

**Финален документ за анализа на големопродажен пазар за  
услуги за завршување на повик во јавна мобилна  
комуникациска мрежа**

Скопје, 2020

## Содржина

1. Вовед.....	4
2. Правна основа за спроведување на анализата .....	6
2.1 Дефиниции .....	6
2.2 Преглед на јавни комуникациски мрежи.....	9
2.3 Постапка во петттата анализа на релевантниот пазар.....	9
3. Цели на анализата.....	11
4. Соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата .....	12
5. Дефинирање на пазарот .....	13
5.1 Дефинирање на пазарот на услуги .....	13
5.1.1 Проценка на заменливоста на страна на побарувачката .....	13
5.1.2 Проценка на замената на страната на понудата.....	15
5.1.3 Однесување на крајните корисници како резултат на зголемување на големопродажната цена за услугата завршување на повик во мобилна мрежа .....	16
5.1.4 Услуга за говорен повик во сопствена мрежа и нејзини супститути во малопродажниот пазар .....	18
5.1.5 Заклучок од меѓусебната заменливост (супституција) на услугите на малопродажниот пазар за телефонија .....	23
5.1.6 Супституција на страна на понудата за услугата повик од мобилна кон мобилна мрежа на малопродажниот пазар за мобилни комуникациски услуги.....	24
5.1.6 Услуга за завршување на говорен повик во мобилна мрежа и нејзини супститути на големопродажниот пазар .....	24
5.2 Учесници на малопродажниот пазар на јавни мобилни електронски комуникациски услуги.....	25
5.2.1 Оператори кои активно работат на малопродажниот пазар за мобилни комуникации во Р. Македонија.....	28
5.3 Заклучок од дефинирање на услугите кои припаѓаат на големопродажниот пазар за услуга за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи .....	28
5.4 Одредување на географска дефиниција на големопродажниот пазар за услуга за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.....	30
5.5 Заклучоци од дефинирањето на големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи .....	35
6. Три критериум тест – големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи .....	37
6.1 Прв критериум - Пријество на високи и постојани бариери за влез кои што можат да бидат од структурирана, правна или регулататорна природа.....	38
6.2 Втор критериум - Структура на пазар кој има тенденција кон неефективна конкуренција во рамки на релевантен временски период .....	43
6.3 Трет критериум - Недоволност на Законот за конкуренција (во услови на нејстоење на ех-анте регулација) за регулирање на релевантниот пазар .....	49
6.4 Заклучок од примена на тестот на трите критериуми .....	51

7. Определување на оператор со значителна пазарна моќ.....	52
7.1 Уделот што операторот го има на релевантниот пазар.....	52
7.2 Контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира .....	55
7.3 Недостатокот на компензацијска куповница моќ .....	56
7.4 Економии на обем.....	56
7.5 Економии на интеграција.....	57
7.6 Степен на вертикална интеграција.....	58
7.7 Високо развитена дистрибутивна и продажна мрежа.....	59
7.8 Недостаток на потенцијална конкуренција.....	59
7.9 Задаци за постоење на конкуренција на релевантниот пазар и проценка за постоење на: оператор со значителна пазарна моќ .....	60
8. Конкурентни проблеми на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи .....	62
9. Продолжување на регулаторните обврски на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за услуги за завршување на повик по јавни мобилни електронски комуникациски мрежи .....	67
10. Наметнување на обврски на оператор со значителна пазарна моќ - големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи .....	70
 Графикон 1 Удел на операторите според бројот на претплатници (доверливи податоци).....	45
Графикон 2 Сообраќај во минути кој завршува во мобилни мрежи а е започнат исто така од мобилни мрежи – големопродажба офф нет (доверливи податоци).....	46
Графикон 3 Сообраќај во минути кој завршува во мобилни мрежи а е започнат од фиксни мрежи во PCM и меѓународни мрежи (доверливи податоци).....	47
Графикон 4 Индекс на концентрација на пазарот во мобилна телефонија.....	49
Графикон 5 Пенетрација на пазарот на мобилни комуникации во PCM.....	53

## 1. Вовед

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

Законот за електронските комуникации ("Службен весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019"), ги уредува условите за надзор и користење на јавните електронски комуникациски мрежи и услуги во Република Северна Македонија (во понатамошниот текст ЗЕК). Агенцијата за електронски комуникации (во понатамошниот текст АЕК) согласно ЗЕК и подзаконските акти, во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата (Комисијата за заштита на конкуренцијата), обезбедува услови за ефикасна конкуренција и со тоа овозможува единакво делување на операторите на пазарот на електронските комуникации во Република Северна Македонија.

Со цел да се утврди степенот на развој на конкуренцијата и да се утврди состојбата на пазарите неопходно е во определени временски рамки да се прави анализа на пазарите. Согласно членот 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, е должна да го преиспита утврдениот релевантен пазар на производи и услуги. Анализата на пазарите се спроведува со цел да се утврди состојбата и степенот на развој на конкуренција како и да се утврди дали развојот се движи во правец на ефикасна конкуренција или постојат одредени бариери.

Во 2007 година а покасно и во периодот 2009-2010 година АЕК спроведе прв и втор круг на анализи на овој релевантен пазар како и на дел од останатите релевантни пазари подложни на претходна регулација претходно дефинирани во Одлуката за утврдување на релевантни пазари од 17.08.2005 година. Оваа Одлука содржеше 18 релевантни малопродажни и големопродажни пазари кои подлежат на претходна регулација. Утврдената состојба на секој пазар поединечно и степенот на развој на конкуренцијата на секој од нив беше преточена во нова Одлука за релевантни пазари кои што се подложни на претходна регулација број 02-5015/1, донесена на ден 23.09.2010 година. Во неа се дефинирани 13 релевантни пазари, три малопродажни и десет големопродажни пазари кои подлежат на претходна регулација. Оваа Одлука понатаму е повеќе пати изменета и дополнета. Измените се заведени под број 02-5015/1 од 23.09.2010 година, број 02-2010/2 од 15.04.2011 година, број 0307-1276/2 од 07.05.2014 година, број 0201-1476/7 од 15.12.2014 година, број 1306-252/2 од 20.01.2016 година, број 1303-690/10 од 19.04.2016 година, број 1302-1322/2 од 11.04.2017 година, број 1302-326/4 од 23.03.2018 година и 1302-244/7 од 17.05.2019 година.

Секторот за регулатива согласно годишната програма за работа на Секторот за 2020 година во состав на годишната програма за работа на АЕК отпочна постапка за

спроведување на четврта анализа на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи. Имајќи ги предвид новите пазарни состојби и промените кои се случија на малопродажниот пазар за мобилна телефонија во 2019 година се наметнува потребата од спроведување на анализа на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа.

АЕК во 2012 и во 2017 година спроведе трет и четврт циклус на анализа на овој релевантен пазар. Во 2012 година со анализата беше предложено ревидирање на цените и патот на намалување до изедначување на цената на големопродажната услуга за завршување на повик. Во 2017 година беше констатирана промената на пазарот и тоа спојувањето на операторите ОНЕ и ВИП како и појавата на виртуелниот оператор (хиbrid МВНО) ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје. Во 2019 година почнува со работа нов виртуелен оператор на пазарот на електронските комуникации – мобилна телефонија, тоа е постоечкиот оператор ТРД РОБИ ДООЕЛ Штип. Овој оператор до овој момент работи на пазарите за фиксна телефонија, телевизија и интернет. Од 2019 година ја проширува својата работа и на пазарот на мобилна телефонија.

Овој документ ги презентира заклучоците на АЕК од аспект на дефинирање на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, анализа на истиот врз основа на податоци и финансиски информации добиени од операторите, определување на оператори со значителна пазарна моќ на горенаведенот релевантен пазар и определување на обврски на операторите со значителна пазарна моќ на соодветниот пазар.

АЕК согласно член 13 став 1 и став 2 ги повикува сите заинтересирани страни да достават свои коментари и мислење по овој Финален документ за анализа на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи. Согласно член 13 став 3 и став 4 од ЗЕК, доставените мислења и коментари како и ставот на АЕК по истите ќе бидат јавно објавени, при што доверливите информации и податоци нема да бидат објавени. Информациите и податоците кои имаат ознака "строго доверливо" ќе имаат таков третман од АЕК со почитување на доверливоста на истите и ќе се користат единствено од страна на вработените на АЕК, за потребите за кои се побарани и доставени и нема да бидат објавени или дистрибуирани освен на начин пропишан со ЗЕК.

## 2. Правна основа за спроведување на анализата

Согласно своите работни обврски АЕК спроведе петта анализа на пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кој припаѓа во релевантните пазари за продажба на услуги на големо.

АЕК анализата на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи ја изготви во согласност со ЗЕК, кој ги уредува условите за надзор и користење на јавните електронски комуникациски мрежи и услуги во Република Македонија, подзаконските акти донесени врз негова основа и Методологијата за анализа на релевантни пазари изготвена од страна на АЕК земајќи ги во предвид основните Директиви и упатства од Европската комисија за вршење на анализа на релевантни пазари и утврдување на значителна пазарна моќ согласно регулаторна рамка на Европската Комисија за електронски комуникациски мрежи и услуги<sup>1</sup>.

### 2.1 Дефиниции

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

Член 3 од ЗЕК - дефиниции

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

**Електронска комуникациска услуга** е услуга што вообичаено се нуди за надоместок, а која целосно или главно се состои од пренос на сигнали преку електронски комуникациски мрежи и ги вклучува телекомуникациските услуги и преносните услуги во мрежите наменети за емитување или реемитување на програмски содржини, но ги исклучува услугите кои овозможуваат или извршуваат уредувачка контрола врз содржините кои се пренесуваат со помош на електронските комуникациски мрежи или услуги, а не ги вклучува ниту услугите на информатичкото

---

<sup>1</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)

општество кои, целосно или делумно, не се состојат од пренос на сигнали преку електронски комуникациски мрежи.

**Јавно достапна телефонска услуга** е услуга достапна на јавноста за повикување и примање, директно или индиректно, на национални или национални и меѓународни повици преку број или броеви од националниот или меѓународниот телефонски план за нумеријација.

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

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

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

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

Согласно член 76 од ЗЕК став 1:

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

Согласно член 76 од ЗЕК став 2:

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

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

Став 1: **Доминантна позиција на релевантен пазар** - едно претпријатие има доминантна позиција на релевантниот пазар, ако како потенцијален продавач или купувач на определен вид стоки и/или услуги нема конкуренти на релевантниот пазар или во споредба на своите конкуренти има водечка позиција на релевантниот пазар, а особено со оглед на:

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

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

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

## 2.2 Преглед на јавни комуникациски мрежи

Врз основа на службените податоци АЕК при спроведување на четвртата анализа на овој релевантен пазар ги определи операторите кои делуваат на пазарот за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа и тоа:

- Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје
- А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и
- ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје.

Во меѓувреме, на почетокот на 2019 година со комерцијален старт отпочна со работа и виртуелниот оператор ТРД РОБИ ДООЕЛ Штип. Овој оператор активност работи и доставува корисници и други податоци веќе 3 квартали во 2019 година. Според тоа истиот ќе биде земен во предвид во овој циклус на анализа на релевантниот пазар.

## 2.3 Постапка во петттата анализа на релевантниот пазар

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

- првиот чекор при спроведување на анализата се однесува на дефинирање на релевантниот пазар и утврдување на услугите кои се обезбедуваат на истиот како и географските граници на пазарот.
- во вториот чекор АЕК согласно член 81 од ЗЕК обезбедува мислење по Нацрт документот за анализа на релевантниот големопродажен пазар од Комисијата за заштита на конкуренцијата,
- во третиот чекор, согласно член 82 став (1) од ЗЕК, доколку АЕК врз основа на спроведената анализа утврди дека на пазарот нема доволно конкуренција, во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата донесува одлука кој или кои оператори имаат значителна пазарна моќ на тој пазар во согласност со член 76 ставови 1 и 2 од ЗЕК и ги определува соодветните обврски во насока на обезбедување на фер и целосна конкуренција на пазарот. Дополнително, согласно член 81, АЕК во определени временски периоди, во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата, е должен да го преиспита постоењето на ефективна конкуренција на одреден релевантен пазар и

- во последниот чекор AEK ги определува соодветните обврски на операторот со значителна пазарна моќ. Истите треба да се оправдани и во пропорција со бариерите за ефикасна конкуренција. Доколку анализата покаже дека на пазарот постои развиена конкуренција и нема учесник со значителна пазарна моќ тогаш, ќе се изврши отповикување на претходно определените обврски на операторот со значителна пазарна моќ.

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

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

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

### 3. Цели на анализата

AEK во согласност со програмата за работа за 2020 година започна процес за изготвување на петта анализа на релевантниот големопродажен пазар за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи. Основната цел на анализата на овој релевантниот пазар е да се изврши истражување на новонастапатите состојби и промените на пазарот на мобилна телефонија, да се утврди степенот на ефективна конкуренција на пазарот и насоката во која се развива како и дали сеуште постојат оператор или оператори на овој пазар кои сеуште имаат моќ и капацитет самостојно или заедно со други оператори да дејствуваат независно од конкурентите и корисниците на тој пазар во однос на цените или понудата.

Во 2017 година беше спроведен четврт циклус на анализа на овој релевантен големопродажен пазар. Со таа анализа операторот ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје беше прогласен дека поседува значителна пазарна моќ во сопствената мрежа на конкретниот релевантен пазар за услугата завршување на повик. Со тоа на операторот му беше доставена Одлука за наметнување на обврски по кои истиот постапи.

Со овој петти циклус на анализа ќе бидат уврдени пазарните состојби и промените на пазарот на електронски комуникации кои се случиле после 2018 година.

## 4. Соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата

Согласно член 79, 81 и 82 став (6) од ЗЕК при анализа на релевантниот пазар и определувањето на оператор со значителна пазарна моќ, АЕК соработуваше со Комисијата за заштита на конкуренцијата при подготовката на овој документ.

Врз основа на член 28 став 4 од Законот за заштита на конкуренцијата (Службен весник на Република Македонија бр. 145/10, 136/11, 41/14 и 83/18) и член 79 од Законот за електронски комуникации ("Службен весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019"). Комисијата за заштита на конкуренцијата го дава следното:

### МИСЛЕЊЕ

Комисијата за заштита на конкуренцијата е согласна со начинот на кој е дефиниран релевантниот пазар – големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи. Исто така, Комисијата за заштита на конкуренцијата е согласна со предлог Одлуките на Агенцијата за електронски комуникации дека:

- се определува Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Северна Македонија и на истиот му се продолжуваат веќе наметнатите обврски,
- се определува А1 Македонија ДООЕЛ Скопје за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Северна Македонија и на истиот му се продолжуваат веќе наметнатите обврски,
- се определува ЛАЈКА МОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Северна Македонија и на истиот му се продолжуваат веќе наметнатите обврски и
- се определува ТРД Кабловска Телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Северна Македонија. На истиот му се наметнуваат следните обврски:
  - обврска за интерконекција и пристап
  - обврски за транспарентност при интерконекција и пристап
  - обврски за недискриминација при интерконекција и пристап и
  - контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци.

## 5. Дефинирање на пазарот

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

Предмет на оваа анализа е големопродажниот пазар за услугата за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

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

- дефинирање на пазарот на услуги и
- дефинирање на географскиот пазар.

### 5.1 Дефинирање на пазарот на услуги

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

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

- проценка на супституција (заменливост) на страната на побарувачката и
- проценка на супституција (заменливост) на страната на понудата.

#### 5.1.1 Проценка на заменливоста на страна на побарувачката

Основната цел е да се определи која услуга ја супституира релевантната услуга во одредена временска рамка од аспект на нивната наменска употреба, цена, квалитет и услови на дејствување, врз основа на потрошувачките навики. Всушност, супституцијата на страната на побарувачката ја мери можноста до која потрошувачите се спремни да ја заменат релевантната услуга со други останати услуги.

Супституција на страната на побарувачката како алатка и овозможува на АЕК да ги определи заменливите производи или услуги кон кои многу лесно потрошувачите ќе се преорентираат во случај на релативно зголемување на цената на релевантната услуга.

При констатирање на постоењето на потрошувачка заменливост, потребно е да се земе во предвид секое значително важно однесување на потрошувачите во минатото. Тоа значи дека AEK ќе изврши анализа на варијациите на цените во минатото на потенцијално конкурентните услуги, сите податоци за промените на цените и останатите релевантни тарифни информации. Во вакви околности, сознанијата дека потрошувачите во минатото веднаш реагирале на промените на цените задолжително ќе бидат земени во предвид. Воедно, можноста на потрошувачите да ја заменат релевантната услуга со друга поради мал, но значаен долготраен пораст на цената може да биде отежната од евидентни трошоци на замена на услугата.

Имено, потрошувачите кои инвестирале во определена технологија или направиле останати неопходни инвестиции за да бидат во можност да ја користат релевантната услуга можеби нема да бидат во состојба да се изложат на дополнителни трошоци кои ќе се јават како резултат на замена на услугата со друга. Во иста линија, корисниците на релевантната услуга од постоечкиот оператор можат исто така да бидат врзани со повеќегодишни договори. Исто така, треба да се има во предвид дека некои услуги во овој сектор се нудат како пакети на услуги. Користењето на таквите пакети претставува значителна заштеда на трошоци и време. Поради претходно наведеното, потрошувачките навики се наклонети кон користење на такви пакети, а не кон индивидуални услуги. Со други зборови, потрошувачите ја препознаваат придобивката од користење на услугите во пакет од една страна и недостатокот од користење на индивидуални услуги од друга страна. Оваа склоност на потрошувачите го зајакнува значењето на пазарот на услуги врзани во пакет.

Генерално, заменливоста на страната на побарувачката се фокусира на заменливите карактеристики на производите или услугите од аспект на корисниците. Понатаму, AEK ќе определи дали има реална можност, земајќи ги во предвид податоците и информациите од минатото, врз основа на базичните параметри на релевантната услуга и применетата пазарна пракса за миграција кон друга заменлива услуга.

Со респектирање на релевантната услуга, исто така потребно е да се определи дали постои можност за заменливост на релевантната услуга со две различни заменливи услуги (*substitution chain*). Овој вид на супституција е исто така препознаен како значаен елемент при анализата на релевантните пазари. „*Substitution chain*“ се појавува кога иако услугата А и услугата В не се директно заменливи, услугата Б е воедно супститут и за двете услуги односно А и В, и поради тоа услугите А и В можат да бидат во ист пазар штом формирањето на нивните цени може да биде зависно од цената на услугата Б.

По анализата на сознанијата добиени од утврдување на претходните наведени точки доколку е потребно AEK ќе направи дополнителна анализа врз основа на фактите од минатото и влијанието на легални, технички и економски промени кои се очекуваат да се случат во определената временска рамка. Како резултат на горе наведеното, AEK ќе дефинира заменливи производи и услуги на релевантните пазари.

### 5.1.2 Проценка на замената на страната на понудата

Основната цел при проценката на супституцијата помеѓу услугите на определен пазар е да се одреди дали операторите, кои претходно не ја обезбедувале релевантната услуга можат за кратко време да миграат и да започнат да ја обезбедуваат релевантната услуга без да се соочат со појава на значителни дополнителни трошоци и ризик. Супституцијата на страната на понудата треба да се разграничи од потенцијалната конкуренција. Имено, основната разлика е во тоа што супституцијата на страната на понудата реагира веднаш на зголемување на цените, додека на потенцијалниот новодојден на релевантниот пазар му е потребно подолго време да отпочне да понудува услуги на релевантниот пазар, придружен со значителни трошоци и ризик. Всушност, супституцијата на страната на понудата ја мери способноста на операторите во краток временски рок да се преориентираат кон обезбедување на други услуги без дополнителни значителни трошоци.

