

# მობილური მომსახურებების ბაზრის ანალიზი<sup>1</sup>

აპრილი 2024

---

<sup>1</sup> არაფორმალური კონსულტაციის შედეგად განახლებული ვერსია.

განახლებულ ვერსიაში შეტანილი ცვლილებები მონიშნულია შემდეგნაირად:

- (i) შესაბამისი მითითებები მეთოდოლოგიურ წესებზე ჩანაცვლებულია კომისიის მიერ არაფორმალური კონსულტაციების შემდგომ დამტკიცებული მეთოდოლოგიური წესების დოკუმენტის მიხედვით. ეს შესწორებები მონიშნულია მწვანედ.
- (ii) შესწორებები, რომლებიც დაკავშირებულია ტექნიკური დაზუსტებასთან, გამართვასთან ან არგუმენტაციის განახლებასთან, მონიშნულია ყვითლად.

## სარჩევი

1. მიმოხილვა .....	8
1.1. ბაზრის განმარტება .....	8
1.2. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასება.....	10
1.3. შედგენილი მარეგულირებელი სპეციფიკური ვალდებულებები.....	11
2. შესავალი.....	14
3. ბაზრის ანალიზისა და საქართველოს ბაზრის ანალიზის პროცესის სამართლებრივი ჩარჩოს აღწერა .....	16
3.1. ასოცირების შეთანხმება .....	16
3.2. შესაბამისი დებულებები „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონიდან.....	19
3.3. მთავარი განსხვავებები „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონსა და ევროკავშირის ჩარჩო კანონმდებლობას შორის.....	22
3.3.1. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება (ჯერ) კარგად არ არის გარჩევადი კოლუზიისგან.....	22
3.3.2. მჭიდროდ დაკავშირებული მომსახურების ბაზრის სეგმენტების რეგულირება..	24
3.4. ბაზრის ანალიზის პროცესის თანმიმდევრული ნაბიჯები.....	25
3.4.1. შესაბამისი სამართლებრივი დებულებები.....	25
3.4.2. პირველი საფეხური: შესაბამისი და მჭიდროდ დაკავშირებული ბაზრებისა და ბაზრის შესაბამისი გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა .....	26
3.4.2.1. მოთხოვნის მხარის და მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობა.....	27
3.4.2.2. გეოგრაფიული ბაზრის დადგენა.....	27
3.4.3. მეორე საფეხური: შესაბამისი საცალო ბაზრის კონკურენტუნარიანობის დადგენა	27
3.4.4. მესამე საფეხური: საბითუმო ბაზრების იდენტიფიცირება, რომლებშიც მიზანშეწონილია მარეგულირებელი ჩარევა გამოკვლეულ საცალო ბაზარზე დაბალი კონკურენციის აღმოსაფხვრელად.....	28
3.4.5. მეოთხე საფეხური: „სამი კრიტერიუმის ტესტი“.....	28
3.4.6. მეხუთე საფეხური: შესაბამისი მომსახურების ბაზრის სეგმენტებზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების განსაზღვრა	31
3.4.7. მეექვსე საფეხური: სპეციფიური ვალდებულებების დაკისრება.....	32
4. შესაბამისი მობილური მომსახურების საცალო ბაზრის ანალიზი .....	33
4.1. მოთხოვნის მხარის ჩანაცვლებადობა .....	40
4.2. მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობა.....	51

4.2.1. ფიზიკური და კომერციული პირების ბაზრების მომარაგებას შორის ფოკუსის ცვლილება.....	51
4.2.2. მიწოდება საჯაროდ ხელმისაწვდომი სატელიტური სერვისებით.....	52
4.2.3. ხმოვანი და ინტერნეტის სერვისები, რომლის მიღება ხორციელდება მობილური მოწყობილობების მიერ ადგილობრივი Wi-Fi ქსელების გამოყენებით.....	54
4.2.4. მობილური ქსელის ოპერატორის მიერ 5G ან შემდგომი თაობების მობილური ტექნოლოგიების გამოყენება .....	54
4.3. გეოგრაფიული ბაზრის განსაზღვრა .....	56
4.4. დასკვნა შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრის შესახებ .....	56
4.5. მობილური კავშირის საცალო ბაზარზე კონკურენტული პირობების შეფასება მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.....	57
4.6. გავლენა მომხმარებლებზე.....	65
5. მობილური მომსახურების ბაზრის საბითუმო დაშვების ანალიზი .....	67
5.1. მოთხოვნის მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზი .....	70
5.2. მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზი.....	74
5.3. გეოგრაფიული ბაზრის განსაზღვრა .....	74
5.4. დასკვნა შესაბამისი საბითუმო ბაზრის განსაზღვრების შესახებ.....	75
5.5. სამი კრიტერიუმის ტესტი .....	75
5.5.1. პირველი კრიტერიუმი: სახეზეა ბაზარზე შესვლის მაღალი და არაგარდამავალი სტრუქტურული, სამართლებრივი ან მარეგულირებელი ბარიერები .....	75
5.5.2. მეორე კრიტერიუმი: სახეზეა ბაზრის სტრუქტურა, რომელიც დროის შესაბამის ჰორიზონტში არ არის ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი, ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული და სხვა სახის კონკურენტული გარემოებების გათვალისწინებით.....	84
5.5.3. მესამე კრიტერიუმი: - კონკურენციის სამართალი არ არის საკმარისი ბაზრის იდენტიფიცირებული ჩავარდნების აღმოსაფხვრელად. ....	99
5.5.4. დასკვნა ექვემდებარება თუ არა ბაზარი <i>ex-ante</i> რეგულირებას .....	101
6. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების (SMP) შეფასება .....	102
6.1. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასების ფაზის საფუძველი და მიზანი	102
6.2. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასება შესაბამისი კრიტერიუმების გამოყენებით .....	102
6.2.1. ბაზრის წილი .....	102
6.2.1.1. ბაზრის წილი საცალო ბაზრის მიხედვით .....	104
6.2.1.2. საბაზრო წილების შეჯამება საცალო ბაზრის საფუძველზე.....	111

