



Телеком Србија

Предузеће за телекомуникације а.д.

Београд, Таковска бр. 2.

ДЕЛОВОДНИ БРОЈ: 220420/1-2024
ДАТУМ: 17.5.2024
ИНТЕРНИ БРОЈ:
БРОЈ ИЗ ЛКРМ:
КАБИНЕТ ГЕНЕРАЛНОГ ДИРЕКТОРА

Република Србија
Регулаторно тело за електронске
комуникације и поштанске услуге
Београд

БРОЈ: 0013717982024-015

ДАТУМ: 17-05-2024

РЕПУБЛИКА СРБИЈА

РЕГУЛАТОРНО ТЕЛО
ЗА ЕЛЕКТРОНСКЕ КОМУНИКАЦИЈЕ И ПОШТАНСКЕ УСЛУГЕ

ПАК 106306 11103 Београд
Палмотићева бр.2

ПРЕДМЕТ: Достављање коментара о Методологији за спровођење „Margin squeeze“ теста код утврђивања цена услуга или пакета услуга

Дана 04. априла 2024. године Регулаторно тело за електронске комуникације и поштанске услуге на званичној Интернет страници објавило је позив стручној и широј јавности, да у оквиру јавних консултација изнесе своја мишљења у вези са Методологијом за спровођење „Margin squeeze“ теста код утврђивања цена услуга или пакета услуга.

(у даљем тексту: Методологија).

У складу са наведеним позивом, Предузеће за телекомуникације „Телеком Србија“ а.д. Београд, благовремено износи следеће коментаре:

Општи коментар:

С обзиром да се у делу 1. Увод наводи да модели узимају податке од доминантног оператора и од оператора корисника који нуди исту малопродајну услугу крајњем претплатнику, а ту малопродајну услугу пружа коришћењем veleпродајне услуге од доминантног оператора:

Да ли је Методологија за маказе цена примењива на све операторе на тржишту који нуде услуге широкопојасног приступа у veleпродаји, а којима је у међувремену промењен ЗТС статус, али су и даље присутни на veleпродајном тржишту и имају стандардну понуду?

Коментари у вези методолошке примене:

Део 1. Увод

За спровођење теста „margin squeeze“, на основу доступних услуга на veleпродајном тржишту, креирана су два модела који као основу користе различите начине приступа мрежи доминантног оператора:

1. Модел за тестирање малопродајних пакета услуга које се базирају на „bitstream access” (BSA), односно услуге које се базирају на услугама широкопојасног приступа на велепродајном нивоу,

2. Модел за тестирање малопродајних пакета услуга које се базирају на „local loop unbundling” (LLU), односно услуге које се базирају на услугама рашчлањеног приступа локалној петљи.

Модели су дизајнирани на начин да за обрачун узимају податке од доминантног оператора и податке од оператора корисника који нуди исту малопродајну услугу претплатнику, а пружање те малопродајне услуге врши се коришћењем велепродајне услуге доминантног оператора.

За који сет услуга се примењују дефинисани модели и у којим случајевима се примењује први односно други модел и који је критеријум за избор?

Део 2. Појам margin squeeze

MS тест је алат којим се дефинише минимална разлика између малопродајне и велепродајне цене.

На који начин се ово практично спроводи и како се квантификује минимална разлика?

Последњи пасус: Margin squeeze тест се може спроводити ex-ante, што значи пре почетка пружања нове услуге или новог пакета услуга који садржи услугу која припада релевантном тржишту од стране привредног субјекта са значајном тржишном снагом, или ex-post, односно након што уследи пријава којом се сугерише нарушавање делотворне тржишне конкуренције.

Није прецизирано у којим случајевима би се спроводио тест, као ни која је периодичност (након спроведених анализа тржишта)?

Додатно, није дефинисан ни рок у коме је потребно да се Рател изјасни о спроведеном ex ante тесту (што може бити отежавајућа околност и довођење оператора, на кога се односи тест, у неравноправан положај).

Такође, од изузетне важности је да модел буде доступан операторима (како ЗТС, тако и другим корисницима), које би интерно кориситили приликом планирања нових сервиса. Напомињемо да је исто пракса других Европских регулатора, јер је поштовање основних принципа транспарентности и кооперативности, предуслов за спровођење јасне регулативе.

Део 3.1 Степен ефикасности привредног субјекта

Препорука за коришћење РЕО приступа (разумно ефикасног оператора), отвара низ питања у вези доступности, поузданости и проверљивости података који би се прикупљали од оператора корисника. С обзиром да оператори корисници немају обавезу контроле цена и примену трошковног рачуноводства, те не подлежу активностима ревизије ангазоване од стране Ратела, а што је обавеза ЗТС оператора, те се не доприноси поверењу и објективности.