При определување на супституцијата на страната на понудата, АЕК покрај веќе постоечките оператори на релевантни услуги може да ја земат во предвид и можноста операторите кои не се моментално активни на релевантниот пазар да донесат одлука да влезат на истиот, во разумна временска рамка<sup>2</sup>, без значителни дополнителни трошоци и ризик, следејќи го релативниот пораст на цените, кој со други зборови е мал, но значаен долготраен пораст на цените. Во околности кога сèвкупните трошоци за преориентирање на производството се релативно занемарливи, тогаш услугата може да биде вклучена во дефинирањето на релевантните производи и услуги. Фактот дека конкурентската компанија поседува некои од средствата потребни за обезбедување на релевантната услуга е незначаен ако е потребна значителна дополнителна инвестиција за да може да ја нуди релевантната услуга профитабилно.

Следствено, потребно е АЕК да утврди дали релевантниот понудувач ќе ја користи фактички или ќе ги пренамени производните средства со цел да ја понуди релевантната услуга.

При проценката на супституцијата на страната на понудата потребно е да се идентификуваат обезбедувачите на услуги на пазарот на електронски комуникации разгледани од аспект на нудење на релевантната услуга и заменливите на неа услуги бидејќи и едните и другите или ја обезбедуваат релевантната услуга или обезбедуваат услуги кои може да се ценат како сквиваленти или пак нивните мрежи се во основа погодни за обезбедување на такви услуги.

Последователно, АЕК ќе определи дали постојат некои легални потешкотии за обезбедување на заменливи услуги. Имено, АЕК ќе ги земе во предвид сите постоечки

<sup>2</sup> временската рамка за секој релевантен пазар неминовно зависи од карактеристиките на секој релевантен пазар респективно, и затоа истата треба да биде определена од случај на случај

легални, пропишани со закон регулаторни барања кои може да се јават како пречка и влијаат на брзината за влез на релевантниот пазар и како резултат на тоа ја обесхрабри можноста за супституција на страната на понудата. На пример, доцнењата или потешкотиите при склучување на интерконекциските договори, ко-локацијски договори, преговарањата за било која друга форма за пристап на мрежата, или стекнување било какви права за ширење на мрежата можат да придонесат за краткотрајни неповолности при обезбедувањето на нови услуги или употребата на нова мрежа од страна на потенцијалните конкуренти. Како што може да се види од горенаведеното, супституцијата на страната на понудата може да се користи не само при дефинирањето на релевантните пазари туку исто така и за идентификување на бројот на учесници на релевантните пазари.

Како нареден чекор, АЕК ќе утврди колкава инвестиција е потребна да се преориентира постоечката или пак лансира нова понуда на релевантната услуга и воедно во која временска рамка е возможно истото да профункционира. Следствено, АЕК ќе утврди дали на релевантниот пазар постојат технички или економски бариери за преориентирање кон нова понуда на релевантна услуга.

По анализата на сознанијата добиени од утврдување на претходните наведени точки доколку е потребно АЕК ќе направи дополнителна анализа врз основа на фактите од минатото и влијанието на легални, технички и економски промени кои се очекуваат да се случат во определената временска рамка.

### 5.1.3 Однесување на крајните корисници како резултат на зголемување на големопродажната цена за услугата завршување на повик во мобилна мрежа

Однесувањето на крајните корисници при зголемување на надоместокот на услугата за завршување на повик се разликува во зависност од тоа дали корисникот го започнува или го прима повикот. Имено, принципот според кој „страната која го започнува повикот плаќа“ (анг. CPP - calling party pays) има големо влијание врз однесувањето на корисниците при промената на надоместокот на услугата за завршување на повик.

Според овој принцип, надоместокот на услугата за завршување на повик, кој операторот А (чиј корисник го започнува повикот) му го плаќа на операторот Б, паѓа на товар на крајниот корисник кој го започнува повикот односно корисникот на операторот А. Овој корисник плаќа малопродажна цена за остварена минута разговор според официјалниот ценовник на операторот А. Во таа малопродажна цена е вклучен и трошокот за големопродажната услуга за завршување на повик кој операторот А го плаќа на другиот оператор Б. Оваа големопродажна цена е утврдена во референтната понуда за интерконекција на операторот Б. Истата може да биде или не, предмет на регулација од надлежниот регулаторен орган (во случајот АЕК). Корисникот кој го прима повикот нема интерес за било која од овие цени од причина што тој нема никаков трошок за применетиот повик.

Од погоре наведените причини може да се констатира дека операторите на мобилна телефонија имаат интерес и се во состојба да одржуваат повисока цена за услугата завршување на повик, независно од каде истиот е започнат. Тоа имаат интерес да го прават поради две основни причини:

- да остваруваат повисок профит како резултат на повисоките надоместоци и
- да привлечат корисници од другите оператори.

Зголемувањето на надоместокот на услугата за завршување на повик ќе влијае на однесувањето на крајните корисници кои го започнуваат повикот и тие ќе се префрлат кон користење на алтернативна услуга за задоволување на крајната цел само доколку се исполнети следните услови:

- крајниот корисник кој го започнува повикот мора да знае во која мобилна мрежа истиот ќе заврши.
- крајниот корисник кој го започнува повикот мора да ја знае големопродажната цена за завршување на повик во бараната јавна мобилна комуникациска мрежа и
- крајниот корисник кој го започнува повикот мора да биде ценовно осетлив на промените на цената на услугата за завршување на повик.

Корисникот на операторот А не е запознат или е многу мала веројатноста да биде запознат со висината на големопродажната цена за услугата за завршување на повик во мобилна мрежа на операторот Б. Корисникот на операторот А добро ја знае сопствената малопродажна цена на операторот А која ја плаќа за да го оствари повикот. Врз таа малопродажна цена влијае и големопродажниот трошок. Според тоа логично би се донел заклучок дека корисникот на операторот А би бил ценовно осетлив на повисоката малопродажна цена на операторот А за услугата повик во мобилна телефонија. Корисникот на операторот А би барај алтернативни понуди со пониска цена или промена на операторот А.

Гледано од аспект на крајните корисници на операторот Б кои примаат повик, високата цена за завршување на повикот може да влијае негативно на нивниот оператор Б само доколку крајниот корисник почувствува дека прими мал број на повици само поради високата цена за завршување на својот оператор. Во тој случај крајниот корисник на операторот Б би размислувал за промена на операторот, односно избор на друг оператор со пониска големопродажна цена за услугата завршување на повик. Меѓутоа ваквото однесување на крајниот корисник зависи од следните услови:

- крајниот корисник на операторот Б треба да ги вреднува повиците кои ги прими до тој степен да значителното намалување на бројот на повици создаде нездадоволство што би го поттикнало да го промени операторот што во пракса е малку веројатно дека би се случило.
- крајниот корисник на операторот А кој го започнува повикот мора да биде осетлив и да ја знае повисоката цена за услугата завршување на повик кај операторот Б и поради тоа да апстинира од повикување на негови корисници и

- крајниот корисник на операторот А кој го започнува повикот мора да биде добро информиран за големопродажната цена кај различните оператори. Ова е малку веројатно дека крајните корисници го знаат. Овој вид на услуги не се експлицитно наведени во малопродажните тарифни модели.

Оттаму, може да биде констатирано дека само во случај кога овие три услови се исполнети однесувањето на крајните корисници може да влијае како конкурентна препрека за операторот кој наплаќа повисоки големопродажни цени за услугата завршување на повик во мобилна мрежа. Ова е многу малку веројатно дека ќе биде случај. Од таа причина може да биде констатирано дека крајниот корисник кој го прима повикот е инертен на висината на цената за услугата завршување на повик во мобилна мрежа. Според тоа и операторот (Б во случајот) не чувствува никаков притисок по тој основ.

#### **5.1.4 Услуга за говорен повик во сопствена мрежа и нејзини супститути во малопродажниот пазар**

Согласно Методологијата за анализа на релевантните пазари ќе биде утврдена меѓусебна заменливост помеѓу услугите за повик кон броеви во мобилна мрежа. Крајниот корисник може да упати повик кон број од мобилна мрежа користејќи фиксен телефон, мобилен телефон, преку користење на услугите за смс/ммс пораки и преку користење на " over the top " сервис преку некоја од апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up што најчесто се користат во Р.Македонија.

Според тоа тука ќе бидат разгледани следните услуги и нивната потенцијална заменливост со услугата повик во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа:

1. услуга за повик од фиксна/мобилна кон фиксна мрежа како супститут на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа (офф нет),
2. услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа (он нет) како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа (офф нет),
3. услуга за испраќање на пораки смс или ммс како супститут на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа,
4. услуга за испраќање на пораки преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа и
5. услуга за испраќање на повик преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа.

#### **5.1.4.1 Услуга за повик од фиксна/мобилна кон фиксна мрежа како супститут на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа (офш нет)**

Како резултат на зголемување на надоместокот на услугата за завршување на повик, крајниот корисник кој го започнува повикот може да одлучи повикот мобилен-кон-мобилен (офш нет) да го оствари преку повик до бараниот корисник од типот мобилен-кон-фиксен или фиксен-кон-фиксен.

Меѓутоа, тука веднаш треба да биде забележано дека услугата повик од мобилна/фиксна кон фиксна мрежа не претставува супститут на услугата повик од мобилна кон мобилна мрежа (офш нет) токму поради природата на самата фиксна мрежа. Додека бројот во мобилна мрежа е индивидуален истиот во фиксна мрежа е дедициран на одредена локација што најчесто е семејна или пак сопственост на некое правно лице. Оттаму, повиканиот корисник на фиксна линија за да може да го прими повикот независно од каква мрежа доаѓа (фиксна/мобилна) треба да се наоѓа физички на дадената локација. Во спротивно не може да го прими повикот. Додека услугата повик од мобилна кон мобилна мрежа (офш нет) ќе се реализира независно од дестинацијата на корисникот кој повикува и оној кој е повикан. Токму ова претставува и основната суштина на мобилните комуникации. Второ, повикот ќе го прими точно сопственикот на мобилниот број кон кој е истиот упатен. За разлика од тоа фиксниот број опслужува, не секогаш меѓутоа во повеќето случаи поголема група како семејство, компанија итн.

Може врз основа на горенаведеното да биде донесен логичен заклучок за непостоење на меѓусебна заменливост помеѓу услугите за повик од фиксна/мобилна кон фиксна мрежа како супститут на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа (офш нет). Овие услуги не припаѓаат на истиот релевантен пазар што е предмет на оваа анализа.

#### **5.1.4.2 Услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа (он нет) како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа (офш нет)**

Овде ќе биде разгледано дали повикот од мобилен кон мобилен во истата мрежа (он нет) може да претставува супститут на повикот од мобилен кон мобилен во различна мрежа (офш нет). На почеток, за да воопшто повикот се разгледува како супститут потребно е крајниот корисник кој го започнува повикот да биде претплатен на истата мобилна мрежа како и крајниот корисник кој го прима повикот или пак да биде корисник на повеќе од една мрежа што значи да поседува повеќе од една СИМ картичка а тоа би значело две месечни претплати и поседување на два телефонски броеви.

Користењето на повеќе од една сим картичка било поизразено во изминатиот период пред воведување на симетријата на големопродажните цени за завршување на повик во мобилни мрежи. После 01. Ноември 2013 година на пазарот на мобилна телефонија во Р.Македонија беа воведни симетрични цени. Со овој чекор бројот на корисници што

користеле две или повеќе сим картички отпочна да се намалува. Операторите постепено започнаа да обезбедуваат иста малопродажна цена за минута сообраќај во мобилни мрежи како за он нет така и офф нет сообраќај. На тој начин се изгуби потребата на корисникот да има повеќе сим картички како би зборувал поефтино. Со тоа и можноста еден корисник да користи најмногу он нет сообраќај со цел да има помали месечни трошоци престана да игра улога. Оваа состојба придонесе кон раст на "офф нет" сообраќајот што може да се констатира и од графиконот бр 2 на страна 43 од овој документ.

Со постепеното изедначување на цените, обезбедување на неограничен сообраќај во своите тарифни модели, мобилните оператори обезбедија за своите крајни корисници неограничена можност да користат и он нет и офф нет сообраќај гледано од аспект на цената.

Дополнително повикот од мобилен кон мобилен во иста мрежа (он нет сообраќај) не може да биде супститут на повикот мобилен кон мобилен во различна мрежа (офф нет сообраќај) од едноставна причина што секој оператор има уникатна можност да заврши повик во сопствената мрежа со број на негов краен корисник независно од каде повикот е инициран. Оваа услуга не може да ја обезбеди друг мобилен оператор.

Операторите на јавни мобилни комуникациски мрежи пакетите со телефонски апарати заедно со SIM картичка во повеќето случаи ги продаваат така што телефонските апарати се кодираат, и може, да се употребуваат исклучиво во нивната мрежа што преставува дополнителна пречка за постоење на ваквата можност за супституција.

Според тоа, АЕК смета дека овој тип на супституција не може да биде доволно ефикасен за да обезбеди конкурентна препрека на надоместокот на услугата за завршување на повик, и дека овие две услуги не припаѓаат на ист пазар.

#### **5.1.4.3 Услуга за испраќање на смс или ммс пораки како супститут на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа**

Услугите за испраќање на кратки текстуални или мултимедијални пораки (SMS/MMS) овозможуваат размена на текст или слика помеѓу крајните корисници преку нивните мобилни телефонски апарати. Недостаток на овие услуги претставува ограничениот ресурс на содржина што може да биде испратен изразен преку карактери (букви) или слика. Друга карактеристика е тоа што овој вид на услуги се тки. "best effort" што значи дека ќе бидат испратени користејќи го првиот слободен мрежен ресурс. За разлика од говорниот повик кој се одвива во реално време пораките се многу понефикасно средство за комуникација помеѓу крајните корисници. Според тоа од функционален аспект услугите за испраќање на кратки текстуални или мултимедијални пораки не претставуваат супститут на услугата говорен повик.

На пазарот во последно време се појавуваат мобилни апликации како viber, facebook messenger, skype, what's up кои обезбедуваат можност за испраќање текст и слика на

својот интерфејс. Овој вид на апликација во значителна мера ги заменува услугите смс и ммс порака при што ги прави значително помалку користена од страна на крајните корисници. Тука не треба да биде заборавено дека крајниот корисник за да може да ги користи мобилните апликации како viber, facebook messenger, skype, what's up мора да има и да користи мобилен броадбенд преку својот терминален уред. Според тоа може да се констатира непостоење на можност за супституција помеѓу услугата смс и ммс порака со услугата говорен повик преку мобилна мрежа од причините наведени погоре.

#### **5.1.4.4 Услуга за испраќање на пораки преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа**

Со развојот на широкопојасниот пристап до мобилен интернет и неговата употреба на мобилните телефонски уреди се интензивира употребата на најразлични мобилни апликации од страна крајните корисници. Во Р. Северна Македонија беа доделени и фреквенции за 4G технологија. Со нејзината имплементација се овозможи корисниците да имаат пристап до интернет со големи брзини. Ова ја олеснува употребата на апликациите на нивните уреди.

Появата на viber, facebook messenger, skype и what's up, овозможи крајните корисници на мобилна телефонија да испраќаат кратки пораки или слики па дури и видео до други крајни корисници со помош на наведените апликации. Ова во последните години се интензивира. Меѓутоа од аспект на оваа анализа е важно дали овие апликации и можноста да се испраќаат пораки со помош на пристапот до интернет претставуваат заменлива услуга на услугата за завршување на повик?

Европската Комисија и БЕРЕК (Европската група на регулатори за електронските комуникации) во новиот "Communication Code" го третираат прашањето на користење на овие и други апликации и нивното влијание на пазарот на електронските комуникации во државите членки на Европската Унија. Главната дилема е дали ваквиот вид на апликации и компании кои стојат позади нив треба да бидат третирани и нотифицирани како оператори и дали треба да подлежат под јасна законска регулаторна рамка или не. Во основа преовладува ставот дека истите не треба да бидат изоставени од новата рамка за електронските комуникации но во моментот сеуште не се превземаат конкретни чекори за подетална регулатација. Насоките се регуляторните тела да може да отпочнат со прибиранье на податоци од тие компании со цел да извршват понатамошна анализа и увид во состојбите и развојот на ситуацијата во близка иднина.

Реално, користењето на овој вид на апликации овозможува комуникација помеѓу два крајни корисници кои имаат пристап до интернет на својот мобилен уред. Значи пристапот до интернет преку сим картичката, wi fi уред или на друг начин е предуслов

за користење на овој вид апликации. Квалитетот на самата услуга за испраќање порака (текстуална, слика или видео) зависи од квалитетот на интернет конекцијата на двата корисници. Ова значително влијае на намалување на квалитетот на услугата. Понатаму крајниот корисник преку овој вид на пораки нема интеракција во реално време со другиот краен корисник, односно пораката (текстуална, слика или видео) би била испратена кога интернетот обезбедува доволно ресурс за тоа. И самата природа на пораката е незаменлива од функционален аспект за говорот во реално време. Според ова AEK е на став дека услугата за испраќање на пораки (текстуална, слика или видео) преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up не претставува суперситут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа.

#### **5.1.4.5 Услуга за испраќање на повик преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up како суперситут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа**

Со развојот на широкопојасниот пристап до мобилен интернет и неговата употреба на мобилните телефонски уреди се интензивира употребата на најразлични мобилни апликации од страна крајните корисници. Во Р. Северна Македонија беа доделени и фреквенции за 4G технологија. Со нејзината имплементација се овозможи корисниците да имаат пристап до интернет со големи брзини. Ова ја олеснува употребата на апликациите на нивните уреди.

Появата на viber, facebook messenger, skype и what's up, овозможи крајните корисници на мобилна телефонија да реализираат говорни повици со други крајни корисници со помош на наведените апликации. Користењето на ваков вид на можност во последните години се интензивира. Меѓутоа од аспект на оваа анализа е важно дали овие апликации и можноста да се реализира говорен повик преку нив со помош на пристапот до интернет претставуваат заменлива услуга на услугата за завршување на повик?

Европската Комисија и БЕРЕК (Европската група на регулатори за електронските комуникации) во новиот "Communication Code" го третираат прашањето на користење на овие и други апликации и нивното влијание на пазарот на електронските комуникации во државите членки на Европската Унија. Главната дилема е дали ваквиот вид на апликации и компании кои стојат позади нив треба да бидат третирани и нотифицирани како оператори и дали треба да подлежат под јасна законска регуляторна рамка или не. Во основа преовладува ставот дека истите не треба да бидат изоставени од новата рамка за електронските комуникации но во моментот сеуште не се превземаат конкретни чекори за подетална регулација. Насоките се регулаторните тела да може да отпочнат со прибирање на податоци од тие компании со цел да извршат понатамошна анализа и увид во состојбите и развојот на ситуацијата во блиска иднина.