6.2.1.3.	ინტეგრირებული კონკურენტი ოპერატორებისგან გამოწვეული ხელმისაწვდომი ქსელის სიმძლავრესთან და ქსელის დაფარვასთან დაკავშირებული შეზღუდვები.....	112
6.2.1.4.	არსებული სიმძლავრეების შეფასების შეჯამება.....	117
6.2.1.5.	ანალიზის საერთო შეჯამება.....	118
6.2.2.	ოპერატორების აბსოლუტური და შედარებითი სიდიდე .....	120
6.2.3	რთულად დუბლირებადი ინფრასტრუქტურის კონტროლი.....	121
6.2.4	წვდომა სიხშირულ სპექტრზე.....	122
6.2.5	პოტენციური კონკურენციის არარსებობა.....	127
6.2.6	ვერტიკალური ინტეგრაცია.....	128
6.2.7	მასშტაბის ეკონომია .....	129
6.2.8	მრავალფეროვნების ეკონომია .....	130
6.2.9	დაბალი მსყიდველობითი ძალაუფლება ან მისი არარსებობა, გრძელვადიანი და მდგრადი ხელშეკრულებების შედეგი.....	132
6.2.10	კაპიტალის ბაზარსა და ფინანსურ რესურსებზე მარტივი ან პრივილეგირებული წვდომა .....	133
6.2.11	მომგებიანობა.....	135
6.3	დასკვნა მობილური საბითუმო დაშვების ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის აღმოჩენის შესახებ.....	137
6.4	ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობა .....	138
7.	რეგულირების არარსებობის პირობებში შესაბამის საბითუმო ბაზარზე შესაძლო კონკურენციის პრობლემების ანალიზი .....	142
7.1.	კონკურენტების ხარჯების გაზრდა.....	145
7.2.	უარი მიწოდებაზე/უარყოფა თანალოკაციასა და ეროვნულ როუმინგზე .....	145
7.3.	ზეგავლენა ტარიფების საშუალებით.....	150
7.3.1.	გადაჭარბებული ფასი და მარჟის შეკუმშვა.....	150
7.4.	უარი მიწოდებაზე/დაშვებაზე.....	150
7.5.	ზეგავლენა ტარიფების გამოყენებით MVNO დაშვების ფარგლებში.....	152
7.5.1.	ჯვარედინი სუბსიდირება, რაც იწვევს მარჟის შეკუმშვას .....	152
7.6.	ზეგავლენა არაფასისმიერი საშუალებების გამოყენებით .....	154
7.6.1.	ინფორმაციის დისკრიმინაციული გამოყენება, ან ინფორმაციის დამალვა .....	154
7.6.2.	დისკრიმინაცია მომსახურების ხარისხის მიხედვით.....	155
7.6.3.	დროის გაყვანის ტაქტიკა .....	155
7.6.4.	უსაფუძვლო მოთხოვნები .....	156

7.6.5.	კონკურენტების შესახებ ინფორმაციის გაუმართლებელი გამოყენება .....	158
8.	სპეციფიკური ვალდებულებები .....	159
8.1.	გამჭვირვალობის ვალდებულება .....	160
8.1.1.	გამჭვირვალობის ვალდებულების განსაზღვრა .....	160
8.1.2.	მოწვევის წინადადების (ოფერტის) მინიმალური შინაარსი .....	161
8.1.3.	განხორციელების ვადები/განრიგი.....	166
8.2.	დაშვების ვალდებულება.....	167
8.3.	დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება.....	169
8.3.1.	შესრულების ძირითადი ინდიკატორები (KPI).....	172
8.3.2.	მარჟის შეკუმშვის ტესტი MVNO დაშვებისთვის.....	173
8.4.	განცალკევებული აღრიცხვის ვალდებულება .....	174
8.5.	ფასების კონტროლისა და ხარჯების აღრიცხვის ვალდებულებები .....	175
8.5.1.	საბითუმო ტარიფი .....	175
8.5.2.	ხარჯთაღრიცხვა.....	176
8.6.	როგორ აგვარებს სპეციფიკური ვალდებულებები კონკურენციის პრობლემებს	177
9.	დანართი 1.....	180
9.1.	არსებულსა და შემოთავაზებულ რეგულაციებს შორის სხვაობა .....	180
9.2.	აბრევიატურების ცხრილი .....	189

