

АЕК на 20.06.2012 год донесе Правилник за начинот и постапката за регулирање на малопродажните цени на оператор со значителна пазарна моќ (Службен весник на РМ бр.77). Во овој Правилник подетално се регулирани начинот и методологијата за регулирање на малопродажните цени на МКТ.

Согласно членот 2 - принципи од Правилникот, “Операторот, при утврдувањето на малопродажните цени што им ги наплаќа на претплатниците за обезбедување на фиксни говорни телефонски мрежи и услуги, треба да ги применува следниве принципи за:

- Недискриминација;
- Транспарентност и
- Контрола на цени. “

Согласно членот 3 – Недискриминација од Правилникот “ Малопродажната цена што ја нуди Операторот за соодветниот вид на услуга треба да биде еднаква за сите претплатници што користат иста услуга”.

Согласно членот 4 – Транспарентност од Правилникот во ставот 1 “Операторот до Агенцијата за електронски комуникации (во натамошниот текст: Агенција) доставува на одобрување Ценовник за малопродажните цени во кој ги прикажува цените на поединечните услуги, услугите врзани во пакет, како и сите можни попусти за определена категорија на корисници за секоја од услугите што ја обезбедува, причините за дадените попусти, условите за користење на секоја од услугите и други информации значајни за користење на услугите, а особено цените за следните услуги:

- Пристап до јавната телефонска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници;
- Локални/национални повици за резиденцијални и деловни крајни корисници;
- Повици кон мобилни мрежи за резиденцијални и деловни крајни корисници и
- Меѓународни повици за резиденцијални и деловни крајни корисници.”

Понатаму во став 2 од истиот член стои “Ценовникот од ставот (1) на овој член, Операторот го доставува до Агенцијата, во печатена и во електронска форма, во рок од 30 дена од денот на приемот на одлуката со која е определен за оператор со значителна пазарна моќ на релевантните пазари за продажба на производи и услуги на мало утврдени во член 1 на овој правилник.”

Согласно членот 6 – Контрола на цени од Правилникот став 3 “При утврдување на согласеноста на обврската од ставот (2) на овој член, Агенцијата ќе ја користи margin –squeeze методологијата”

Прашање бр. 26 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?
--

## Заклучок

Врз основа на спроведената анализа, АЕК во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата на Македонски Телеком АД како оператор со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар му ги определува следните регулаторни обврски:

Обврски на малопродажниот пазар за пристап до јавна електронска комуникациска мрежа на фиксна локација за резиденцијални и деловни крајни корисници:

- Регулирање на малопродажни цени:
  - барање операторот да не наплаќа превисоки цени на услугите;
  - да не спречува влез на пазарот или да не ја ограничува конкуренцијата со воведување на предаторски цени;
  - без причина да не им дава привилегии на одредени крајни корисници или
  - неразумно да ги врзува услугите во пакет.

Од горенаведеното операторот со значителна пазарна моќ до АЕК треба да достави Ценовник и промени во Ценовникот на малопродажните услуги на одобрување.

Прашање бр. 30 – Дали се согласувате со горе наведената констатација – доколку не се согласувате Ве молиме да образложите?

Скопје, 23.07.2014

Работна група:  
Марјан Пејовски  
Биљана Тошевска  
Александар Коцевски  
Лилјана Денковска  
Петар Иваноски

Раководител на Сектор за анализа на пазар  
Марјан Пејовски