Реално користењето на овој вид на апликации овозможува комуникација помеѓу два крајни корисници кои имаат пристап до интернет на својот мобилен уред. Значи пристапот до интернет преку сим картичката, wi fi уред или на друг начин е предуслов за користење на овој вид апликации. Квалитетот на самата услуга за реализирање на говорен повик зависи од квалитетот на интернет конекцијата на двата корисници. Ова значително влијае на намалување на квалитетот на услугата. Понатаму овој вид на повик нема приоритет во интернет сообраќајот и со тоа има често пати неочекуван прекин, намален квалитет и несигурност поради што и разговорот во реално време со другиот краен корисник преку овој вид на апликации има значително намалена интеракција во реално време. Самата природа на овој вид на говорен повик остварен преку мобилна апликација квалитативно и функционално е незаменима со говорниот повик остварен во реално време преку мобилна мрежа. Според ова AEK е на став дека услугата за говорен повик остварена преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up во моментот не претставува супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа.

#### 5.1.5 Заклучок од меѓусебната заменивост (супституција) на услугите на малопродажниот пазар за телефонија

Врз основа на спроведената функционална споредба на горенаведените услуги се доаѓа до заклучок дека ниту една од наведените услуги:

1. услуга за повик од фиксна/мобилна кон фиксна мрежа како супститут на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа (офн нет),
2. услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа (он нет) како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа (офн нет),
3. услуга за испраќање на пораки смс или мmc како супститут на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа,
4. услуга за испраќање на пораки преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа и
5. услуга за испраќање на повик преку апликациите како што се viber, facebook messenger, skype, what's up како супститут на услуга за повик од мобилна кон мобилна мрежа.

не претставува услуга заменивива на услугата за повик од мобилна кон мобилна мрежа. Според тоа може да биде констатирано дека на малопродажно ниво овој релевантен пазар ја сочинува единствено услуга за говорен повик од една мобилна кон друга мобилна електронска комуникациска мрежна инфраструктура.

### 5.1.6 Супституција на страна на понудата за услугата повик од мобилна кон мобилна мрежа на малопродажниот пазар за мобилни комуникациски услуги

За да постои супституција на страната на понудата на малопродажно ниво потребно е останатите оператори, кои што во моментот не ја нудат услугата за говорен повик во мобилна телефонија како последица на зголемување на надоместокот за услугата завршување на повик во мобилна мрежа, да одлучат да се вклучат и да работат на малопродажниот пазар за јавни мобилни електронски комуникациски услуги.

Останатите оператори, освен операторот во чија што мрежа се наоѓа бараниот корисник, за да можат да ја понудат услугата за завршување на крајниот корисник кој што го започнува повикот потребно е да имаат или да добијат пристап до информациите од сим картичката на бараниот корисник. Таков пристап до информациите од сим картичката на бараниот корисник има само операторот кој што ја издал, односно операторот кој што има претплатнички договор и во чија мрежа е хостиран крајниот корисник. Друг оператор кој што би сакал да има пристап до сим картичката на тој краен корисник треба за тоа да добие дозвола од операторот кој е сопственик на сим картичката. АЕК смета дека ваквата дозвола за пристап нема да биде овозможена од страна на операторот од причина што истиот нема интерес тоа да го направи. Операторот нема ниту комерцијален ниту правен интерес за тоа.

Друга ситуација во која би била можна супституција на страна на понудата за услугата мобилен кон мобилен повик на пазарот на малопродажба за мобилни комуникациски услуги би била доколку би се пронашло програмско решение кое на крајните корисници би им обезбедило пристап до повеќе мобилни мрежи со користење на иста сим картичка. Ова не е случај во моментот.

Според тоа АЕК констатира дека супституција за услугата за завршување на повик во мобилна мрежа на пазарот на малопродажба на мобилни комуникациски услуги не постои.

### 5.1.6 Услуга за завршување на говорен повик во мобилна мрежа и нејзини супститути на големопродажниот пазар

Врз основа на констатацијата за меѓусебна заменливост на услугата за остварување на говорен повик од мобилна кон мобилна мрежа согласно Методологијата за анализа на релевантните пазари потребно е да се продолжи кон утврдување на меѓусебна заменливост на големопродажниот пазар.

Меѓутоа, услугата за завршување на говорен повик во сопствена мрежа има една значајна карактеристика а тоа е можноста еден оператор да ја обезбеди истата исклучиво во сопствената мрежа до својот краен корисник. Ова значи дека повикот упатен кон краен корисник на еден оператор X независно од каде доаѓа, може да го заврши до тој краен корисник само операторот X. Ниту еден друг оператор не може да понуди заменлива услуга на оваа. Тоа значи дека од аспект на големопродажна

суперситуација на услугата за завршување на говорен повик заменлива услуга не постои ниту на страна на побарувачката ниту на страна на понудата.

## 5.2 Учесници на малопродажниот пазар на јавни мобилни електронски комуникациски услуги

Во Р.Македонија во моментот кога се прави оваа анализа постојат два видови на оператори кои што се нотифицирале и активно работат на малопродажниот пазар на мобилни комуникациски услуги а тоа се: Мобилен мрежен оператор (МОМО) и Мобилен виртуелен мрежен оператор (МВМО). Покрај тоа дефиниран е и може да се појави и Мобилен виртуелен мрежен оператор-препродавач (МВМО-препродавач).

### Мобилен виртуелен мрежен оператор (МВМО)

Согласно Правилникот за содржината и информациите што треба да бидат објавени во Референтната понуда за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги објавен во Службен весник на РМ бр. 94 од 16.05.2016 година потесно се пропишуваат условите и дефиницијата на Мобилен виртуелен мрежен оператор (МВМО).

Согласно членот 3 од Правилникот:

“Целосен МВМО е независен од операторот од кого ја добива големопродажната услуга за пристап за сите мрежни елементи освен за радиопристапната мрежа. Овој оператор има:

- свои интерконекциски линкови и ја обезбедува големопродажната услуга за завршување на повик во сопствената мрежа со склучување на договори за интерконекција,
- сопствена мобилна основна мрежа (Core Network),
- сопствена платформа за услуги со додадена вредност,
- броеви и серии на броеви врз основа на решение издадено од Агенцијата за електронски комуникации и обезбедува преносливост на броеви,
- СИМ картички со свои IMSI/MNC и може да склучува договори за меѓународен роаминг,
- сопствен билинг систем и самостојно одржува односи со корисници вклучувајќи и испорака на сметки и наплата за обезбедените услуги и
- сопствени платформи за провизионирање на услуги.”

Мобилен виртуелен мрежен оператор (МВМО) е оператор за мобилна телефонија кој што нема одобрение за користење на радиофрејфенции, односно за нудење на своите услуги ги користи радиофрејфенциите доделени на мобилниот мрежниот оператор (МОМО) со кој има склучено договор за пристап и користење на мрежните ресурси. МВМО операторот потпишува сопствени договори за интерконекција со останатите оператори. Истиот може да поседува мрежни компоненти од core (основната) мрежата и може да обезбедува сопствени услуги со дополнителна вредност. МВМО е купувач

на услугата за пристап до радио делот од мрежата на ММО на големопродажниот пазар и обезбедувач на услугите на малопродажно ниво.

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

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

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

### **Мобилниот мрежен оператор (ММО)**

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

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

Во практика операторите со сопствена мрежа (ММО) на пазарот за мобилна телефонија се вертикално интегрирани, што значи дека неговите големопродажни единици обезбедуваат големопродажни услуги на неговите малопродажни единици потребни за опслужување на малопродажниот пазар. За време на изготвувањето на оваа анализа, на пазарот за мобилна телефонија во Република Македонија има два активни мобилни мрежни оператори и тие се: "Македонски Телеком" АД Скопје и "AI Македонија ДООЕЛ" Скопје.

### **МВМО-преправач**

Согласно членот 4 од Правилникот:

МВМО-преправач:

- нема одобрение за користење на радио фреквенции за копнена мобилна служба, ни своја основна мрежа за да овозможи започнување и завршување на повик за своите претплатници.
- обезбедувањето на услугите на јавни мобилни комуникациски мрежи го врши со пристап до радио и основната мрежа на мобилниот мрежен оператор,
- не е вертикално интегриран и не обезбедува големопродажни услуги за сопствени потреби, туку за активности на малопродажно ниво закупува услуги од некој оператор понудувач на големопродажно ниво,
- не може да склучува договори за интерконекција со други оператори,
- нема свои СИМ картички со свои IMSI/MNC и не може да склучува договори за меѓународен роаминг туку таквиот тип на услуги операторот корисник ги обезбедува преку договорите за меѓународен роаминг на операторот,
- нема броеви и серии на броеви врз основа на решение издадено од Агенцијата за електронски комуникации и не обезбедува преносливост на броеви,
- може да нуди сопствени услуги и да се рекламира под свој бренд, но таквите услуги не можат да се разликуваат од услугите на мобилниот мрежен оператор кој што му обезбедил пристап до неговата мобилна мрежа и
- има сопствен билинг систем и самостојно одржува односи со корисници вклучувајќи и испорака на сметки и наплата за обезбедените услуги.

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

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

Операторите - препродавачи немаат своја основна мрежа преку која би им овозможиле започнување и завршување на повик на своите претплатници, немаат склучени договори за интерконекција со други оператори, немаат свој сопствен мобилен мрежен код (MNC) туку таквиот го користат од ММО операторот, немаат доделени серии на броеви ниту свои СИМ картички туку само ги препрдаваат под сопствениот бренд и не можат да склучуваат договори за интернационален роаминг за своите претплатници. Операторите - препродавачи може да нудат сопствени услуги, и да се рекламираат под својот бренд, но таквите услуги не можат многу да се разликуваат од услугите на ММО операторот кој што му обезбедил пристап до неговата мобилна мрежа. Во Република Македонија не постојат оператори - препродавачи кои ги нудат овие услуги и до моментот на изготвување на анализата нема нотифициран субјект кој активно работи и обезбедува ваков тип на услуги.

Покрај видовите на МВМО утврдени во членовите 3 и 4 од овој правилник постојат и други видови на МВМО, таканаречени хибриди кои може да имаат делумна основна мрежа, воопшто да немаат основна мрежа, или да имаат делумна платформа за услуги и услуги со додадена вредност што ќе им овозможи да обезбедуваат сопствени понуди на малопродажни услуги кои можат да се разликуваат од услугите на мобилниот мрежен оператор кој што им обезбедил пристап до неговата мобилна мрежа.

#### **5.2.1 Оператори кои активно работат на малопродажниот пазар за мобилни комуникации во Р. Македонија**

Во временскиот период опфатен со третата анализа на релевантниот големопродажен пазар за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи во евиденцијата на АЕК се нотифицирани четири оператори на јавни мобилни комуникациски мрежи и тоа:

- Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје има промена на нотификација и тоа под број 0701-436 од 27.05.2015 - Јавно достапни телефонски услуги во јавна мобилна комуникациска мрежа – и решение со датум 27.05.2015,
- Друштво за комуникациски услуги А1 ДОО Скопје под бр. уп1-бр.0701-747 од 01.10.2015. За нив од страна на АЕК се изгответи решенија за прекин и започнување со работа на ден 01.10.2015 година,
- Друштвото за телекомуникации ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје, нотификација под бр. уп1-бр. 1401-316 од 25.03.2016 и
- ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип, нотификација под бр. уп1-бр. 1401-703 од 13.07.2018 година.

#### **5.3 Заклучок од дефинирање на услугите кои припаѓаат на големопродажниот пазар за услуга за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи**

Врз основа на погоре наведеното, како и врз основа на спроведената анализа Агенцијата за електронски комуникации смета дека:

- не постои ефикасна супституција на услугата за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на пазарот на големопродажба, ниту на страната на понудата ниту на страната на побарувачката.

- во моментот на пазарот за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на малопродажно ниво не постојат ефикасни супститути кои би можеле да влијаат врз промените на надоместокот за услугата за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи.

Како резултат на тоа може да биде заклучено дека на големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, постојат четири одвоени пазари и тоа:

- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба "Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје" им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот,
- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба "Друштво за комуникациски услуги А1 Македонија ДООЕЛ Скопје" им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот,
- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба "ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје" им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот и
- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба "ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип" им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот.

## 5.4 Одредување на географска дефиниција на големопродажниот пазар за услуга за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

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

- подрачје покриено со мрежа и
- постоење 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.

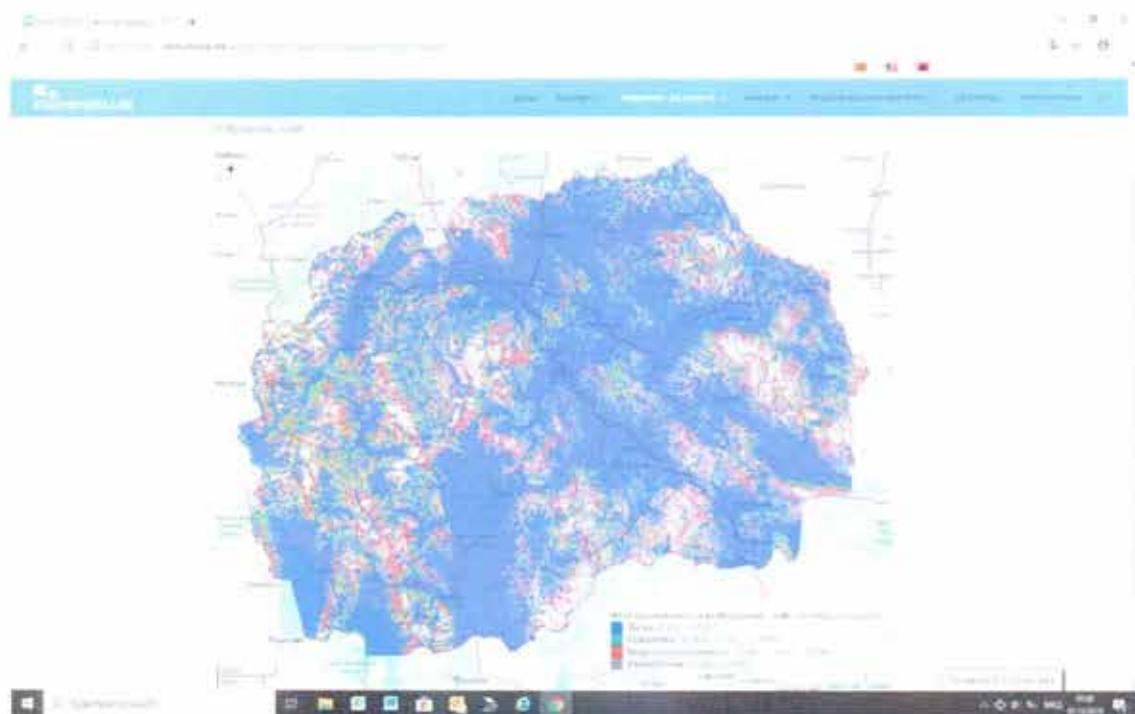
Географскиот пазар вклучува одредена територија во која се нудат соодветните меѓусебно заменливи јавни електронски комуникациски мрежи и/или услуги и во која конкурентните услови се исти и се разликуваат од оние во соседните области.

- Подрачје покриено со мрежа

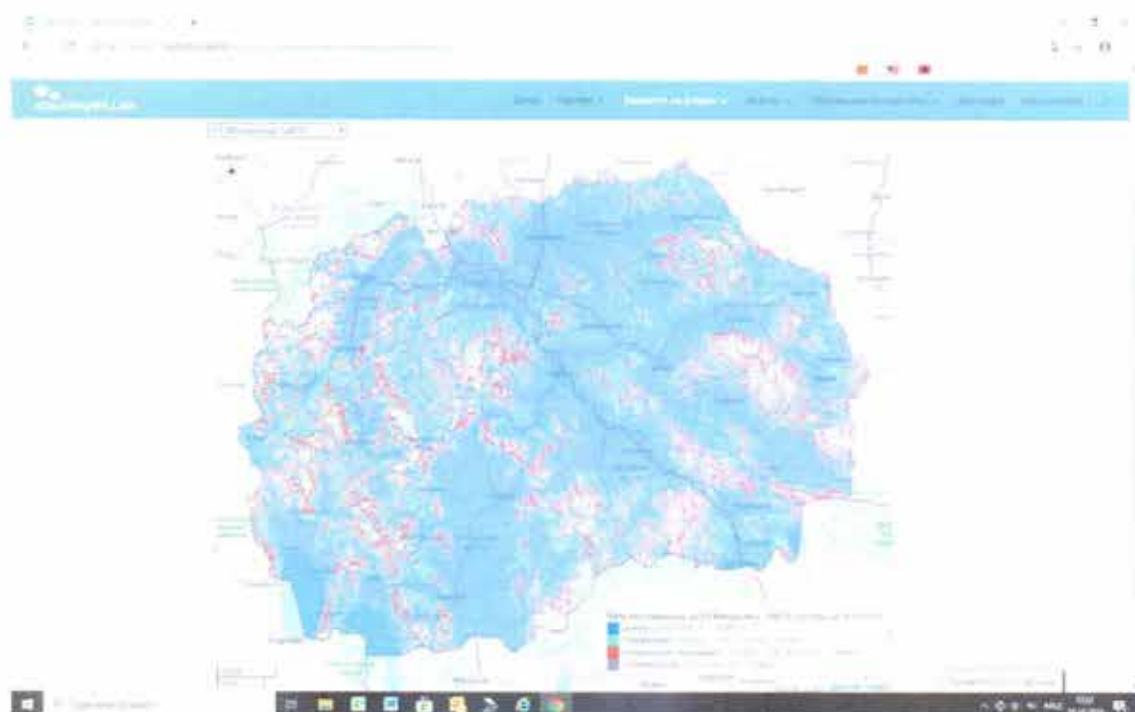
Поради присуството на врека помеѓу пазарниот удел и покриеноста на мрежата и фактот дека операторите кои обезбедуваат јавни електронски комуникациски услуги обично применуваат еднакви цени на територијата која е покриена од нивните мрежи, првата фаза на испитување на присуство на географски подпазари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

Во Република Северна Македонија во моментот на спроведување на оваа анализа на пазарот на мобилни комуникации постојат два мобилни мрежни оператори А1 Македонија ДООЕЛ и операторот Македонски Телеком АД. Двата мобилни мрежни оператори поседуваат електронска комуникациска мрежна инфраструктура на 2G/3G технологија која покрива повеќе од 95% од населението во државата при што може да се каже дека и двата мобилни мрежни оператори имаат национално покривање на територијата на државата со овој вид на мрежи. Како што веќе претходно споменавме операторите поседуваат фреквенциски бенд на 800 MHz за обезбедување на услуги преку 4G/LTE технологија. Меѓутоа и двата оператори немаат целосно национално покривање по население, но ги исполнуваат обврските од нивните одобренија за користење на овие фреквенции за временскиот период на оваа анализа. Тука треба да биде нагласено дека и двата мобилни оператори обезбедуваат еднакви услуги со еднакви цени и еднакви услови за обезбедување на услугата за целата територија на Република Северна Македонија. Подолу во овој текст се прикажани мапите на покриеност со мрежа на операторите кои што делуваат на овој пазар. Изворот на овие мапи е веб сајтот комуницирај.mk кој е администриран од АЕК и е кориснички ориентиран сајт со достапни информации за крајните корисници на електрониските комуникациски услуги.