## დიაგრამებისა და ცხრილების სია

ცხრილი 1: მობილური აბონენტების მთლიანი რაოდენობა (2022).....	40
დიაგრამა 2: EBITDA მარჯა – საქართველოს მობილური ოპერატორები 2019-2022 .....	60
დიაგრამა 3: EBITDA მარჯა - მსოფლიოს მობილური ოპერატორები 2013 – 2021.....	60
დიაგრამა 4: მობილური ოპერატორების ბაზრის წილის განვითარება.....	62
დიაგრამა 5: მობილური ოპერატორების შემოსავლები.....	62
დიაგრამა 6: მობილური ოპერატორების ARPU-ები.....	63
დიაგრამა 7: მობილური მომსახურებების ხელმისაწვდომობა საქართველოსა და სხვა ქვეყნებში .....	66
დიაგრამა 8: MVNO-ების კლასიფიკაცია.....	70
დიაგრამა 9: მობილური ბაზრის წილის განვითარება .....	87
დიაგრამა 10: მობილური ინტერნეტის ტრაფიკის ზრდა.....	88
დიაგრამა 11: მობილური ბაზრის კონცენტრაცია საქართველოში (HHI-ს ინდექსი) .....	92
დიაგრამა 12: მობილური ბაზრის კონცენტრაცია ევროპაში (HHI-ს ინდექსი) .....	93
დიაგრამა 13: მობილური სერვისის ფასების განვითარება.....	95
დიაგრამა 14: მობილური სექტორის მთლიანი შემოსავლები (2017-2022).....	104
დიაგრამა 15: მობილური ხმოვანი სერვისებისა და ინტერნეტის შემოსავლები (2017-2022) .....	105
დიაგრამა 16: მობილური ინტერნეტის ბაზრის წილი შემოსავლების მიხედვით (2017-2022) .....	106
დიაგრამა 17: მობილური ინტერნეტის შემოსავლები (2017-2022) .....	106
დიაგრამა 18: M2M/IoT ინტერნეტის შემოსავლები (2020- 2022).....	107
დიაგრამა 19: მობილური ხმოვანი სერვისების შემოსავლები (2017- 2022).....	108
დიაგრამა 20: მობილური ხმოვანი სერვისების შემოსავლების ბაზრის წილი (2017- 2022).....	108
დიაგრამა 21: მობილური ხმოვანი სერვისებისა და ინტერნეტის აბონენტები (2017- 2022) .....	109
დიაგრამა 22: მობილური ინტერნეტის მოხმარების ბაზრის წილი იურიდიული პირი აბონენტების მიხედვით (2017- 2022).....	110
დიაგრამა 23: მობილური M2M/IoT აბონენტები (2020- 2022) .....	110
დიაგრამა 24: მობილური M2M/IoT აბონენტების ბაზრის წილები (2020- 2022) .....	111
დიაგრამა 25: მობილური ინტერნეტის ტრაფიკი (2017- 2022).....	112
დიაგრამა 26: მობილური ინტერნეტის ტრაფიკის წილი (2017- 2022) .....	113
დიაგრამა 27: მობილური ინფრასტრუქტურისა და მოწყობილობების ხარჯები (2019-2022) .....	114
დიაგრამა 28: მობილური ინფრასტრუქტურისა და მოწყობილობების ხარჯების წილი ოპერატორის მიხედვით (2019-2022).....	114
დიაგრამა 29: მობილური სადგურების რაოდენობა (2022).....	115
დიაგრამა 30: 2019-2022 წლებში დამატებული მობილური სადგურების რაოდენობა .....	115
დიაგრამა 31: უნივერსალური მობილური ტელეკომუნიკაციების სერვისის (UMTS) სადგურების რაოდენობა (2018-2022).....	116