Додатно, треба имати у виду да ЗТС оператори имају велике инвестиције и иновације у инфраструктуру што се подстиче моделом ЕЕО (једнако ефикасног оператора), што би оператори корисници такође требало да постигну.

Део 3.2 Трошковни стандард

У складу са BEREC смерницама препоручени трошковни стандард за спровођење „margin squeeze“ теста је базиран на LRIC+ моделу. Уколико за одређену услугу нису доступни подаци из LRIC модела, препорука је да се користи метод потпуно алоцираних трошкова (FAC - Fully Allocated Cost). У оквиру модела се користе следећи подаци:

1. за регулисане велепродајне трошкове користе се цене из стандардних понуда,
2. за остале велепродајне трошкове мреже као и малопродајне трошкове процеса продаје узимају се подаци од оператора корисника.

На који начин се прорачунава LRIC+ модел? Из угла спровођења MS теста, како се користе LRIC+ подаци а како остали, напред наведени подаци (за које категорије MS теста се користе једни односно други)?

У којим случајевима се користи FAC модел и да ли су то подаци од ЗТС оператора? Који су то остали велепродајни трошкови мреже који се узимају од оператора корисника?

Потребно је дефинисати који трошкови/подаци се користе за појединачне категорије у оквиру MS теста.

Део 4. Малопродајне услуге и пакети услуга

Потребно је да се део код навођења различитих варијација малопродајних услуга допуни са свим типовима телевизије (тренутном формулацијом се сугерише да пакети који подлежу тесту маказа цена укључују само IPTV, док SBB у велепродаји такође нуди широкопојасни приступ). Део који се односи на телевизију допунити како следи: IPTV/кабловска телевизија/сателитску телевизију DTH.

Из малопродајне цене коју привредни субјект корисник наплаћује претплатнику потребно је надокнадити:

- 1) Велепродајне трошкове приступа мрежи доминантног привредног субјекта,
- 2) Трошкове сопствене мреже/инфраструктуре привредног субјекта корисника,
- 3) Друге трошкове потребне за пружање услуге,
- 4) Трошкове малопродаје,
- 5) Трошак капитала,
- 6) „Разумну зараду“.

Да ли су наведене категорије трошка саставни део MS теста? Ако да, на који начин се исти прорачунавају и одређују за потребе самог MS тест (узимајући у обзир наведено у делу 3.2)?

У документу се наводи да је разумна зарада на нивоу WACC стопе. С обзиром да Рател прорачунава WACC стопу за Телеком Србија, SBB и тржиште мобилне, поставља се питање који WACC ће се користити у моделима за тест маказа цена?

Део 4.5 Промотивне активности и поклони

Уколико услуга или пакет услуга које нуди доминантни оператор подразумева једну цену претплате током промотивног периода, а другу након промотивног периода, потребно је израчунати пондерисану просечну месечну претплату:

Пондерисана просечна месечна претплата = (Месечна претплата за време промотивног периода * Број месеци у промотивном периоду + Месечна претплата ван промотивног периода * Број месеци ван промотивног периода) / Трајање уговора (у месецима)

Да ли се пондерисана просечна претплата (приход) узима у обзир у формули за MS тест као малопродајна цена услуге/пакета? У ком делу теста се ово практично примењује?

Део 4.6 Услуге мобилне телефоније у оквиру пакета

Како би се обрачунали трошкови осталих услуга за чије пружање није потребан BSA или LLU приступ, као што је мобилна телефонија, могуће је користити следеће приступе:

1. у случајевима у којима на малопродајном тржишту постоји самостални производ, односно производ који је могуће купити самостално без пакета, као трошак ће се узимати „stand alone“ цена услуге
2. коришћење података из BU LRIC модела и финансијских и оперативних података оператора корисника и доминантног оператора.

Најбоља пракса подразумева коришћење података из BU LRIC модела, међутим на тржишту Републике Србије BU LRIC модел за мобилну мрежу обрачунава само цену терминације позива, а не обрачунава цену позива, преноса података, SMS и MMS које су саставни део малопродајних пакета. У складу са тим, биће коришћен приступ на бази „stand alone“ цена услуга мобилне мреже.

При обрачуну цене пакета који укључују услуге мобилне телефоније приход доминантног оператора од дела пакета који се односи на мобилну телефонију се искључује из цене укупног пакета.

На који начин се практично у тесту маказа цена прорачунава део прихода мобилне?

Сматрамо да би подаци ЗТС оператора били адекватни и за трошкове мобилне, с обзиром да исти одражавају реалну потрошњу и реализацију саобраћаја за одговарајући период извештавања, а у складу са обавезом контроле цена и примене трошковног рачуноводства уз обрачун према методологијама дефинисаним у Правилнику о примени трошковног принципа.

С поштовањем,

ГЕНЕРАЛНИ ДИРЕКТОР



Владимир Лучић