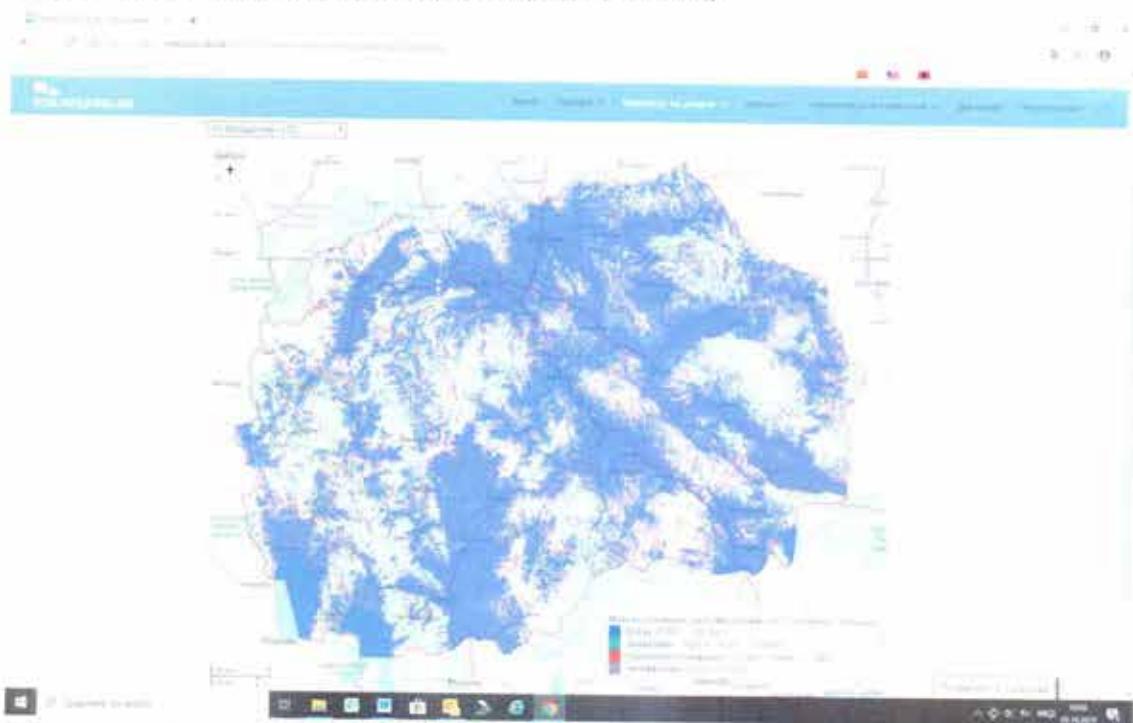
1. Оператор А1 Македонија ДООЕЛ Скопје (GSM сигнал)



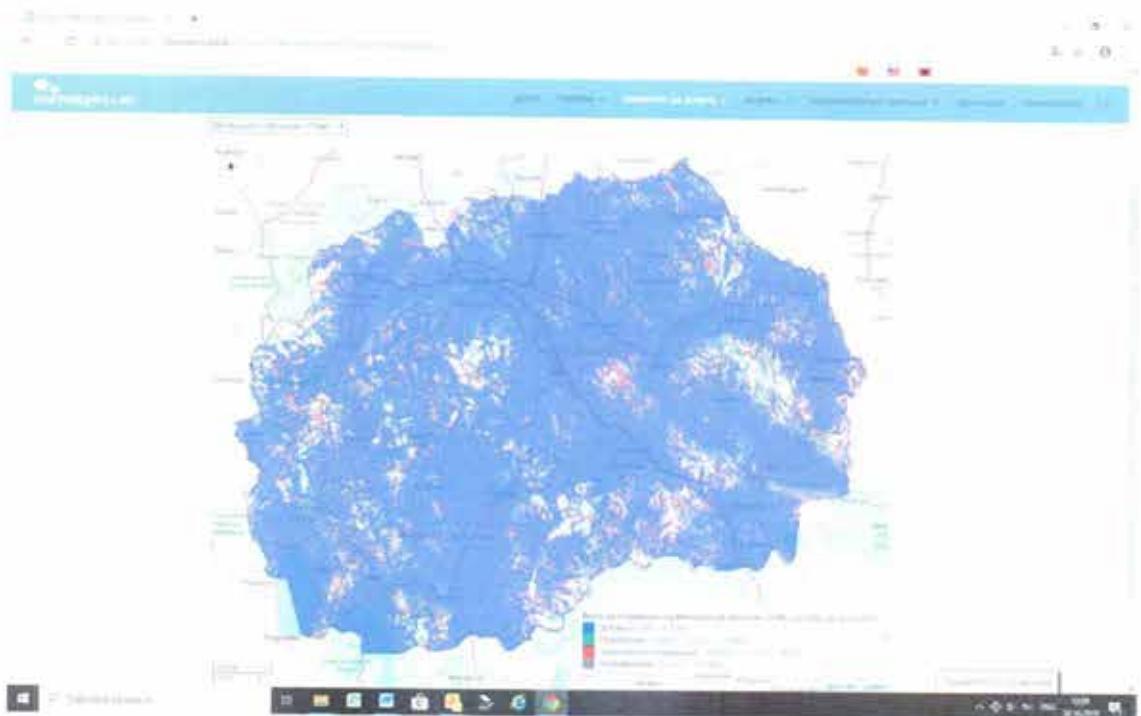
Оператор А1 Македонија ДООЕЛ Скопје (UMTS сигнал)



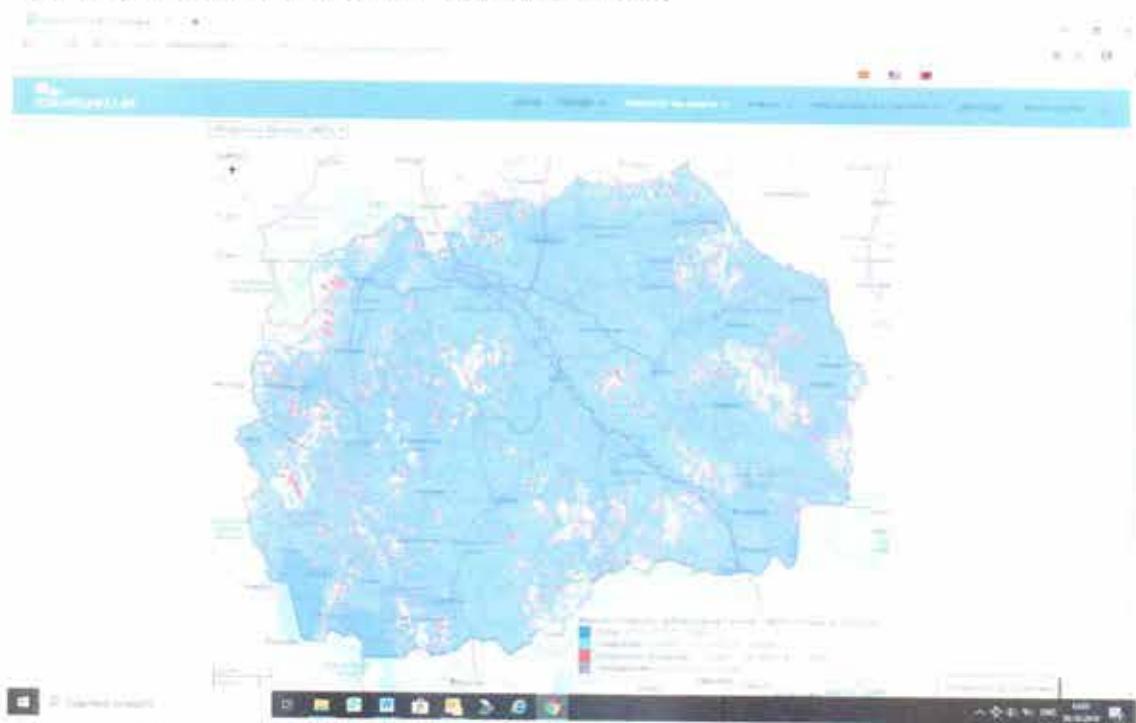
Оператор А1 Македонија ДООЕЛ Скопје (LTE сигнал)



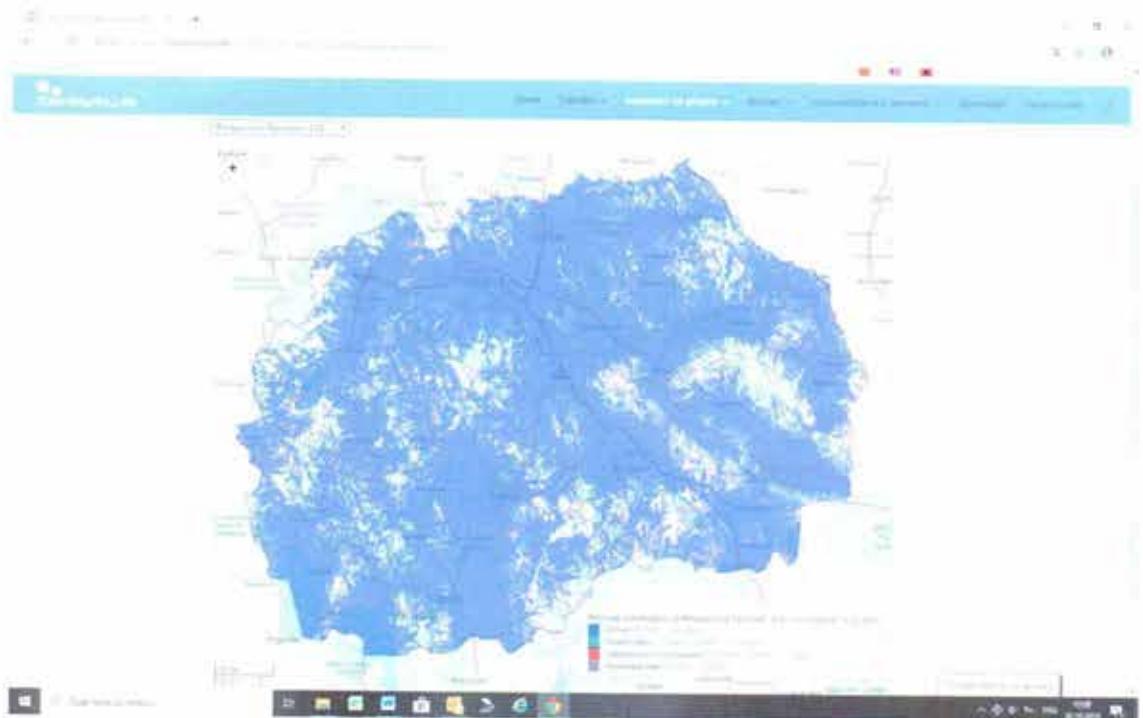
2. Оператор Македонски Телеком АД (GSM сигнал)



Оператор Македонски Телеком АД (UMTS сигнал)



Оператор Македонски Телеком АД (LTE сигнал)



- Постоење на легални или други регулаторни инструменти

Според член 60 од ЗЕК став (1): Пред започнување со обезбедување на јавни електронски комуникациски мрежи и/или услуги се доставува нотификација до АЕК. Операторите кои за обезбедување 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 барьерите за влез на малопродажниот пазар на мобилни комуникации на одредени географски пазари.

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

Географска сегментација на конкретен пазар е соодветно да се 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;
- операторот или операторите со значителна пазарна моќ даваат услуги со различни цени во различни региони на земјата или применува единствени национални цени кои се разликуваат значително од цените на алтернативните оператори и
- постојат значителни географски разлики во карактеристиките на понудените услуги во однос на брзината, гарантираниот квалитет и др.

Имајќи предвид дека двата мрежни оператори кои постојат во Р.Северна Македонија имаат национална покриеност на сопствените мрежи, овие мрежи се независни една од друга и може да се заклучи дека не е исполнет првиот критериум односно не постои трет помал алтернативен оператор кој има помала мрежна покриеност од националната а сепак може на тоа географско подрачје да прави значителен конкурентски притисок на останатите два оператори.

Што се однесува до вториот критериум може да се каже дека без исклучок мобилните оператори обезбедуваат услуги по еднаква цена, односно нивните тарифни планови немаат географски ограничувања. Ова ситуација е природна за мобилниот пазар и за операторите кои работат на тој пазар. Што значи никакви географски диференциации во портфолиот на услуги не постојат. Од тој аспект може да се заклучи дека и двата мобилни оператори во моментот обезбедуваат еднакви цени на целата територија на државата. Доколку пак то набљудуваме големопродажниот пазар за услугата

завршување на повик во мобилна мрежа, операторот кој поседува значителна пазарна моќ според претходната анализа и регулатива имаат еднакви цени и услови за своите услуги на целата територија на државата. Самата природа на мобилниот пазар и постоењето на една мрежна инфраструктура сопственост на операторот обезбедувач на услугата, ја дефинира унифицираната цена и останатите услови под кои ќе се користат услугите. Според тоа вотриот критериум за оправдување на географска сегментација исто така не е исполнет.

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

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

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

### **5.5 Заклучоци од дефинирањето на големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи**

Како резултат на погоре наведеното може да биде заклучено дека на големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, постојат четири одвоени пазари и тоа:

- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба „Македонски Телеком АД за електронски комуникации – Скопје“ им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот;
- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба „Друштво за комуникациски услуги А1 Македонија

ДООЕЛ Скопје” им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот,

- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба “Друштво за телекомуникации ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје” им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот и
- услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи кои на пазарот на големопродажба “ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип” им ги обезбедува на други даватели на комуникациски услуги во Р. Северна Македонија независно од која национална јавна комуникациска мрежа е започнат повикот

АЕК ја потврдува дефиницијата на соодветниот географски пазар како национален пазар.

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

Следен чекор во анализата е примената на три критериум тест со цел да се утврди дали големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи треба да продолжи и понатаму да биде предмет на ex-ante регулација. Согласно членот 79 – спроведување на анализа на релевантните пазари од ЗЕК, АЕК спроведува анализа на релевантните пазари имајќи ги предвид препораките на Европската комисија за утврдување на релевантни пазари на производи и услуги и каде што е соодветно во соработка со органот надлежен за заштита на конкуренцијата.

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

- присуство на високи и постојани 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 големопродажен пазар за пристап и започнување на услуги во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа, ќе спроведе три критериум тест со кој ќе испита дали и понатаму се исполнети сите критериуми неопходни за претходна регулација на истиот.

Главната разлика помеѓу три критериум тестот и процесот на анализирање на пазарот, е тоа што со три критериум тестот се става акцент на развојот и структурата на пазарот, а во процесот на спроведување на анализа на релевантниот пазар акцентот се става на односот помеѓу операторите 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.

## 6.1 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 бариерите кои се јавуваат како резултат на структурните карактеристики на релевантниот пазар се дефинирани како структурни бариери а бариерите кои се јавуваат како резултат на правни и регулаторни окружувања се дефинирани како легални бариери.

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

Структурни бариери за влез на пазарот се оние кои се појавуваат како резултат на потребните првични трошоци или условите на побарувачката и создаваат нееднакви услови помеѓу операторот со значителна пазарна моќ на пазарот и останатите оператори на електронски комуникациски мрежи/услуги кои што сакаат да влезат на пазарот односно го отежнуваат или попречуваат влезот на нови учесници 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) и
- 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 големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи во моментот активно работат две мрежни инфраструктури и тоа операторите Македонски Телеком АД и операторот A1

Македонија ДООЕЛ. Во моментот постојат два мрежни оператори и две мрежни инфраструктури. Друга мобилна мрежна инфраструктура не постои. Операторот ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ отпочна со работа на 01.05.2016 година како виртуелен мобилен оператор, додека операторот ТРД РОБИ Кабловска телевизија ДООЕЛ отпочна со работа на 01.10.2018 година исто како виртуелен мобилен оператор. Имајќи предвид дека природата на пазарот е таква да не може да се изгради мрежа за краток временски период, истата чини многу скапо и операторот кој ја гради би се соочил со многу бариери и трошоци, логично е да се заклучи дека постојат високи структурни бариери за влез и изградба на нова мрежна инфраструктура. Тоа значи и отежнати услови за појава на нови мрежни оператори.

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

Врз основа на Извештајот за три критериум тест број 080604 од Групата на европски регулататори (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 радиофреквенцискот спектар и
- влијание на начинот на кој е поставена регулативата за нови оператори/учесници кои планираат да влезат на пазарот.

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

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

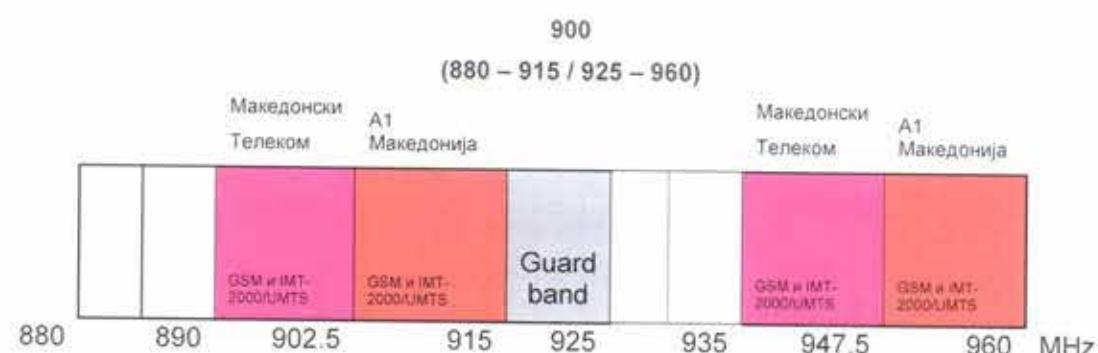
Согласно ЗЕК во член 60 став (1) е наведено дека пред започнување со обезбедување на јавни електронски комуникациски мрежи и/или услуги се доставува нотификација до АЕК. Во член 60 став (2) се наведува дека врз основа на нотификацијата од ставот (1) на овој член операторот има право да обезбедува јавни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

- Ограничувања и услови поврзани со употребата на радиофреквенцискиот спектар

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



Табела 1 Распределба на фреквенциски спектар на 800 MHz



Табела 2 Распределба на фреквенциски спектар на 900 MHz

Забелешка: Во опсегот 900 има слободни 2x10 MHz (880-890/925-935 MHz),



1800 (1710 – 1785 / 1805 – 1880)

A1 Македонија	Македонски Телеком	A1 Македонија	A1 Македонија	A1 Македонија	ОНЕ, Вип
DCS 1800 (GSM 1800) + IMT-2000/UMTS + WiMAX	DCS 1800 (GSM 1800) + IMT-2000/UMTS + WiMAX	DCS 1800 (GSM 1800) + IMT-2000/UMTS + WiMAX	Guard band	DCS 1800 (GSM 1800) + IMT-2000/UMTS + WiMAX	DCS 1800 (GSM 1800) + IMT-2000/UMTS + WiMAX
1720	1730	1745	1755	1770	1785
1710					

Табела 3 Распределба на фреквенски спектар на 1800 MHz

Забелешка: Во опсегот 1800 има слободни 2x10 MHz (1775-1785/1870-1880 MHz)

2100 (1920 – 1980 / 2110 – 2170)

ОНЕ.Вип	Македонски Телеком	ОНЕ.Вип	Македонски Телеком
IMT-2000 /UMTS	IMT-2000 /UMTS	IMT-2000 /UMTS	IMT-2000 /UMTS
1935	1945	1950	1965
1980	2110	2125	2140
1920			

Табела 4 Распределба на фреквенски спектар во опсегот 2100 MHz



Забелешка: Во опсервот 2100 има слободни 2x35 MHz (1920-1935/2110-2125 MHz, 1945-1950/2135-2140 MHz и 1965-1980/2155-2170 MHz). Во тек е постапка за доделување на 2x25 MHz, ама не се знае дали ќе биде успешна (оваа година имаме неуспешна постапка за доделување на 2x15 MHz).