დიაგრამა 32: მობილური LTE სადგურების რაოდენობა (2018-2022).....	117
ცხრილი 33: შპს „მაგთიკომის“ მობილური ბაზრის წილების შეჯამება სხვადასხვა მონაცემებზე დაყრდნობით.....	118
ცხრილი 34: მობილური სექტორის შემოსავლები და აბონენტები (2022).....	120
ცხრილი 35: შპს „მაგთიკომის“ და სილენეტის შემოსავლები და აბონენტები (2022).....	120
ცხრილი 36: მობილური სექტორის განაწილება 2023 წლის სექტემბრის მდგომარეობით.	123
დიაგრამა 37: სექტორის განაწილება ოპერატორებზე 2023 წლის სექტემბრის მდგომარეობით.....	124
ცხრილი 38: სექტორის გადანაწილება 2023 წლის სექტემბრის აუქციონის დასრულების შემდეგ.....	124
დიაგრამა 39: სექტორის განაწილება 2023 წლის სექტემბრის აუქციონის დასრულების შემდეგ.....	125
ცხრილი 40: გაუნაწილებელი მობილური სექტორი.....	126
დიაგრამა 41: ხელმისაწვდომი მობილური სექტორი და მისი გამოყენება.....	126
ცხრილი 42: საცალო ბაზრის წილი მობილური აბონენტების მიხედვით (2022) .....	131
ცხრილი 43: ძირითადი ფინანსური ინდიკატორები 2019-2021 (მილ. ლარი) .....	133
ცხრილი 44: ძირითადი ფინანსური ინდიკატორები 2020-2022.....	134
ცხრილი 45: მთლიანი ოპერაციები .....	136
დიაგრამა 46: ARPU-ები .....	136
დიაგრამა 47: ძირითადი საცალო შემოთავაზებები მობილური ოპერატორებისგან.....	146
დიაგრამა 48: MVNO ბიზნეს მოდელების სქემა.....	168
ცხრილი 49: კონკურენციის პრობლემები და მათი მოგვარების გზები .....	178
ცხრილი 50: შედარება არსებულ და შემოთავაზებულ რეგულაციებს შორის .....	180
დიაგრამა 51: შედარება რეგულაციებზე ბაზრის შესაძლო პასუხების სცენარებს შორის..	187
ცხრილი 52: აბრევიატურების ცხრილი.....	189

# 1. მიმოხილვა

ეს დოკუმენტი მოიცავს 2023 წელს განხორციელებულ საქართველოს მობილური ბაზრის ანალიზს. საქართველოს საკანონმდებლო და მარეგულირებელ ჩარჩოს და ევროკავშირის მარეგულირებელ ჩარჩოსა და საუკეთესო პრაქტიკის შესაბამისად, პირველ რიგში, განისაზღვრა მობილური წვდომის საცალო ბაზარი, ხოლო შემდგომ შესაბამისი მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი. დადგინდა, რომ ორივე ბაზარი გეოგრაფიული ფარგლებით ეროვნულია.

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, დადგინდა, რომ მაგთიკომი ფლობს მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლებას (SMP) მობილურ ქსელზე დაშვების ეროვნულ საბითუმო ბაზარზე.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის დადგენის შემდეგ, შემუშავდა პროპორციული სპეციფიკური ვალდებულებები, რომლებიც შპს „მაგთიკომის“ მიერ ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობით გამოწვეულ პოტენციურ პრობლემებს გადაჭრის. ეს სპეციფიკური ვალდებულებები მიზნად ისახავენ გაანეიტრალონ ქართულ მობილურ ბაზარზე ამჟამად არსებული შესვლისა და გაფართოების ბარიერები, რაც შესაბამის საცალო ბაზარზე კონკურენციის ხელშეწყობის საწინდარი იქნება. ამ მიზნის მისაღწევად შპს „მაგთიკომზე“ დაკისრებული ვალდებულება - შესთავაზოს ბაზარს MVNO დაშვება, ეროვნული როუმინგი და თანალოკაცია, მიჩნეულია, როგორც პროპორციული ვალდებულებები. ამ *ex-ante* საშუალებების დანერგვა, მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, ხელს შეუშლის შპს „მაგთიკომს“ ზიანი მიაყენოს მომხმარებლებს მის ხელთ არსებული შესაძლებლობებით (მისი მნიშვნელოვანი საბაზროს ძალაუფლების ფლობის პოზიციიდან გამომდინარე) შეზღუდოს შემდგომი კონკურენცია საცალო ბაზარზე.

ამ ანგარიშში მოცემული ანალიზი და დასკვნები ექვემდებარება საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიაზე (შემდგომში - კომისია) კანონით დაკისრებულ საჯარო კონსულტაციებში განხილვის ვალდებულებას, რომლის ფარგლებშიც მოიაზრება მიღებულ იქნას წინამდებარე კვლევის შედეგები და შპს „მაგთიკომს“ დაეკისროს შესაბამისი ვალდებულებები.

## 1.1. ბაზრის განმარტება

მოთხოვნისა და მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზზე დაყრდნობით, კომისია ასკვნის, რომ მობილური წვდომის საცალო ბაზარი შედგება მომხმარებლების (მათ შორის ფიზიკური და იურიდიული პირების) ბაზრისგან, რომლებსაც აქვთ შესაძლებლობა ისარგებლონ ხმოვანი ზარების და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების სერვისით, ისევე როგორც მობილური ინტერნეტით, (მონაცემების ატვირთვისა და ჩამოტვირთვის შესაძლებლობით), და ასევე, საერთაშორისო როუმინგით.

საცალო ბაზარი განისაზღვრება, როგორც მობილური ფართოზოლოვანი წვდომის სერვისების ბაზარი, განურჩევლად იმისა, არის თუ არა წვდომა შემოთავაზებული



კონკრეტულ სერვისებზე ცალკე თუ პაკეტში - სხვა ელექტრონულ საკომუნიკაციო სერვისებთან ერთად, განურჩევლად წვდომის ხარისხის, სიჩქარისა თუ შესაბამისი ტექნოლოგიებისა, რომლებიც გამოიყენება მობილური წვდომის საცალო სერვისების უზრუნველსაყოფად. ბაზარი განისაზღვრება, როგორც მასობრივი ბაზარი, რომელიც ხელმისაწვდომია როგორც ფიზიკური პირებისთვის, ასევე იურიდიული პირი აბონენტებისთვის, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის. მსხვილი საწარმოების მიერ მოთხოვნილი სპეციფიკური პირობები როგორც წესი მობილური ოპერატორების მიერ კმაყოფილდება ინდივიდუალური, მორგებული შეთავაზებების გზით. აღნიშნული სპეციალიზებული შეთავაზებები ამ ბაზრის ანალიზის მიზნებისათვის შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრებაში არ შედის.

ბაზარი გეოგრაფიული საზღვრებით განისაზღვრება როგორც ეროვნული, გამომდინარე არსებული ერთგვაროვანი სამართლებრივი და მარეგულირებელი პირობებიდან. ამასთან, მომსახურების მიწოდების პირობები ერთგვაროვანია და ოპერატორები აბონენტებს სთავაზობენ მობილურ საცალო მომსახურებას ერთიდაიგივე ფასად მთელი საქართველოს მასშტაბით.

მობილური კავშირის საცალო ბაზრის შეფასება ცხადყოფს, რომ ბაზარი არ არის ეფექტურად კონკურენტუნარიანი. ეს დასკვნა ეფუძნება მთელ რიგ დინამიურ ინდიკატორებს, მათ შორის ბაზრის წილების სტაგნაციას, ინვესტიციების ნაკლებობას ახალ ტექნოლოგიებსა და ინოვაციურ სერვისებში, დისბალანსს სამი ძირითადი ოპერატორის ბაზრის წილს, მასშტაბსა და მოცულობაში. ამას ემატება ისიც, რომ ბაზარზე არ ჩანს მნიშვნელოვანი ახალი შემომსვლელი კონკურენციის წახალისების თვალსაზრისით. ბაზრის სტრუქტურის თვალსაზრისით, აღსანიშნავია, რომ საქართველოში ამჟამად მხოლოდ ორ ოპერატორს შეუძლია სრული პაკეტური (ფიქსირებული პლუს მობილური) სერვისების მიწოდება ბაზრისთვის. ამან მომავალში შესაძლოა სერიოზულად დააზიანოს საქართველოს აბონენტების კონკურენტული არჩევანი.

#### ურთიერთდამოკიდებულება მობილურის საცალო და საბითუმო ბაზრებს შორის

კვლევის შემდეგ ეტაპზე, გაანალიზდა შესაბამისი საბითუმო ბაზრები, რათა დადგენილიყო თუ სად იქნებოდა *ex-ante* ინტერვენცია ყველაზე ეფექტური საცალო დონეზე გამოვლენილი კონკურენციის პრობლემების გადასაჭრელად. ანალიზმა გამოავლინა მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი, როგორც ბაზარი, რომელზეც *ex-ante* რეგულირება საშუალებას მისცემს მობილურის საცალო ბაზარზე ახალ შემომსვლელს, ან არსებულ ოპერატორს, გააუმჯობესოს მისი პოზიცია საცალო ბაზარზე და, საბოლოო ჯამში, გაზარდოს მომხმარებელთა არჩევანი და მომსახურებების ინოვაციურობა.

ჩატარებული ანალიზის საფუძველზე დადგინდა, რომ მობილურ ქსელზე დაშვების საბითუმო ბაზარი შედგება შემდეგი სერვისებისგან:

- საბითუმო MVNO დაშვება, MVNO ბიზნეს მოდელის ნებისმიერი სახის ჩათვლით, დაწყებული „Start-up“ MVNO-თი და დამთავრებული საკუთარი ქსელის ინფრასტრუქტურის მქონე MVNO-თი;

- საბითუმო დაშვება ეროვნულ როუმინგზე, ძირითადად ოპერატორისთვის, რომელსაც სურს გააფართოვოს თავისი გეოგრაფიული დაფარვა, ან გააუმჯობესოს საცალო მობილური სერვისების ხარისხი;
- საბითუმო თანალოკაციის სერვისები ოპერატორისთვის, რომელსაც სურს შეამციროს თავისი ინფრასტრუქტურის განვითარების ხარჯები სხვა ოპერატორის ფიზიკური აქტივების გამოყენების გზით (შენობების, გადაამცემი ანძებისა და ანძების გამოყენებით);
- ქსელის სიმძლავრის და ფიზიკური ინფრასტრუქტურის თვითმომსახურება, რომელსაც იყენებს თითოეული მობილური ქსელის ოპერატორი საკუთარი მობილური საცალო წვდომის მისაღწევად.