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

AEK 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 на пазарот на мобилни комуникации. Согласно оваа констатација формално законската регулатива не оневозможува влез односно го гарантира либералниот влез на пазарот. Но, поради тоа што пазарот на мобилни комуникации е специфичен пазар, мошне важен елемент при почнувањето со работа за нов оператор е обезбедување на одобрение за користење на фреквенции од страна на AEK. Овој момент претставува потешкотија за операторите од аспект на временскиот период за влез на пазарот, што зависи од процедури кај државни органи, дополнителни трошоци за аплицирање за одобрение за користење на радиофреквенции, учество на јавен тендери итн. Законската регулатива предвидува еднаш годишно или на барање на некоја заинтересирана страна да се отпочнува постапка со цел да се согледа интересот за користење на слободниот фреквенциски спектар. Поаѓајќи од овие законски норми можеме да заклучиме дека начинот на кој е поставена регулативата не претставува пречка за влез на нови оператори на пазарот кои би ја зајакнале конкуренцијата, но оперативното компанијата мора да помине серија процедури, да закупи фреквенциски спектар за кој е потребно да се избори на јавен тендери доколку истиот е на располагање, да ги прибави сите потребни дозволи за градба на антенски столбови и поставување на базни станици итн.

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

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

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

Вториот критериум се однесува на тоа 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 следни анализа. Според работниот документ на Европската Комисија бр {C(2007) 5406} EXPLANATORY NOTE со вториот критериум треба да се покаже дали и при евентуалното постоење на високи

бариери за влез на пазарот недостасува можноста за ефикасна конкуренција на пазарот за пристап и започнување на услуги во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи во рамките на предметниот тригодишен период до следната анализа.

Анализата на горенаведениот критериум треба да доведе до заклучок дали структурата на пазарот обработена во овој документ се стреми кон развој на ефективна конкуренција. Анализа на овој критериум би требало да се движи во насока на проверка на условите на пазарот кои водат кон ефективна конкуренција. Исто така потребно е да се утврди дали и покрај постоење на потенцијални бариери за влез на пазарот, дека во перспективен период од три години би можело да се очекува истото да се развива и движи кон ефективно конкурентен пазар. Желбата за развој на одржлива конкуренција во соодветен временски период, незначи 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 Европската Комисија препорачува разгледување на неколку показатели кои ја опишуваат динамиката на развој на ефективна конкуренција на пазарот:

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

**Уделот на пазарот:** Пазарниот удел на операторите на релевантните пазари е значаен показател за пазарната моќ на истите. Европската комисија со Основните напатствија за вршење на анализа на релевантни пазари ја дефинира 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 10 од Законот за заштита на конкуренцијата став 2: „се претпоставува дека едно претпријатие има доминантна позиција, ако неговото учество на релевантниот пазар изнесува повеќе од 40 %, освен ако претпријатието не го докаже спротивното.“

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

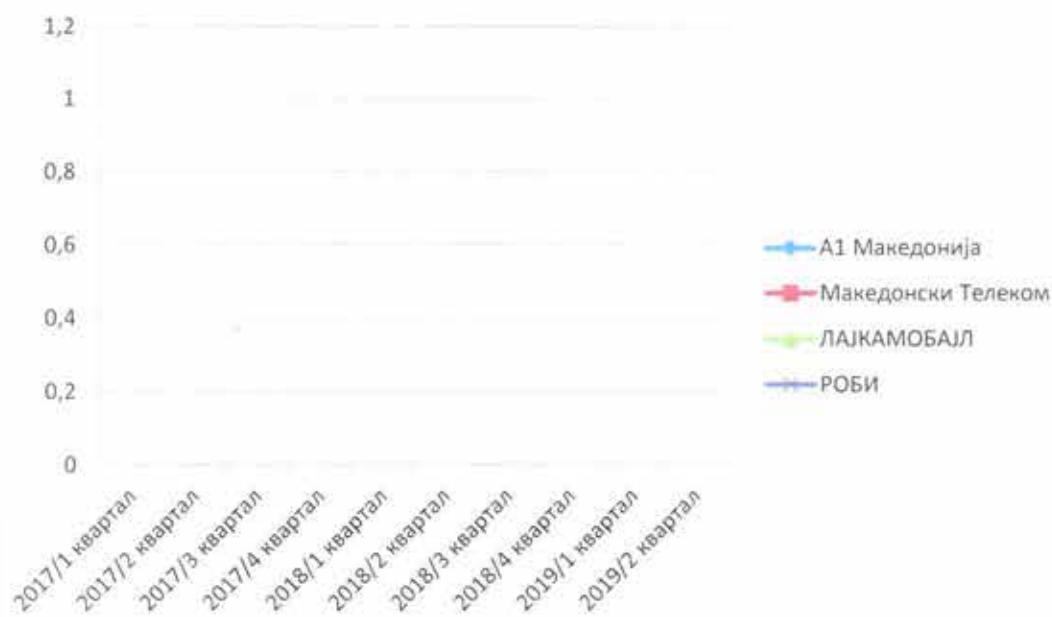
Како што веќе беше прикажано на малопродажниот пазар за мобилни комуникации активни се два мобилни мрежни оператори: Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и два мобилни виртуелени оператор: ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје и ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип.

Пазарниот удел и трендот на движење во малопродажба од аспект на бројот на крајни корисници изгледа како на графиконот.



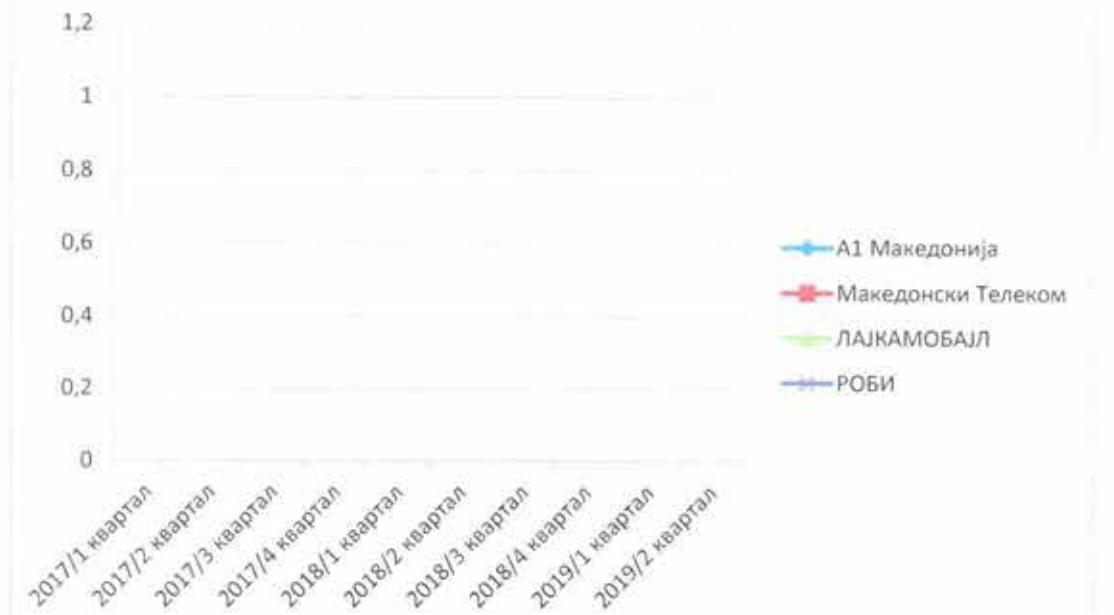
Графикон 1 Удел на операторите според бројот на претплатници (**доверливи податоци**)

Во продолжение на документот ќе биде разгледана состојбата на релевантниот големопродажен пазар за услуга за завршување на повик во мобилни комуникациски мрежи. Бројот на минути кој завршува во мрежата на мобилните оператори (мрежни и виртуелен) а започнува од мобилни мрежи во РМ изгледа како на графиконот:



**Графикон 2 Сообраќај во минути кој завршува во мобилни мрежи а е започнат исто така од мобилни мрежи – големопродажба офф нет (доверливи податоци)**

Како што може да биде забележано од графиконот бр. 2 сообраќајот во минути кои завршуваат во мрежата на друг мобилен оператор во континуитет продолжува да се зголемува кај мрежните оператори но и кај виртуелните оператори.



**Графикон 3 Сообраќај во минути кој завршува во мобилни мрежи а е започнат од фиксни мрежи во РСМ и меѓународни мрежи (доверливи податоци)**

На графиконот бр. 3 погоре се прикажува сообраќајот во минути кои завршуваат во мобилни мрежи во Р.Македонија а потекнуваат од фиксни мрежи и меѓународни мрежи. Овој вид на услуги не претставуваат дел од анализираниот релевантен големопродажен пазар. Според тоа овој графикон е даден само како показател илустративно да ја означи состојбата на пазарот.

Согласно горенаведените податоци може да биде заклучено дека и двата мобилни мрежи оператори поседуваат значителен пазарен удел односно Македонски Телеком АД = [ ] мил минути и А1 Македонија ДООЕЛ [ ] мил минути, односно и двата оператори континуирано го зголемуваат апсолутниот износ на завршени минути сообраќај во сопствената мрежа. Операторите ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ се сеуште со незначителен удел и негвниот сообраќај како нови оператори не прави голема разлика на целокупниот пазар. Според тоа, од аспект на бројките а земајќи ја во предвид и природата на овој пазар може да се заклучи дека операторите имаат доминација на разгледуваниот релевантен големопродажен пазар за услуга за завршување на минути сообраќај во јавни мобилни комуникациски мрежи. Со тоа може да се заклучи дека наметнување на претходна регулација (ex-ante) на овој релевантен големопродажен пазар од аспект на пазарниот удел е оправдана гледано од аспект на пазарниот удел.

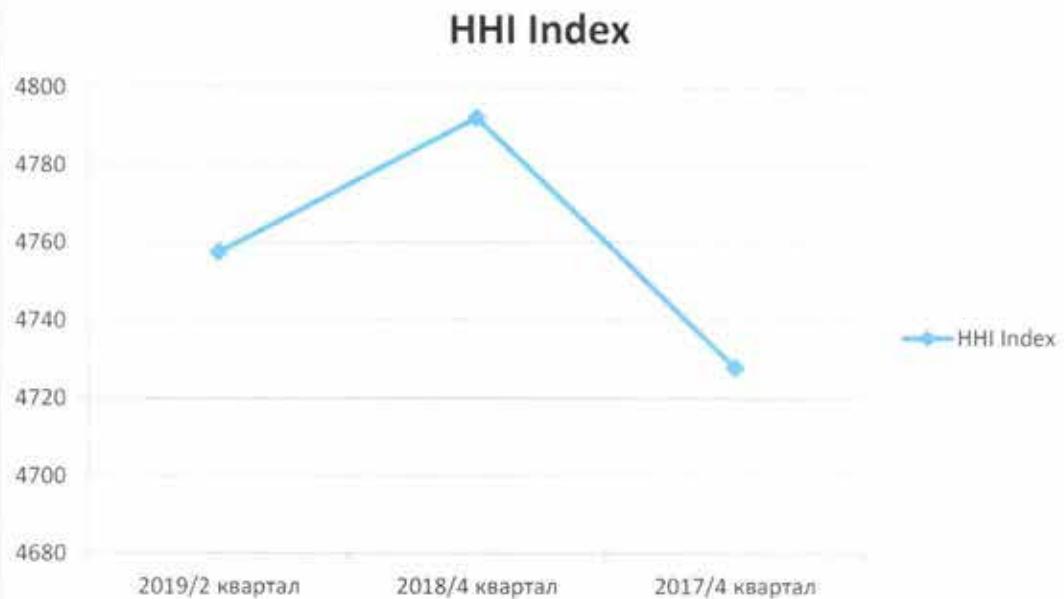
*Контрола на инфраструктура која не се дуплира једноставно – Развојот на мобилната мрежа претставува процес кој побарува време и финансиски средства. Мобилната мрежна инфраструктура во секој аспект претставува инфраструктура која не се дуплира једноставно. Потребен е подолг временски период на поставување на антенски*

столбови и базни станици како и нивно меѓусебно поврзување. Од друга страна самото прибирање на дозволи за градба на сите тие објекти одзема време и значителни финансиски средства. Според тоа може да се каже дека нереално е да се очекува дека во релативно краток временски период, нов влезен учесник на пазарот ќе изгради паралелна мрежна инфраструктура и ќе влијае на начин на кој значително ќе се подобри конкуренцијата на пазарот на мобилни комуникации. Од овој аспект и овој поткриериум за наметнување на претходна регулација е исполнет.

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

Значителен технолошки напредок претставуваат инвестициите во мрежи од следните генерации или 4G/LTE и 5G технологија за брз пренос на податоци. Како што претходно беше напоменато постојните мобилни оператори во Р. Северна Македонија, поседуваат радиофrekvenциски спектар преку кој ја обезбедуваат оваа услуга за брз пристап до интернет. Појавата на виртуелен оператор не би создала ситуација на рамноправен пазарен натпревар во овие високи технолошки решенија со постојните мобилни мрежни оператори. Според ова може да се заклучи дека и од аспект на технолошкиот развој како поткриериум, истиот не може да влијае значително на конкуренцијата и да доведе до нејзино значително подобрување во периодот кој го опфаќа оваа анализа.

*Потенцијална конкуренција –* Според графикот во малопродажба може да се утврди поларизираноста на малопродажниот пазар на мобилна телефонија во Р.Македонија. Пазарот е буквално распределен на двата активни мобилни мрежни оператори. Ова значи дека индексот на Herfindahl – Hirschman изнесува како на графиконот подолу:



**Графикон 4 Индекс на концентрација на пазарот во мобилна телефонија**

Индексот на концентрација на крајот на 2016 изнесува 4887 индексни поени. Во вториот квартал од 2019 година има благо намалување до 4757 индексни поени што и понатаму претставува показател за високо концентриран пазар. Во таква ситуација дури и да има влез на мобилни виртуелни оператори, или нов мрежен оператор, не може на пазарот да се очекува дека краткорочно тоа би направило значителна промена во степенот на конкуренција на начин што ќе ја придвижи кон ефективно конкурентен пазар. Може да биде заклучено дека и врз основа на овој поткритериум овој релевантен пазар останува подложен за претходна (ex ante) регулација.

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

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

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

на ex-ante регулација контролата се врши превентивно, за разлика од принципот типичен за активностите на Комисијата за заштита на конкуренцијата за подоцнежна контрола.

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

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

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

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

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

на пазарот. Исто така ќе ги гарантира цените и условите под кои би се обезбедувала услугата за завршување на повик во мобилна мрежа како и другите елементи на интерконекцијата. Оттука, АЕК смета дека и третиот критериум за имплементирање на претходна (ex ante) регулација на овој релевантен големопродажен пазар е исполнет.

#### 6.4 Заклучок од примена на тестот на трите критериуми

По примената на тестот на трите критериуми може да се дојде до заклучок дека пазарот за услуга за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи кумулативно ги задоволува трите применети критериуми:

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

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

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

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

## 7. Определување на оператор со значителна пазарна моќ

При процената дали еден оператор има значителна пазарна моќ на одреден пазар согласно со членот 76 став (1) од овој закон 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 компензацијска 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.

Во продолжение ќе бидат анализирани некои од нив.

### 7.1 Уделот што операторот го има на релевантниот пазар

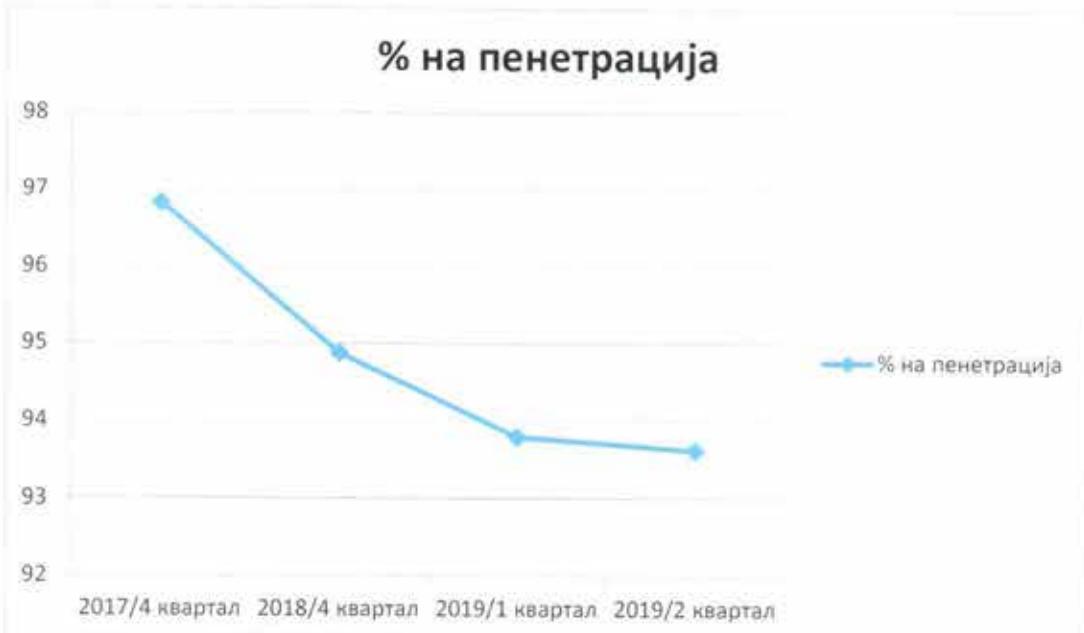
Првиот економски критериум кој може да се употреби за оценување на тоа дали пазарот се стреми кон ефективна конкуренција е определување на големината на пазарниот удел на операторите на релевантниот пазар и неговата стабилност или промена во одредена временска рамка.

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

Доколку индивидуалните критериуми, се анализираат поединечно поради нивната природа нема да послужат како алатки за определување на доминантната

позиција на еден оператор. При определување дали еден пазар се стреми кон ефикасна конкуренција, важно е да се анализираат промените на пазарните удели на операторите во текот на определен временски период.

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



**Графикон 5 Пенетрација на пазарот на мобилни комуникации во РСМ**

Нивото на пенетрација на малопродажниот пазар на мобилни комуникациски услуги изнесува 94.88% во четвртиот квартал од 2018 година и 93.63% во вториот квартал од 2019 година. Пенетрацијата е во постојан пад во последните 4 години што се гледа и во претходната анализа. Ова ниво на пенетрација спаѓа во релативно висока пенетрација што ја покажува заситеноста на овој релевантен пазар кој слободно може да се каже дека од аспект на услугите повик, смс и ммс е релативно зрел пазар. Ова ниво на пенетрација може да претставува значителна бариера за развојот на конкуренцијата на пазарот преку влез на нови учесници на пазарот и негово движење кон ефективна конкуренција.

Како што може да се забележи на пазарот на мобилни комуникации во Р.Северна Македонија после периодот на спојување на вториот и третиот оператор постои

состојба на два активни оператори кои имаат приближно еднаков пазарен удел кој може да осцилира во позитивна или негативна насока во текот на времето. Така, според вториот квартал од 2019 година операторот Македонски Телеком АД има пазарен удел во малопродажба од 48,16% додека операторот А1 Македонија ДООЕЛ поседува 49,33% од пазарот, операторот ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ поседува 2,08% и РОБИ ДООЕЛ со 0,42% од претплатниците во малопродажба што може да се види од Графиконот бр 1 (забелешка: бројките во графиконот се изразени во апсолутна бројка).