მობილური დაშვების შესაბამისი საბითუმო ბაზრის გეოგრაფიული ჩარჩო არის ეროვნული, ძირითადად იმ მიზეზით, რომ:

- მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე მოქმედი სამართლებრივი და მარეგულირებელი ნორმები იგივეა საქართველოს მთელს ტერიტორიაზე, კერძოდ, სამივე მობილური ქსელის ოპერატორი ვალდებულია (ლიცენზიებით) უზრუნველყოს ქვეყნის მთელი ტერიტორიის დაფარვა;
- ჯერჯერობით, საქართველოს მობილური ოპერატორები, რომლებიც უზრუნველყოფენ MVNO დაშვებას, არ განარჩევენ თავიანთ შემოთავაზებულ სერვისებს ან ტარიფებს ადგილმდებარეობის მიხედვით და არ არსებობს ნიშნები, რომ ოპერატორები აპირებენ მსგავსი სისტემის დანერგვას. აქედან გამომდინარე, არ არსებობს განსხვავებული კონკურენტული პირობები ქვეყნის სხვადასხვა ნაწილებში, რაც გაამართლებდა ბაზრის გეოგრაფიულ დაყოფას..

ამიტომ მიჩნეულია, რომ ქართულ ბაზარზე არ არსებობს არსებითი გეოგრაფიული განსხვავებები როგორც პროდუქტის ხარისხთან, ისე ფასთან მიმართებით.

## 1.2. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასება

შემდეგ ეტაპზე ჩატარდა „სამი კრიტერიუმის ტესტი“ და დადასტურდა, რომ ტესტის მოთხოვნები დაკმაყოფილებულია. ეს ნიშნავს, რომ მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი ექვემდებარება *ex-ante* რეგულირებას. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ევროკავშირის ქვეყნების უმეტესობაში, მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი არ ექვემდებარება *ex-ante* რეგულირებას, უმეტესად იმიტომ, რომ საცალო ბაზარი საკმარისად კონკურენტუნარიანია. ევროპის მობილურ ბაზრებზე საბითუმო დაშვებამ (რამაც წარმოშვა მრავალი აქტიური MVNO-ს წარმოშობა) გამოიწვია ევროკავშირის მობილური საცალო ბაზრების კონკურენტუნარიანობის მნიშვნელოვანი გაუმჯობესება ბოლო 10 წლის განმავლობაში, რასაც მოწმობს ბაზრის კონცენტრაციის კლება<sup>2</sup>.

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნის შესაბამისად, განხორციელდა კონკურენციის შეფასება მობილური დაშვების შესაბამის

<sup>2</sup> იხილეთ GSMA-ს დოკუმენტი „[Competition dynamics in mobile markets](#)“

საბითუმო ბაზარზე. საქართველოს კანონმდებლობით, არსებობს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის პირველადი ინდიკატორი, თუ ოპერატორს აქვს ბაზრის წილის მინიმუმ 40%. გარდა ამისა, საჭიროა მთელი რიგი მეორადი კრიტერიუმების შესწავლა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის დასადასტურებლად. ანალიზის მეთოდოლოგიის გამოყენებით დადგინდა, რომ მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე შპს „მაგთიკომი“ ფლობს მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლებას, რომელიც ეფუძნება როგორც მის მნიშვნელოვანი საბაზრო წილს საცალო ბაზარზე (ბაზრის წილების სიდიდე, რომლებიც დაფუძნებულია შემოსავლებზე, აბონენტებზე, ტრაფიკსა და ინვესტიციებზე 40%-დან - 83%-მდე მერყეობს), ასევე მეორადი კრიტერიუმების ანალიზს, კერძოდ:

- ბაზარზე არსებული შესვლისა და გაფართოების ბარიერები, რომლებიც განპირობებულია ბაზარზე არსებული კონკურენციის ნაკლებობით მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივით, მინიმუმ სამი წლის განმავლობაში;
- შპს „მაგთიკომის“ აბსოლუტური და ფარდობითი ზომა კონკურენტებთან შედარებით;
- შპს „მაგთიკომის“ კონტროლი ინფრასტრუქტურაზე, რომელიც არ არის დუბლირებული მისი კონკურენტების მიერ;
- დაშვების მსურველების მხრიდან საპირწონე შემსყიდვლის მხარეს არსებული ძალაუფლების არარსებობა და შპს „მაგთიკომის“ მხრიდან სტიმულის ნაკლებობა შევიდეს გრძელვადიან და სტაბილურ ურთიერთობაში მათთან;
- შპს „მაგთიკომის“ მნიშვნელოვანი მასშტაბისა და მრავალფეროვნების ეკონომია, რომელიც განპირობებულია მისი ინფრასტრუქტურის საშუალებით როგორც ფიქსირებული, ასევე მობილური სერვისებისთვის, მისი სადისტრიბუციო არხებითა და ვერტიკალური ინტეგრაციით ეროვნულ დონეზე;
- შპს „მაგთიკომის“ ზოგადი მომგებიანობა და შესაბამისი საინვესტიციო დაფინანსებაზე ხელმისაწვდომობის სიმარტივე.