Во разгледуваниот период прикажан на графиконот бр 1 може да се забележи стабилен пазарен удел на операторите со мали флуктуации. Меѓутоа, тоа што може да биде утврдено е дека и двата оператори во моментот после спојувањето поседуваат и во додледно време би поседувале значително висок пазарен удел, односно претплатниците се поделени помеѓу двата учесници. Ова е доказ за нивната доминантна позиција на релевантниот пазар разгледуван со оваа анализа.

Следно ќе биде разгледана и анализирана состојбата на пазарот од аспект на минути сообраќај за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи во големопродажба. Состојбата на пазарот е прикажана на графиконот бр 2.

Доколку се анализира сообраќајот од завршени минути во друга мобилна мрежа според графикон бр. 2, може да се заклучи пазарното учество од 51,10% на Македонски Телеком АД и 46,74% на А1 Македонија ДООЕЛ. Операторот ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ со 1,25% и операторот РОБИ со 0,90% имаат незначително пазарно учество. Може да биде констатирано дека секој оператор има 100% пазарно учество за големопродажната услуга за завршување на повик во сопствената мрежа. Односно само тој оператор може да заврши минути во сопствената мрежа кон свој краен корисник. Меѓутоа и од аспект на целокупниот големопродажен пазар може да се констатира дека пазарот е поделен помеѓу двата доминантни мобилни мрежни оператори.

Имајќи ја предвид состојбата на пазарот на мобилни комуникации во Р.Северна Македонија, постоењето на два активни мобилни мрежни оператори и два виртуелни мобилни мрежени оператори, трендот на движење на пазарот, очигледните бариери кои постојат за влез и развој на ефективната конкуренција на пазарот, високото ниво на НHI индексот кој покажува висока концентрација на пазарот, сите тие се показатели за постоење неефективна конкуренција и пазарна доминација.

Но сепак главната карактеристика на пазарот според која никој друг освен операторот кој ја поседува мрежата не може да заврши повик во конкретната мрежа, е најважна. Според тоа двете физички мрежни и двете виртуелни мобилни мрежи ќе бидат третирани како различни под пазари, дел од големопродажниот пазар за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежни инфраструктури. Оттаму, може да се констатира постоење на доминантна пазарна моќ на секој од активните оператори во сопствената мрежна инфраструктура (физичка и виртуелна) и тоа кај сите четири активни оператори: Македонски Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје, ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје и ТРД РОБИ ДООЕЛ Штип.

## 7.2 Контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира

Капиталните вложувања потребни за изградба и ставање во употреба на пристапна мрежна инфраструктура се исклучително високи и бараат детално разработени деловни планови и разумен временски период за поврат на вложените средства. Влезот на пазарот од новите оператори побарува значајни вложувања и тоа правење трошоци кои тешко се враќаат, кога операторот нема да биде во состојба да ги надомести во случај на пазарен неуспех и излез од тој пазар.

Во случај алтернативен оператор да одлучи да започне да гради сопствена радиофреквенцијска мрежна инфраструктура (независно 4G или 5G базирана технологија) истиот може да ја изгради и да биде на нивото на постоечките оператори. Но тој оператор би се соочил со огромни трошоци. Проблемите најпрво би произледеле од тешкотиите и временскиот период за набавка на потребните дозволи за физичка изградба на мрежата а особено базните станици. Потоа самиот процес на изградба (градежни зафати, поставување на базните станици итн) е доста скап. Голем дел од тие трошоци се ненадоместливи или не може да бидат повратени во разумен временски период.

Мобилната мрежна инфраструктура што ја поседуваат операторите Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ е градена еден подолг временски период за да се достигне сегашното ниво. Истата е модернизирана и надградувана низ годините како физички така и преку нови софтверски решенија и имплементирање на технологии од следните генерации особено за брз пристап до интернет. Изградбата на иста таква мобилна мрежна инфраструктура од страна на нов оператор ќе претставува голем економски товар за оној кој инвестира.

Мрежните оператори кои работат на пазарот на мобилни комуникации во Р.Северна Македонија поседуваат 2G, 3G и 4G технологија. Според Извештајот за мрежна покриеност за вториот квартал од 2019 година операторот Македонски Телеком АД поседува мрежна покриеност со UMTS и LTE сигнал на повеќе од 95% од населението. Операторот А1 Македонија ДООЕЛ исто така поседува мрежна покриеност со UMTS и LTE сигнал на повеќе од 95% од населението. Двата оператори поседуваат фреквенцијски ресурси кои ги користат за 4G и се во процес на тестирање за имплементација на 5G. Овој вид на технологија особено е важен за брз пристап до мобилен интернет.

Според тоа гледано од аспект на овој критериум, ќе заклучиме дека операторот кој поседува мрежна инфраструктура или оној кој ја изнајмува се во состојба да ја обезбедуваат услугата за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа до своите крајни корисници. На тој начин тие имаат сопствена пазарна доминација на сопствената физичка или виртуелна мрежна инфраструктура.

### 7.3 Недостатокот на компензацијска куповна мок

Недостаток на компензацијска куповна мок постои кога определен оператор кој е корисник на одредена големопродажна услуга поседува таква економска сила која му дава можност да во разумен рок одговори на зголемувањето на цената или на заканите за зголемување на цените на големопродажните услуги, на тој начин што таа услуга би ја купувал од некој друг оператор.

За ова да постои потребни се два моменти и тоа:

1. да постои на пазарот алтернативен пристап на големопродажниот пристап до мобилна мрежна инфраструктура кој би бил расположлив на територијата која ја покрива мрежата на операторот преку кој определен оператор би можел пристапувајќи на нивната пристапна мрежна инфраструктура да ги нуди своите услуги до крајните корисници.
2. да има доволно големи корисници на големопродажниот пазар за услугата за завршување на повик во мобилни мрежи кои би биле во доволен степен значајни за операторот со значителна пазарна мок. Што е поголем уделот на приходите што операторот ги остварува од поединечен оператор корисник на услуги на големопродажниот пазар за услугата за завршување на повик во мобилни мрежи, дотолку е поголема преговарачката мок и способност на вториот (операторот корисник) да ги наметне сопствените интереси како оператор корисник на големопродажни услуги.

Меѓутоа, треба да се имаат во предвид спецификите на овој релевантен големопродажен пазар. Тоа е дека секој од операторите е давател на услугата за завршување на повик. Всушност без таа услуга корисниците на еден оператор не би биле во состојба да комуницираат со корисниците на друг оператор. Тоа го прави обезбедувањето на таа големопродажна услуга задолжително со цел обезбедување на обострана комуникација и сето тоа е регулирано со интерконекција помеѓу операторите. Имајќи ја оваа карактеристика во предвид и третманот на овој пазар на 3 засебни под пазари, може да биде констатирано дека секој од операторите поседува сопствена целосна пазарна доминација на својот под пазар за обезбедување на услугата за завршување на повик во сопствената или изнајмена јавна мобилна електронска комуникациска инфраструктура.

### 7.4 Економии на обем

Економијата на обем (eng. economies of scale) особено е значајна кај бизнисите во кои фиксните трошоци се значаен дел од работењето. Ова особено е важно во секторот на електронски комуникации од причина што операторите кои поседуваат поголема претплатничка база и поседуваат поголема мрежна покриеност, се во можност повеќе да ја почувствуваат користа од економиите на обем. Во основа како економски термин

економијата на обем значи дека секоја дополнителна единица услуга е произведена со пониски просечни трошоци по единица услуга.

Операторите Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ имаат широка мрежна покриеност на населението со повеќе од 95% со 3G или 4G сигнал. Тоа се двата мрежни оператори кои се активни на пазарот. Додека операторите ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ не можат да бидат анализирани од аспект на покриеноста од причина што и двата се виртуелни оператори кои не поседуваат сопствена пристапна мобилна мрежна инфраструктура.

Пазарот е поделен од аспект на крајните корисници на мобилни услуги помеѓу операторите Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ. Тоа значи дека овие два оператори се во состојба да ги користат економиите од обем и да намалуваат трошоци по единица производ по тој основ. Операторите ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ не се во иста положба. Секако дека основните економски принципи важат и за виртуелните оператори но истите се или нови на пазарот (РОБИ) и со премногу мало пазарно учество за да ги почувствуваат последиците од економиите на обем.

Ова го оправдува мислењето дека двата мрежни оператори се во состојба целосно да ги искористуваат сите поволности во своето работење а кои произлегуваат од економиите на обем, а тоа особено се помалите трошоци во своето работење.

## 7.5 Економии на интеграција

Економијата на интеграција (eng. economies of scope) постои кога просечните трошоци што се прават за една услуга, во случај кога таа услуга се произведува заедно со други услуги се пониски, отколку ако таа би се обезбедувала самостојно. Во случај кога би се обезбедувала самостојно трошоците би биле доста повисоки. Економијата на интеграција е особено важна во ситуација кога исти делови од една мрежа се користат за обезбедување на повеќе услуги. Економијата на интеграција претставува исто така пречка за влез на нови оператори на пазарот кои допрва треба да изградат сопствена мрежа и да го развијат портфолиот на услуги. Од тој аспект операторите Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ се во состојба да ги користат економиите на интеграција поради тоа што имаат широко портфолио на услуги и активно работат на повеќе пазари користејќи ја сопствената мрежна инфраструктура. Токму овој факт оди во прилог на остварување важна корист од економиите на интеграција и намалување на трошоците по единица услуга.

Операторите ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ може ограничено да ги користат привилегиите од интеграцијата на сервисите како корисници на пристапната мобилна мрежна инфраструктура на операторите А1 Македонија ДООЕЛ и Македонски Телеком АД. Но тоа во никој случај не е нивото на слобода и корист што би го остварувал како мобилен мрежен оператор. Меѓутоа, земајќи го во предвид принципот на засебни подпазари за големопродажната услуга за завршување на повик

на сопствениот подпазар, сепак, секој од операторите и мрежните и виртуелните ја имаат пазарната доминација.

Двата оператори се доминантни на повеќе малопродажни пазари не само на пазарот на мобилни комуникации туку и на други соседни малопродажни пазари каде обезбедуваат услуги користејќи ја истата мобилната мрежна инфраструктура, што им овозможува максимално искористување на користа од економиите на интеграција.

## 7.6 Степен на вертикална интеграција

Методологијата за анализа на пазари ја третира вертикалната интеграција како фактор кој силно влијае врз пазарната моќ на операторот. Преку вертикалната интеграција се подразбира било кое однесување со кое претпријатието може да ја пренесе пазарната моќ која ја поседува на еден малопродажен пазар на соодветниот големопродажен пазар или обратно.

Според овој критериум треба да се земе во предвид дали операторот, дејствува како давател на услуги на големопродажниот пазар и истовремено нуди услуги на крајните корисници на малопродажниот пазар, односно дали на малопродажниот пазар се натпреварува со корисниците на своите услуги на големопродажниот пазар. Постоењето на вертикална интеграција може да претставува пречка за влегувањето на нови конкуренти на релевантните пазари на големо и мало, создава предности пред постојните конкуренти на овие пазари и е потенцијална можност за пренос на пазарно влијание од единиот на другиот пазар.

Вертикалната интеграција ја дефинираме како секоја можност на операторот со значителна пазарна моќ на другите оператори корисници на мрежа, да им откажува пристап до сопствените инпути, одбивање или преговарачко одоловлекување за склучување на договор за интерконекција и обезбедување на услугата за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи.

На тој начин со моќта на големопродажниот пазар операторот со значителна пазарна моќ може да влијае на потенцијалната конкуренција на релевантниот малопродажен пазар за мобилни комуникации со што таму ќе го отежни или попречи влезот на нови конкуренти. Бидејќи можноста за пренос на моќта од еден на друг пазар предизвикува одржување на значителната пазарна моќ и попречување на развојот на ефективната конкуренција, истата потенцијално е штетна за благосостојбата на определен релевантен пазар.

Согласно погоре наведеното AEK ќе заклучи дека операторите Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ се вертикално интегрирани оператори кои поседуваат сопствена мрежна инфраструктура и со тоа се присути на големопродажниот пазар за услугите за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи и на соодветниот малопродажен пазар на мобилни комуникации обезбедувајќи услуги на сопствените крајни корисници.

Според тоа овие оператори се во состојба да ја пренесат мокта што ја имаат на големопродажниот пазар на соодветниот малопродажен пазар. Користејќи ја сопствената мрежна инфраструктура (2G, 3G или 4G) обезбедуваат услуги на своите крајни корисници независно од друг оператор, самостојно одредуваат цена за малопродажната услуга, по квалитет и технички карактеристики различни од оние на конкурентите. Оваа независност во создавање на своето малопродажно портфолио им овозможува создавање на конкурентска предност која оператор кој користи големопродажна услуга не е во состојба да ја има. Според тоа и двата оператори, Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ како вертикално интегрирани може да ја користат својата пазарна мок за да спречат влез на нови оператори на малопродажниот пазар за мобилни комуникации преку доминацијата што ја поседуваат на големопродажниот релевантен пазар.

За разлика од нив виртуелните оператори ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ не поседуваат сопствена мобилна мрежна комуникациска инфраструктура и според тоа не се во состојба да остварат привилегии од аспект на овој критериум. Според тоа операторите ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ не поседуваат пазарна доминација од аспект на овој критериум.

## 7.7 Високо развиена дистрибутивна и продажна мрежа

Развиената продажната и дистрибутивната мрежа игра клучна улога во продажбата на услугите особено малопродажните, но и големопродажната услуга. Преку развиена продажба, услугите може да бидат продадени поефтино и поефикасно. Искусни продавачи влијаат и на нивото на купување на крајните корисници на начин што може да ја зголемат продажбата.

Двата мрежни оператори од аспект на големопродажниот пазар имаат свои продажни единици во рамки на делот регулатива каде активно се работат големопродажните услуги и се потпишуваат договори со други оператори партнери не само за големопродажните услуги на овој релевантен пазар туку за целосното големопродажно портфолио на операторот.

Од овој аспект и двата оператори Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ поседуваат пазарна доминација. Операторот ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ не може да ги користи привилегиите од ваквиот тип на пазарна доминација.

## 7.8 Недостаток на потенцијална конкуренција

Самата структура на пазарот на мобилни комуникации го објаснува нивото на развој на ефективната конкуренција на тој пазар. Високата пазарна концентрација говори за недостиг на постоечка конкуренција. 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 учесници 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.

На пазарот на мобилни комуникации активни се два мобилни мрежни оператори и еден виртуелен мобилен оператор. Двата оператори ги имаат постигнато и ги користат привилегиите од економиите на обем и интеграција и вертикалната интеграција. Располагаат со доволна количина на радиофrekvenциски ресурс со која може да ја оптимизираат својата мрежа и да остваруваат минимални трошоци во своето работење. На тој начин се во состојба да постигнуваат и подобри малопродажни цени за мобилните услуги. Сите овие привилегии од аспект на структурата на пазарот и легалните бариери, нов пазарен учесник нема да биде во состојба целосно или делумно да ги испорчува. Значи, нов оператор би поседувал ограничен радиофrekvenциски ресурс за кој треба да аплицира на јавен тендер за да го добие. Истиот чини многу и оптимизацијата на фrekvenцискиот опсег и неговото користење се комплицирани. Иако може да се констатира дека државата располага со доволна количина на спектар за влез на нов мрежен оператор сепак целиот тој процес набљудуван од легална или структурна природа одзема време, пари и човечки потенцијал и енергија за да тоа се постигне. Особено новиот пазарен учесник тоа не може да го постигне на краток рок.

Сето ова значи дека потенцијалната конкуренција може и добро е да се создава, но сепак треба да се констатира дека од аспект на структурните и легални бариери што постојат на пазарот, истата е ограничена и претставува бариера. Ова ја потврдува пазарната доминација на двата мобилни мрежни оператори Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ на пазарот на мобилни комуникации и особено на големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

#### **7.9 Заклучоци за постоење на конкуренција на релевантниот пазар и проценка за постоење на оператор со значителна пазарна моќ**

Врз основа на спроведената анализа на релевантниот пазар, АЕК утврдува дека на големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи, не постои ефективна конкуренција, како и тоа дека операторите Македонските Телеком АД Скопје и А1 Македонија ДООЕЛ Скопје поседуваат значителна пазарна моќ на овој релевантен големопродажен пазар по сите наведени и разгледани критериуми. Тука мора да се констатира дека дел од критериумите целосно или делумно не важат за потврдување на доминација на

мобилните виртуелни оператори, но почитувајќи ги специфичностите на овој големопродажен пазар и неговите подпазари ќе биде констатирано дека и виртуелните мобилни оператори ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и РОБИ ДООЕЛ поседуваат целосна пазарна доминација од аспект на услугата завршување на говорен повик во мобилна мрежа во сопствениот пазар. Сите три оператори имаат 100% пазарно учество и доминација на својот големопродажен пазар, од причина што само тие можат да завршат говорен повик упатен до свој краен корисник.

Операторите поседуваат доминантна пазарна позиција и се наоѓаат во ситуација која им овозможува да се однесуваат независно еден од друг и независно од другите конкуренти на пазарот.

Постоењето на значителна пазарна моќ на операторите Македонските Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје, ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје и РОБИ ДООЕЛ Штип е одредена преку анализа на критериумите согласно членот 77 од ЗЕК а кои не се применуваат кумулативно и подетално пропишани во Методологијата за анализа на релевантните пазари донесена од АЕК.

Како инструменти за утврдување на значителна пазарна моќ ги утврдуваме:

- уделот што операторот го има на релевантен пазар,
- контрола на инфраструктурата која не може лесно да се дуплира,
- недостатокот на компензацијска куповна моќ
- економии на обем,
- економии на интеграција,
- степен на вертикална интеграција
- високо развиена дистрибутивна и продажна мрежа и
- недостаток на потенцијална конкуренција.

Согласно спроведената анализа, АЕК смета дека може и има доволно аргументи да заклучи дека операторите Македонските Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје и РОБИ ДООЕЛ Штип поседуваат **доминантна пазарна позиција** и според тоа може да се сметаат дека **поседуваат значителна пазарна моќ** секој на сопствениот релевантен големопродажен подпазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

## 8. Конкурентни проблеми на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Врз основа на спроведената анализа на пазарот и одредувањето на операторите Македонски Телеком АД, операторот А1 Македонија ДООЕЛ, операторот ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ и операторот РОБИ ДООЕЛ за оператори кои поседуваат доминантна позиција на големопродажниот пазар и со тоа секој поединечно индивидуална значителна пазарна моќ на сопствениот подпазар за услугата завршување на повик во мобилна мрежа, потребно е да бидат разгледани повеќе конкурентни проблеми и можноста за нивно настанување. Овие потенцијални конкурентни проблеми се утврдени со Методологијата за анализа на релевантните пазари донесена од АЕК и заведена по архивски број 1302-1803/4 од 03.10.2014 година.

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

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

Дел од конкурентните проблеми од овие категории понатаму ќе бидат подетално разгледани.

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

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

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

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

### Одбивање на договор/одбивање на пристап

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

Во ситуација кога на релевантниот големопродажен пазар за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи се утврдени два оператори Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ кои поседуваат распоредот на мрежна инфраструктура, најголеми според бројката на активни корисници, мошне веројатно е дека и двата постоечки оператори ќе постапуваат на начин што би се појавил овој конкурентен проблем. Во отсуство на регулатива за интерконекција пристап до мрежа за обезбедување на услугата завршување на повик, може да се очекува на барањето за воспоставување на интерконекција од страна на нов учесник на пазарот, на истото да биле одговорено негативно, или да бидат поставувани неразумни услови. Ваквото постапување на постоечки оператори со значителна пазарна моќ ќе значи и одбивање од влез на нови оператори на пазарот на мобилни комуникации, што директно ќе влијае на спречување на развојот на конкуренцијата во следниот период. Обврските за интерконекција и пристап од членот 73 од ЗЕК ќе создадат услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

### Пренесување на пазарна моќ преку неценовни категории

#### Дискриминаторска употреба или задржување на информации

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

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

### Тактика на пролонгирање

Една од формите на **тактиката на пролонгирање** може да биде кога операторот со значителна пазарна моќ на големопродажните пазари дава на конкурентите во

малопродажниот пазар пристап до пазарот на неопходните големопродажни услуги, но со пролонгиран период на обезбедување во споредба со оној што го обезбедува во сопствената компанија. Други примери на тактиката на пролонгирање може да биде непотребно долготрајните преговори или наводните технички проблеми. Покрај креирањето на несигурност за конкурентите, оваа тактика на пролонгирање може да резултира во повисоки трошоци за конкурентите и состојба во која потешко ќе доаѓаат до потенцијалните нови корисници. Во отсуство на регулација очекувано е дека во иднина ќе се појавуваат ваков вид на конкурентни проблеми. Обврските за недискриминација при интерконекција или пристап (член 85) од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

### Неоправдано барање

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

### Пренесување на пазарна моќ преку цени

#### Субвенционирање

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

учесници од влез на пазарот. Доколку имаат слобода во одредувањето на високи големопродажни цени над трошоците, тогаш операторите со доминантна позиција добиваат можност да создаваат ваков вид на конкурентски проблеми. Наметнувањето на обврската за контрола на цени и обврска за сметководство на трошоци согласно член 88 и обврската за посебно сметководство при интерконекција или пристап од членот 86 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

### Поединечна значителна пазарна моќ

Покрај потенцијалните конкурентни проблеми кои се поврзани со пренесување на пазарната моќ врз основа на вертикалната интеграција на поврзани пазари, постојат и потенцијални конкурентни проблеми поврзани со високата доминантна позиција на операторот на пазарот. Еден од нив е проблемот на појава на експлоатирачко однесување. Овој проблем се изразува преку зголемување на цените од страна на оператор со значителна пазарна моќ. Тоа значи дека при не постоење соодветна ефективна конкуренција на пазарот операторот со значителна пазарна моќ ќе биде во состојба да реализира прекумерни цени за услугата за завршување на повик кои ќе бидат ставени на товар на конкурентните оператори особено ново влезените оператори на пазарот. Тоа ќе му овозможи екстра добивка на операторот со значителна пазарна моќ. Обврската за недискриминација при интерконекција или пристап согласно членот 85 и обврската за контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци согласно членот 88 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

### Завршување

Во случај на раскинување на договор треба да бидат разгледани два случаи:

- интерконекција помеѓу мрежи кои се конкурентни помеѓу себе за корисниците на малопродажниот пазар како што е случајот мобилна кон мобилна телефонија и
- интерконекција помеѓу мрежи кои не се конкурентни помеѓу себе за корисниците на малопродажниот пазар како што е случајот фиксна кон мобилна или мобилна кон фиксна телефонија.

### Прекумерни цени

Прекумерните цени можат да претставуваат конкурентен проблем за алтернативните оператори токму поради специфичностите на пазарот за услугите за завршување на повик, а се однесуваат на ситуација во која токму операторот со значителна пазарна моќ поради примената на принципот "calling party pays" (страната што повикува плаќа), е мотивиран да ја зголеми цената на големопродажната услуга за завршување на повик во сопствена мрежа. Со ваков чекор операторот не предизвикува никакво ценовно влијание кај сопствените крајни корисници туку кај оние на конкуренцијата.

Операторот кој ја користи услугата за завршување на повик ќе ја плати таа повисока цена. Ова би претставувало проблем за нов оператор на пазарот. Обврската за недискриминација при интерконекција или пристап согласно членот 85 и обврската за контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци согласно членот 88 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

### **Ценовна дискриминација**

Ценовната дискриминација значи дека операторот со значителна пазарна моќ обезбедува различна цена за големопродажната услуга за своите малопродажни единици во споредба со онаа која ја дава на друг оператор корисник на истата големопродажна услуга за завршување на повик во мобилна мрежа. Тоа значи операторот е во состојба да обезбеди различни цени за истата услуга за различни оператори, не зависно дали станува збор за повик од мобилна кон мобилна мрежа или од фиксна кон мобилна мрежа. Обврската за недискриминација при интерконекција или пристап согласно членот 85 и обврската за контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци согласно членот 88 од ЗЕК ќе создаде услови за превенција на појавата на ваква форма на конкурентски проблеми.

### **Одбивање на договор/ одбивање на интерконекција**

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

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

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

## 9. Продолжување на регулаторните обврски на оператор со значителна пазарна моќ – големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи

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

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

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

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

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

Врз основа на горенаведеното, после спроведената анализа на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи, АЕК заклучи дека операторите Македонски Телеком АД – Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје поседуваат доминантна позиција на пазарот и со тоа се определуваат за оператори со значителна пазарна моќ.

Врз основа на анализата со која се констатира дека постои недостаток на ефективна конкуренција на релевантниот пазар, предмет на оваа анализа АЕК на операторите „Македонски Телеком АД“ – Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје, определени за оператори со значителна пазарна моќ му ги продолжува веќе наметнатите обврски, кои се базирани на природата на идентификуваниот проблем, оправдани и пропорционални, и тоа: обврски за интерконекција и пристап, обврска за транспарентност при интерконекција или пристап, обврска за недискриминација при интерконекција или пристап, обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап и контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци, во согласност членовите 73, 84, 85, 86 и 88 од ЗЕК и подзаконските акти донесени од страна на АЕК.

Во продолжение, АЕК во согласност со член 82 од ЗЕК и во соработка со Комисијата за заштита на конкуренција на определените оператори со значителна пазарна моќ Македонски Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје им ги продолжува веќе наметнатите обврски за кои проценува дека се најсоодветни за спречување на злоупотреба на постојната значителна моќ на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи. Тоа се следните обврски:

#### **Обврски за интерконекција и пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторите со значителна пазарна моќ Македонски Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје му ја продолжува обврската за интерконекција и пристап согласно членот 73.

#### **Обврска за транспарентност при интерконекција или пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторите со значителна пазарна моќ Македонски Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје му ја продолжува обврската за транспарентност при интерконекција и пристап согласно членот 84.

#### **Обврска за недискриминација при интерконекција или пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторите со значителна пазарна моќ Македонски Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје му ја продолжува обврската за недискриминација при интерконекција и пристап согласно членот 85.

#### **Обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторите со значителна пазарна моќ Македонски Телеком АД Скопје, А1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје му ја продолжува обврската за водење на посебно сметководство при интерконекција и пристап согласно членот 86.

#### **Контрола на цени и обврски за сметководство на трошоии**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторите со значителна пазарна моќ Македонски Телеком АД Скопје, A1 Македонија ДООЕЛ Скопје и ЛАЈКАМОБАЈЛ ДООЕЛ Скопје му ја продолжува обврската за контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци согласно членот 88.

## **10. Наметнување на обврски на оператор со значителна пазарна моќ - големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи**

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

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

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

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

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

Врз основа на горенаведеното, после спроведената анализа на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи, АЕК заклучи дека операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип поседува доминантна позиција на релевантниот пазар за услугата за завршување на повик во сопствената виртуелна мобилна мрежа и со тоа се определува за оператор со значителна пазарна моќ.

Врз основа на анализата со која се констатира дека постои недостаток на ефективна конкуренција на релевантниот пазар, предмет на оваа анализа АЕК на операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип, определен за оператори со значителна пазарна моќ му наметнува обврски, кои се базирани на природата на идентификуваниот проблем, оправдани и пропорционални, и тоа: обврски за интерконекција и пристап, обврска за транспарентност при интерконекција или пристап, обврска за недискриминација при интерконекција или пристап, обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап и контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци, во согласност членовите 73, 84, 85, 86 и 88 од ЗЕК и подзаконските акти донесени од страна на АЕК.

Во продолжение, АЕК во согласност со член 82 од ЗЕК и во соработка со Комисијата за заштита на конкуренција на определениот оператор со значителна пазарна моќ ТРД

Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип му ги наметнува обврските за кои проценува дека се најсоодветни за спречување на злоупотреба на постојната значителна моќ на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни електронски комуникациски мрежи. Тоа се следните обврски:

#### **Обврски за интерконекција и пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип му ја наметнува обврската за интерконекција и пристап согласно членот 73.

#### **Обврска за транспарентност при интерконекција или пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип му ја наметнува обврската за транспарентност при интерконекција и пристап согласно членот 84.

#### **Обврска за недискриминација при интерконекција или пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип му ја наметнува обврската за недискриминација при интерконекција и пристап согласно членот 85.

#### **Обврска за посебно сметководство при интерконекција или пристап**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип му ја наметнува обврската за водење на посебно сметководство при интерконекција и пристап согласно членот 86.

#### **Контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци**

Согласно член 82 став 2 од Законот за електронските комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/2015, 11/2018, 21/2018 и 98/2019) АЕК на операторот со значителна пазарна моќ ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип му ја наметнува обврската за контрола на цени и обврски за сметководство на трошоци согласно членот 88.

Врз основа на Препораката<sup>3</sup> за регулаторен третман на цените за терминација во фиксна и мобилна во ЕУ и Заедничкиот Став на ERG (BEREC)<sup>4</sup>:

Точка (17) од Препораката гласи: "Нов учесник на пазарот може да биде третиран дека има повисоки трошоци по единица услуга за определен транзициски период додека постигне минимален степен на ефикасност во работењето. Националното регулаторно тело може да им овозможи, после потврдувањето дека постојат реални пречки на пазарот за влез на нови учесници, дека постојат бариери за експанзија, да ги надоместат нивните повисоки инкрементални трошоци од оние на моделираниот оператор за транзициски период кој не треба да биде подолг од 4 години после влезот на пазарот.

Земајќи го во предвид и заедничкиот став на ERG (BEREC), разумно е да се предвиди еден период од 4 години во кој ќе биле воспоставена асиметрија на големопродажната цена на новиот оператор, засновано на проценка дека на новите оператори на малопродажниот пазар на мобилни комуникации им се потребни три до четири години после влезот за да достигнат пазарен удел помеѓу 15 – 20% , при што би постигнале минимум степен на ефикасност."

Земајќи ја предвид оваа Препорака и Заедничкиот став на ERG (BEREC), АЕК одлучува да ја аплицира оваа препорака преку големопродажната цена на операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип за услугата за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа. Операторот врз основа на сопственото моделирање на трошоците ќе ја предложи големопродажната цена за услугата за завршување на повик во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа како хибриден виртуелен мобилен мрежен оператор согласно Правилникот за содржината и информациите што треба да бидат објавени во Референтната понуда за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги објавен во Службен весник на РМ бр. 94 од 16.05.2016. Големопродажната цена за услугата завршување на повик ќе се изедначи (целосна симетрија) со цените на другите два активни мобилни мрежни оператори Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ до истекот на четири години сметани од моментот на влез на пазарот на операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип согласно службената евиденција на Агенцијата за електронски комуникации.

<sup>3</sup> COMMISSION RECOMMENDATION of 7 May 2009 on the Regulatory Treatment of Fixed and Mobile Termination Rates in the EU

<sup>4</sup> ERG (07) 83 final 080312 - ERG's Common Position on symmetry of fixed call termination rates and symmetry of mobile call termination rates

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

Врз основа на член 24 став 1 алинеа 5 од ЗЕК, а во врска со членовите 73, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86 и 88, од Законот за електронски комуникации (Службен Весник на Република Северна Македонија број 39/2014, 188/2014, 44/2015, 193/15, 11/2018, 21/2018 и 98/2019), во постапката за определување на оператор со значителна пазарна моќ на определен релевантен пазар, директорот на Агенцијата за електронски комуникации на ден 20 ја донесе следната:

**ОДЛУКА**

I

СЕ ОПРЕДЕЛУВА ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип, за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Северна Македонија.

II

На ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип му се наметнуваат следните обврски:

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

III

ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип се задолжува во рок од 30 дена од денот на донесување на оваа Одлука да достави Предлог на референтна понуда за интерконекција усогласена со член 84 став 3 од Законот за електронските комуникации.

IV

ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип е должно обврските утврдени во точка II на оваа Одлука да ги исполнi на начин и постапка утврдена во согласност со Законот за електронските комуникации и прописите донесени врз основа на него.

V

Оваа Одлука влегува во сила со денот на донесувањето.

VI

Одлуката е конечна.

## ОБРАЗЛОЖЕНИЕ

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

Во согласност со членот 13 од Законот за електронските комуникации на ден 22.01.2020 год. Нацрт документот за анализа на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи беше објавен на јавна расправа со што им беше дадена можност на сите заинтересирани страни да достават свои мислења и забелешки. Финалниот документ од анализата беше објавен на веб страницата на Агенцијата за електронски комуникации на ден \_\_\_.2020 год.

Со анализата беше опфатен периодот од 01.01.2017 год до 30.06.2019 година. Основна цел на анализата беше да се определи дали на релевантниот пазар има доволно конкуренција или тој се приближува кон состојба на ефективна конкуренција, или пак постен оператор на јавна мобилна комуникациска мрежа кој има моќ и капацитет самостојно или заедно со други оператори да дејствува независно од конкурентите и корисниците на тој пазар во однос на цените или понудата, односно да се определи дали на пазарот постен оператор со значителна пазарна моќ.

При проценката дали еден оператор има значителна пазарна моќ на релевантен пазар беа земени во предвид критериумите утврдени во членот 77 од Законот за електронски комуникации и притоа се утврди дека:

- операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип започнува со работа како хибриден виртуелен мобилен мрежен оператор на пазарот на мобилни комуникации на 01. Октомври 2018 година. Своите први корисници во кварталите извештаи ги пријавува започнувајќи од 01. Јануари 2019 година. Во моментот на спроведување на оваа анализа операторот поседува 0.42% од вкупниот малопродажен пазар на мобилна телефонија според бројот на претплатници на крајот на вториот квартал од 2019 година.
- операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип гледано од аспект на контрола на инфраструктурата (сопствена или изнајмена), ќе заклучиме дека операторот кој поседува мрежна инфраструктура или оној кој ја изнајмува се во состојба да ја обезбедуваат услугата за завршување на повик во јавна мобилна

комуникациска мрежа до своите крајни корисници. На тој начин тие имаат сопствена пазарна доминација на сопствената физичка или виртуелна мрежна инфраструктура.

- ниту еден друг оператор не е во состојба да ја обезбедува услугата за завршување на повик освен операторот во чија мрежа (сопствена или изнајмена) завршува упатениот повик. Според тоа операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип поседува пазарна доминација за повиците кои ги завршуваат кај сопствените крајни корисници а ги добива од другите мобилни оператори врз основа на договорите за интерконекција кои ги склучил.

Имајќи го предвид сето погоре наведено, како и фактот дека постојат ограничувања за влез на пазарот и отсуството на ефективна конкуренција се доволен показател за постоење на доминација на пазарот. Според тоа беше донесен заклучок дека операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип е оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на географско подрачје на Република Северна Македонија. Врз основа на Препораката<sup>5</sup> за регулаторен третман на цените за терминација во фиксна и мобилна во ЕУ и Заедничкиот Став на ERG (BEREC)<sup>6</sup>:

“Нов учесник на пазарот може да биде третиран дека има повисоки трошоци по единица услуга за определен транзициски период додека постигне минимален степен на ефикасност во работењето. Националното регулаторно тело може да им овозможи, после потврдувањето дека постојат реални пречки на пазарот за влез на нови учесници, дека постојат бариери за експанзија, да ги надоместат нивните повисоки инкрементални трошоци од оние на моделираниот оператор за транзициски период кој не треба да биде подолг од 4 години после влезот на пазарот.

Земајќи го во предвид и заедничкиот став на ERG (BEREC), разумно е да се предвиди еден период од 4 години во кој ќе биде воспоставена асиметрија на големопродажната цена на новиот оператор, засновано на проценка дека на новите оператори на малопродажниот пазар на мобилни комуникации им се потребни три до четири години после влезот за да достигнат пазарен удел помеѓу 15 – 20% , при што би постигнале минимум степен на ефикасност.”

Земајќи ја предвид оваа Препорака и Заедничкиот став на ERG (BEREC), АЕК одлучува да ја аплицира оваа препорака при имплементирање на големопродажната цена на операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип. Операторот врз основа на сопственото моделирање на трошоците ќе ја предложи големопродажната

<sup>5</sup> COMMISSION RECOMMENDATION of 7 May 2009 on the Regulatory Treatment of Fixed and Mobile Termination Rates in the EU

<sup>6</sup> ERG (07) 83 final 080312 - ERG's Common Position on symmetry of fixed call termination rates and symmetry of mobile call termination rates

цена за услугата за завршување на повик во јавна мобилна електронска комуникациска мрежа како целосен виртуелен мобилен мрежен оператор согласно членот 88 од Законот за електронските комуникации и Правилникот за содржината и информациите што треба да бидат објавени во Референтната понуда за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги објавен во Службен весник на РМ бр. 94 од 16.05.2016. Големопродажната цена за услугата завршување на повик ќе се изедначи (целосна симетрија) со цените на другите два активни мобилни мрежни оператори Македонски Телеком АД и А1 Македонија ДООЕЛ до истекот на четири години сметани од моментот на влез на пазарот на операторот ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип согласно службената евиденција на Агенцијата за електронски комуникации.

Со оглед на ова а во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата на определениот оператор со значителна пазарна моќ му се утврдуваат обврски кои му се наметнуваат и за кои се смета дека се најсоодветни за констатираната доминација на операторот на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи.

Со оглед на ова а врз основа на член 24 од ЗЕК, а во врека со членовите 73, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86 и 88, од Законот за електронски комуникации (Службен Весник на Република Македонија број број 39/2014, 188/2014, 44/2015 и 193/15, 11/2018, 21/2018 и 98/2019), Директорот на Агенцијата за електронски комуникации донесе Одлука како во диспозитивот.

Директор  
Сашо Димитријоски

Наш бр. 1302-1123/1  
Скопје, 13.03.2020

Александар Коневски  
Советник во одл за анализа на пазарите

Марјан Ќејовски  
Раководител на одл. за анализа на пазарите

Раководител на Сектор за регулатива  
Кристина Божиновска

Синиша Апостоловски  
Советник за регулатива (по овластување)

Наш бр. \_\_\_\_\_  
Скопје, \_\_\_\_\_

Директор  
Сашо Димитријоски

## Коментари на оператор А1 Македонија (додиени на мејл)

Почитувани,

Во продолжение Ви доставуваме коментар на А1 Македонија во однос на Нацрт документ за анализа на големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа.

Иако самата анализа не навлегува во елаборација на ефикасноста на операторите, во Образложението се наведуваат ставови во однос на асиметријата на надоместоците за терминација и се прејудицира воведување на асиметрични надоместоци за ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип.