შპს „მაგთიკომის“ და სხვა მობილური ოპერატორის ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობა მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე არ დგინდება, რამეთუ არ კმაყოფილდება ამისთვის აუცილებელი სამართლებრივი პირობები.

### 1.3. შედგენილი მარეგულირებელი სპეციფიკური ვალდებულებები

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შესაძლებლობა ექნება განახორციელოს კონკურენციის შემზღვეველი ქმედებები (გამიზნულად ან შედეგობრივად), როგორც არის ბაზრიდან კონკურენტის გამევეება, ახალი ოპერატორისთვის ბაზარზე შემოსვლის დაბრკოლება ან აბონენტების ექსპლოატაცია. ამ სახის ანტიკონკურენტულ ქმედებებს მოიხსენიებენ, როგორც "კონკურენციის პრობლემებს".

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის თანახმად, სპეციფიკური ვალდებულებების ერთობლიობა არსებობს იმისათვის, რათა უზრუნველყოს კონკურენციის სრულყოფილად განვითარება ეროვნულ დონეზე და ამ მიზნით შერჩეული

სპეციფიკური ვალდებულებები უნდა იყოს კონკურენციის პოტენციური პრობლემების პროპორციული.

მოსალოდნელია, რომ ადგილი ექნება კონკურენციის პრობლემების წარმოშობას, რამეთუ შპს „მაგთიკომს“ ექნება შესაძლებლობა ან მიზანი გამოიყენოს მის ხელთ არსებული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება მობილური მომსახურებების ბაზარზე.

წინამდებარე ბაზრის ანალიზის კონტექსტში, აქცენტი კეთდება ხელმისაწვდომ ვერტიკალური ბერკეტის საკითხზე, რომელიც დაკავშირებულია შემდეგ გავრცელებულ პრაქტიკასთან *“... ნებისმიერი დომინანტი კომპანიის ქმედება, რომელიც ზღუდავს სათანადო დაშვებას მისი ზოგიერთი მომხმარებლისთვის, წარმოებულ მნიშვნელოვან პროდუქტზე, რომელსაც აქვს განზრახვა მონოპოლიური ძალაუფლება გადაიტანოს ბაზრის ერთი სეგმენტიდან („the bottleneck segment“) მეორეზე (პოტენციურად კონკურენტულ სეგმენტზე)”*<sup>3</sup>.

შპს „მაგთიკომის“ ამ ტიპის ქცევის (მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის განზრახვა იმოქმედოს არსებული კონკურენტები გაუთვალისწინებლად) თავიდან ასარიდებლად კომისიისთვის შეთავაზებულია შემდეგი მარეგულირებელი მექანიზმები (რომელიც მიჩნეულია გამოვლენილი კონკურენციის პრობლემების პროპორციულად):

- საბითუმო დაშვების ვალდებულება, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, MVNO-ებისთვის, ეროვნული როუმინგსა და თანალოკაციის ვალდებულება;
- გამჭვირვალობის ვალდებულება, მათ შორის საბუღალტრო მონაცემების, ტექნიკური მახასიათებლების, საბითუმო დაშვების პირობებისა და ტარიფების ჩათვლით. შპს „მაგთიკომის“ მიერ შეთავაზებული საბითუმო დაშვებისათვის საჭირო მინიმალური შინაარსი სრულად არის განმარტებული ამ ანგარიშში;
- დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, რომელიც ეხება შპს „მაგთიკომის“ მობილურ ქსელზე დაშვების საბითუმო შეთავაზებებს.

ამ ანგარიშში განსაზღვრულია შესრულების ძირითადი ინდიკატორების (KPIs) ნაკრები, რათა კომისიამ შეძლოს შპს „მაგთიკომის“ მხრიდან ვალდებულებების შესრულების სრული მონიტორინგი. შესრულების ძირითადი ინდიკატორების სხვადასხვა ნაკრები სპეციფიკურია საბითუმო მობილური დაშვების სამივე მოდელისთვის, რომლებზეც უნდა განხორციელდეს მონიტორინგი.

ფასის დისკრიმინაციის თავიდან აცილების მიზნით ასევე განსაზღვრულია ე.წ. მარჟის შეკუმშვის ტესტი (Margin Squeeze).

კავშირი რეკომენდებულ მარეგულირებელ მექანიზმებსა და ქართულ მობილურ ბაზარზე გამოვლენილ კონკურენციის პრობლემებს შორის, განხილულია შემაჯამებელ ცხრილში. ეს დიაგრამა ადასტურებს მარეგულირებელი მექანიზმების პროპორციულობას და მიზანს

<sup>3</sup> Rey/Tirole, A Primer on Foreclosure 1997, გვ. 1, ციტირება Revised European Regulators' Group (“ERG”) როგორც საერთო პოზიცია „შესაბამისი ქმედებები“ ECNS-ის მარეგულირებელი ჩარჩოს საბოლოო ვერსიაში 2006 ERG (06) 33;

თავიდან აირიდოს კონკურენციის პრობლემები, გამოწვეული შპს „მაგთიკომის“ შესაძლებლობიდან იმოქმედოს კონკურენტების გაუთვალისწინებლად, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის ხარჯზე.