Став на А1 Македонија е дека за воведување на асиметрични надоместоци неопходна е темелна анализа на функционирањето на ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип. Само доколку таквата анализа покаже дека постои недостаток на ефикасност на работењето на операторот може да се разгледува воведување на асиметрија и тоа до соодветно ниво според евентуално утврденото ниво на недоволна ефикасност.

Ваквите разгледувања би биле оправдани при одобрувањето на Референтната понуда на ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип доколку операторот предложи висина на надоместок за терминација кој е асиметричен во однос на постојните оператори. Секако, притоа таквиот надоместок би требало да биде соодветно поткрепен со податоци и информации за евалуација на евентуалниот степен на неефикасност.

Имајќи предвид лека ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип функционира како хибриден виртуелен мобилен оператор, значителен дел од инвестициите за воспоставување на јавна мобилна комуникациска мрежа се избегнати и поради тоа не влијаат на ефикасноста. Мошне важно е да се утврди точно каква е конструкцијата на инвестициите и оперативните трошоци зависно од NVNO моделот во проценката на степенот на неефикасност. Дополнително, не постојат индикации дека ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип има намера да ја развива сопствената инфраструктура во насока на изградба на радио-комуникациска мрежа и ангажман на ресурси – радиофреквенции за мобилни комуникациски услуги. Не помалку важен е и фактот дека основната мрежа за обезбедување на мобилните комуникациски мрежи на ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип е веќе подолго време во употреба за обезбедување на фиксните комуникациски услуги на операторот, што укажува дека потребниот степен на ефикасност е веќе постигнат.

### **Предлагаме да се изземе делот од образложението со кој се прејудицира воведувањето на асиметрија во полза на ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип.**

Во продолжение ги наведуваме основите според кои сметаме дека воведувањето на асиметрија според ставот во образложението е несоодветно.

Одлуката за утврдување на ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип за оператор со значителна пазарна моќ на релевантниот големопродажен пазар за услуги за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи на географското подрачје на Република Северна Македонија се базира на критериумот дека единствено операторот кој поседува мрежна инфраструктура или оној кој ја изнајмува се во

состојба да ја обезбедуваат услугата за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа до своите крајни корисници и на тој начин тие имаат пазарна доминација на сопствената физичка или виртуелна мрежна инфраструктура.

Во рамки на Анализата на големопродажниот пазар за услуги за завршување на повик во јавна мобилна комуникациска мрежа не се констатирани други елементи кои уплатуваат на степенот на ефикасност на операторите.

Ставот во однос на правото на асиметрија се елаборира врз основа на Препораката за регулаторен третман на цените за терминација во фиксна и мобилна во ЕУ и Заедничкиот Став на ERG (BEREC), дека за нов учесник на пазарот може да биде сметано дека има повисоки трошоци по единица услуга за определен транзициски период додека постигне минимален степен на ефикасност во работењето.

Иако е јасно дека ставот на ERG (BEREC) во однос на евентуална асиметрија на надоместоците за терминација на повици е мошне предметен во целокупното разгледување на надоместокот за терминација на новите учесници на пазарот, сепак овој став предвидува и одредени услови според кои би требало да биде преименуван.

Имено, согласно ставот на ERG (BEREC) кој е предвиден во Препораката на Европската Комисија (COMMISSION RECOMMENDATION of 7 May 2009 on the Regulatory Treatment of Fixed and Mobile Termination Rates in the EU 2009/396/EC) предвидени се повеќе услови за утврдување на евентуален асиметричен режим на надоместоците за терминација.

1. Ставот предвидува примена на асиметричен надоместок за нов учесник на пазарот во период додека се постигне минимален степен на ефикасност. Според тоа неопходно е да се докаже дека новиот учесник на пазарот работи во услови на недоволна ефикасност.
2. Степенот на ефикасност во голема мерка зависи од начинот на кој новиот учесник ги обезбедува услугите, а особено до кое ниво воспоставува и гради комуникациска мрежа. Познато е дека најголемиот дел од инвестициите во мобилни комуникациски мрежи се во доменот на изградба на радиокомуникациската мрежа и обезбедувањето на ресурсите (радиофреквенциите), а помал дел отпаѓа на делот на основната мрежа. ТРД Кабловска телевизија РОБИ функционира како хибриден MVNO и според моделот внимателно треба да се процени степенот на неефикасност, а со тоа и евентуалниот степен на асиметрија.  
Дополнително, во случајот на ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип основната мрежа е веќе воспоставена за услугите на операторот во домен на фиксните услуги каде функционира повеќе години.
3. Согласно условите за обезбедување на пристап на големопродажно ниво за обезбедување на услуги во доменот на мобилните комуникации предвидени се услови и мерки за обезбедување на ефикасност на MVNO (Правилникот за содржината и информациите што треба да бидат објавени во референтната понуда за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги - Службен весник на РМ, бр. 94 од 16.05.2016 година).  
Токму со овие мерки се постигнува виртуелниот оператор да поседува ефикасност како и мрежниот оператор. Тоа мора да биде земено предвид во евентуалното утврдување на степенот на ефикасност.
4. Во рамки на околностите за ставот на ERG (BEREC), предвид се земаат и евентуални бизнис одлуки на новите учесници на пазарот во однос на нивниот фокус на сегменти од кои поефикасно би се оствариле резултатите. Тоа особено е истакнато дека влијае во случај на настал на пазарот на фиксни услуги при што најчесто фокусот е на средини со поголема густина

на популација и економска активност, како и транзитот помеѓу такви средини. Иако во случајов станува збор за мобилни комуникациски услуги, а не фиксни како што се посочува во ставот, сепак станува збор за виртуелен оператор, а не мрежен оператор, кој е во позиција да ги насочи своите активности токму во домен кој обезбедува повисока ефикасност. Тоа секако не е случај доколку операторот воспоставува сопствена пристапна инфраструктура при што не би бил во можност да приоретизира одредени центри туку пред се е неопходно да обезбеди покривање на целата територија.

5. Точно е дека новите учесници на пазарот не се во можност да остварат економија на обем извесно време по отпочнувањето со работа, а со тоа и подобра ефикасност на ангажирањето на ресурсите. Сепак, во случајов станува збор за виртуелен оператор кој својата ефикасност ја базира на оперативни трошоци, а не инвестиции кои на долг рок треба да се враќаат. Затоа и условот за постигнување на економија на обем треба да се разгледува во ограничени рамки и притоа задолжително да се земат предвид постојните активности и експлоатација на предметните ресурси.

Веруваме дека Агенцијата ќе ги има предвид наведените аргументи и ќе го изземе делот од образложението со кој се прејудицира воведувањето на асиметрија во полза на ТРД Кабловска телевизија РОБИ ДООЕЛ Штип, а при понатамошните постапки во насока на регулација на надоместокот за терминација ќе посвети соодветно внимание на сите околности кои влијаат во утврдувањето на надоместокот.

#### Одговор на Агенцијата:

Во изминатиот период од моментот кога Агенцијата го разви bottom up LRIC моделот за услугите за завршување на повик во мобилни мрежи, па до моментот на доделување на асиметрија на операторот Ланка Мобайл, асиметријата како механизам за стимулирање на развојот на конкуренцијата на мобилните пазари беше користена алатка. Оваа регулаторна пракса Агенцијата одлучи да продолжи да ја применува и понатаму.

Ова од причина што Агенцијата смета дека пазарот на мобилна телефонија во РСМ е доста поразличен и со висок индекс на концентрација што е детално описано во Нацрт документот од анализата, од пазарите на повеќето земји членки на ЕУ или земјите од Западен Балкан кои имаат аспирации кон полноправно членство во ЕУ.

Операторот Ланка Мобайл како досегашен корисник на асиметрична цена (поголема) за услугата завршување на повик обезбеди повисоки трошоци кои ги оправда пред Агенцијата и со тоа до 2020 год имплементира асиметрични цени. Слична можност со оваа анализа се дава и на операторот кој е хибриден виртуелен мобилен оператор ТРД Роби ДООЕЛ Штип. Согласно предлог Одлуката за наметнување на регулаторни обврски доколку ги докаже трошоците пред Агенцијата согласно членот 88 од ЗЕК истиот ќе има можност да му бидат одобрени цени поразлични од оние на постојните оператори.

Операторот ТРД Роби ДООЕЛ Штип има обврски согласно ЗЕК после добивање на Одлуката од Агенцијата со која се определува за оператор со значителна пазарна моќ и му се наметнуваат регулаторни обврски, да изработи Референтна понуда во рок од 30 денови и да ја достави до Агенцијата на одобрување. Заедно со референтната понуда операторот треба да достави и

податоци и информации со кои ќе ги оправда и образложи цените и трошоците врз база на кои ја објаснува својата ефикасност.

Агенцијата смета дека овој механизам кој го применува, а истиот е препорачан во Документите на Европската Комисија би можел да придонесе кон развојот на конкуренцијата на пазарите на мобилна телефонија.

**МАКЕДОНСКИ ТЕЛЕКОМ АД - СКОПЈЕ**  
КРГ 13 ПИЛОТ МИМРИЧЕН БРОЈ КРГ СКОПЈЕ Р. МАКЕДОНИЈА

АО Агенција за електронски комуникации  
Кеј Димитар Влахов бр. 21  
1000 Скопје  
Г-дин Сашо Димитријески  
Директор на Агенцијата за електронски комуникации

**ПРЕДІМЕТ** Доставување на коментари на Македонски Телеком АД - Скопје на Анализа на пазарот за завршување на повик во јавни мобилни комуникациски мрежи

Почитувани,

Македонски Телеком АД (понатаму во текстот: МКТ) ја посправува намерата на Агенцијата за електронски комуникации (понатаму: АЕК) да направи петта анализа на релевантниот пазар за завршување на повикот во јавни мобилни комуникациски мрежи и Ви благодари за укажаната можност за искажување на нашето мислење преку доставување на коментари.

МКТ волјува да се согласува со заклучоците на АЕК од анализа на овој повик за завршување на повикот во мобилни мрежи, но нашата единствена претривност се однесува на моделот на постоење на асиметрични тарифи за терминирање на повикот во јавни мобилни комуникациски мрежи.

Европската Комисија е многу стриктна по однос на правилност во кои случај асиметричните цени за терминирања во мобилни мрежи се пропаганди. Согласно Европската Комисија, само во случај ако може да се докаже дека нов мобилен оператор кој работи сочуван под минималниот степен на ефикасност има повисок трошок по единица поединичен производ од мобилен оператор со трошковниот модел на регулаторот, и доколку мобиленот оператор со спочнува со пренада за раст на малотрошоците пазари, тогаш овие повисоки трошоци може да се компензираат за време на преодниот период преку асиметрични цени за терминирања во истовата мобилна мрежа. Овој период не треба да надвишува четири години по влезот на пазарот на последниот оператор.

Дополнително, Европската Комисија не го поддржува принципот на асиметрични налогови за мобилна терминирања. Според документот од Европска Комисија со број "C(2017) 7251 final" со наслов "Commission Decision concerning Case SK/2017/2010: Wholesale voice call termination on individual mobile networks in Slovakia – remedies" Комисијата напредува дека има веројатен сомнек дека Словачкиот регулатор правилно стручил да наметне асиметрија во цените за терминирања на повикот во мобилната мрежа на SWAN Словачка и за терминирања на повикот во сите останати мобилни мрежи во државата. Комисијата во овој документ исто така наподува да се одложи воведувањето на новите повисоки цени за терминирања на повикот во SWAN барем за 3 месеци, за да има доволно време да се докаже или оваа одлука на Словачкиот Регулатор е во согласност со принципот на недискриминација (членот 8(5) (б) од Framework Directive (Рамковата Директива на Европската Унија) и дали овој превземен чекор можеби ќе создаде барери на интерниот пазар за мобилна терминирања во Словачка. Дополнително, предложената асиметрија на цените за завршување на повик во виртуелниот оператор SWAN од страна

**МАКЕДОНСКИ ТЕЛЕКОМ АД - СКОПЈЕ**  
Адреса: Кеј 13-ти Ноември број 6, 1000 Скопје, Р. Македонија  
Телефон: +389 2 3100 200 | Факс: +389 2 3100 300 | Контакт центар: +389 2 122  
E-Mail: kontakt@telekom.mk | Internet: www.telekom.mk  
Сметка: 200000090141316 и ЕДБ МК4030997339640 | Лепонент Стопанска банка АД Скопје | ЕМБС 5168660

ISO 9001, ISO 14001 и ISO 27001 сертифицирана компанија

на Словачкот национален регулатор е само 10%, што е навистина мал процент на асиметрија, но на Европската Комисија и е поважен принципот на недискриминација отколку фактот дека треба да му се даде финансиска предност на најмалиот мобилен оператор за да се зголеми нивото на конкуренција во Словачка.

Податоците на Cullen International за земјите во Европа, а особено за членките на Европската Унија, се во согласност со нашата констатација дека постои симетрија на мобилните надоместоши за терминација. Во овој момент, во НИЕДНА земја членка на Европската Унија (ЕУ) не постои асиметрија на големопродажните цени за терминација на повици во јавни мобилни комуникациски мрежи. Иако од сликата подолу може да се види дека три земји во Европа имаат асиметрични цени, сепак треба да се има во предвид дека Швајцарија и Турција не се земји членки на ЕУ. Притоа, големопродажните цени за мобилна терминација во Швајцарија не се регулирани. Една од тие три земји очигледно е и Република Македонија. Овој приказ на Cullen International е од април 2019 година.



Оваа слика го поткрепува нашето тврдење дека асиметрија на големопродажните цени за терминирање на повици во мобилните мрежи, е надината регулативна пракса, која многу ретко се користи од страна на Европските регулатори во последните неколку години.

Европската Комисија бара воведување на симетрични цени за мобилно терминирање во сите земји членки. Ова, помеѓу другото, е јасно изнесено во Препорака на Комисијата за Регулативен третман на цените за фиксна и мобилна терминација во ЕУ (Commission Recommendation of 7th of May 2009 on the Regulatory Treatment of Fixed and Mobile Termination Rates in the EU - со број 2009/396/EC), каде е наведено дека регулаторот треба да обезбеди сериозна аргументација доколку наметне асиметрија на големопродажните цени за мобилна терминација.

Прашањето за нивото на големопродажни цени за терминација на повици во јавни мобилни комуникациски мрежи, како и тоа дали е соодветен модел на симетрични или асиметрични големопродажни цени, беше актуелно и имаше големо влијание за развојот на пазарот и нивото на конкуренција во годините кога услугата мобилна телефонија беше во фаза на раст и развој. Но, пазарните парадигми на пазарот на мобилна телефонија одамна се промениле и целокупно гледано овој пазар се повеќе треба да има третман на пазар на мобилни услуги. Самата услуга телефонија и повици во мобилни мрежи веќе подолг период се во фаза на

сатурација и супституција на услугата пренос на податоци (mobile data). Корисниците низ големите се новите користат пренос на податоци преку мобилна мрежа и оттука правиците за наметнување на соодветен регулативен третман на услугата терминација на повици нема круцијално стратешко значење за развојот и регулацијата на пазарот. Па искрет на мобилни услуги добива се поголем обем, се шират со нови услуги, решенија и сметаме дека во иднина регулацијата и надлежните регулатори треба да го запорбираат оваа прашање. Традиционалната регулација на големопродажни повици (во фиксни и/или мобилни мрежи) не ја постигнува целта за пад на развој на пазарот и ова треба да биде основното начело на регулаторот во блиска иднина.

Затоа, сметаме дека асиметријата не треба вооведе со цел сите мобилни оператори во РМ да имаат разноправен третман од страна на АЕК и дека за разлика од ЕУ во РМ сите МВМО оператори се заштитени со соодветна регулација на пазарот на мобилна терминација (односно пазар за пристап до јавни мобилни комуникациски мрежи и услуги за започнување на нови во јавни мобилни комуникациски мрежи) со ах-антре обврски каде практично истите имаат регулирани трошковио ориентирани големопродажни цели за пристап. На тој начин е исполнето основното регулативно начело на **недискриминација** и без разлика на моментално помалиот пазарни удел на овие МВМО оператори, Гус Mobile и Роби ДООЕЛ Штип, истите имаат еднакви услови за игра. Впрочем, тоа е главната посвета во целата Европска регулатива која го засега оваа прашање.

Од друга страна, во случај на асиметрична големопродажна цена за повиците кои завршуваат во мрежа на МВМО оператор, останатите оператори, пред се МКТ и А1 Оператор, поради зголемените трошоци, ќе можат да утврдат повисока мадепродажна цена за повиците кои би завршуваат кон претпоставиште на тој МВМО. На тој начин, отворена дилема е да ли утврдување на асиметрични големопродажни надоместоци за терминација на повици, ќе помогнат на новиот оператор како и на крајните корисници на сите оператори во РМ.

Од тие причини МКТ предлага асиметријата на цените за мобилна терминација да за не се вооведе вооведи и да се задржи недискриминаторскиот принцип на симетрија на големопродажните цени базирани на преемствите добиени од Bottom-Up LRIC модел на трошоците кој претходно бил ревизиран од страна на независен ревизор, согласно член 88 од ЗЕК.

Во очекување на јавна дебата за оваа анализа на пазар за завршување на нови во јавни мобилни комуникациски мрежи, се надеваме дека нашите предлози и забелешки ќе бидат земени во предвид во изготвување на финалниот документ и финалните одлуки за назначување на операторите со значителна пазарна моќ на овој релевантен пазар.

#### Одговор на Агенцијата:

Во изминатиот период од моментот кога Агенцијата го разви bottom up LRIC моделот за услугите за завршување на повик во мобилни мрежи, па до моментот на доделување на асиметрија на операторот Јанка Мобајл, асиметријата како механизам за стимулирање на развојот на конкуренцијата на мобилните пазарни бенефицети. Оваа регулаторна практика Агенцијата ја добила да ја применува иако што е напишало во коментарот на МКТ листата во земјите членки на ЕУ во моментот не е применета.

Ова од причини што Агенцијата смета дека пазарот на мобилна телефонија во РСМ е доста исклучен и со висок индекс на концентрација што е детално описано во Наштат документот од анализа, од пазарите на повеќето земји членки на ЕУ или земјите од Западен Балкан кои имаат вербални или полноврвни членство во ЕУ.

Операторот Јанка Мобајл како досегашен корисник на асиметрична цена (логотема) за услугата завршување на повик обезбеди новиски трошоци кои ги оправда пред Агенцијата и со тоа до 2020 год имплементира асиметрични цени. Слична можност со оваа анализа се дава и на операторот кој е либриден виртуелен мобилен оператор ТРД Роби ДООЕЛ Штип. Согласно предлогот Озлуката за назначување на регулаторни обврски доколку ги докаже трошоците пред Агенцијата согласно членот 88 од ЗЕК истите ќе има можност да му бидат одобрени цени и/or различни од оние на постојните оператори.

Агенцијата смета дека овој механизам кој го применува, а истиот е препорачан во Документите на Европската Комисија би можел да придонесе кон развојот на конкуренцијата на пазарите на мобилна телефонија.

Дополнително, Агенцијата во моментот не регулира ниту еден малопродажен пазар на мобилни комуникациски услуги, според тоа утиратувањето на цените во малопродажбата на операторите е нивна надлежност и деловна одлука.

Со исклучување:

Сектор за регулативни прашани

Директор на Сектор за регулативни и големопродажни прашани,  
Слободанка Гиневска