ეს ანგარიში ასევე შეიცავს ძირითადი განსხვავებების შეჯამებას აქ შემოთავაზებულ მარეგულირებელი მექანიზმებსა და კომისიის ადრეულ გადაწყვეტილებებს შორის, MVNO დაშვებასთან დაკავშირებით. მთავარი განსხვავება ისაა, რომ ეს ანგარიში ადმინისტრაციულ ქმედებებს მხოლოდ ბაზრის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორზე, შპს „მაგთიკომზე“ ავრცელებს.

და ბოლოს, ანგარიში წარმოადგენს შეთავაზებული მარეგულირებელი მექანიზმების შესაძლო გავლენის სამ განსხვავებულ სცენარს (ძირითადი შესაძლებლობებისა და რისკების ჩათვლით) საქართველოს მთლიან სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე. აქედან დგინდება, რომ ბაზრის თუნდაც სუსტი რეაგირების შემთხვევაში, ბაზრის შესაძლებლობები ახალი შემომსვლელისათვის და არსებული ოპერატორების გაფართოების კუთხით გადაწონის მოსალოდნელ რისკებს. საშუალო რეაგირებით, ახალი MVNO მოთამაშეების სახით (მათ შორის არსებული ფიქსირებული ოპერატორების ჩათვლით, რომლებსაც სურთ ბაზარს შესთავაზონ მომსახურების მთლიანი პაკეტი), გაიზრდება კონკურენტუნარიანობა და მომხმარებელთა არჩევანი, შპს „მაგთიკომის“ მომგებიანობის დაკარგვის გარეშე. ბაზრის სრულფასოვანი რეაგირებით, მნიშვნელოვნად სტიმულირდება კონკურენცია, რაც წახალისებს ახალი შემოსავლების და ინვესტიციების მოზიდვას ბაზარზე, ეს კი იქნება აბონენტებისთვის მნიშვნელოვნად უპირატესი სერვისების მიღების საწინდარი.

თუ შპს „მაგთიკომი“ და მისი ამჟამინდელი თუ პოტენციური კონკურენტები საქართველოს ბაზარზე, მიიღებენ ამ ანგარიშში შემოთავაზებულ *ex-ante* მარეგულირებელ მექანიზმებს სრულად, ეს სასარგებლო იქნება ბაზრის ყველა დაინტერესებული მხარისთვის, მათ შორის ისარგებლებენ აბონენტებიც.

*შენიშვნა: მიუხედავად იმისა, რომ ანალიზში გამოყენებული ინფორმაციის უდიდესი ნაწილი, საქართველოს შესაბამისი ბაზრის მდგომარეობას, 2022 წლის ბოლო თარიღით ასახავს, კვლევის განმავლობაში განხორციელდა 2023 წელს ხელმისაწვდომი ინფორმაციის გაანალიზება, რათა შემოწმებულიყო მნიშვნელოვანი ცვლილებების არსებობა საკითხი ბაზარზე. ახალი მონაცემების გამოკვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ამ პერიოდში მომხდარი ცვლილებები არ ატარებენ ფუნდამენტურ ხასიათს და გავლენას არ ახდენენ კვლევის შედეგების ვალიდურობაზე, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის განსაზღვრის შედეგებზე, თუ *ex-ante* მარეგულირებელი მექანიზმების აუცილებლობაზე.*

## 2. შესავალი

ორივე წამყვანი ოპერატორი (შპს „მაგთიკომი“ და სს „სილქნეტი“) წარმოადგენენ ფიქსირებული და მობილური ფართოზოლოვანი სერვისის ინტეგრირებულ პროვაიდერებს, რაც დიდწილად მიღწეულ იქნა მცირე ინტერნეტ და მედია კომპანიების შესყიდვით. შპს „მაგთიკომმა“, რომელიც თავდაპირველად მხოლოდ მობილური ქსელის ოპერატორი იყო, შეიძინა შპს „კავკასუს ონლაინის“ საცალო ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ბიზნესი 2016 წელს და ინტერნეტ სერვისის პროვაიდერი შპს „დელტა კომმი“ 2017 წელს. სს „სილქნეტმა“, სექტორის ლიბერალიზაციამდე მოქმედმა ე.წ. „Incumbent“ ფიქსირებულმა კომპანიამ, 2018 წელს შეიძინა მობილური ოპერატორი - შპს „ჯეოსელი“, რასაც მოჰყვა ტელევიზიის ტრანზიტი, პროგრამული უზრუნველყოფა და ფიქსირებული უსადენო ძირითადი საშუალებების სერვისების შესყიდვა. დღემდე, შპს „მაგთიკომის“ და სს „სილქნეტის“ მიერ განხორციელებული შესყიდვები წარმოადგენს ყველაზე დიდი შერწყმისა და შესყიდვების მაგალითს საქართველოს სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე. როგორც ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორები, შპს „მაგთიკომი“ და სს „სილქნეტი“ ბაზარს სთავაზობენ ფიქსირებული და მობილური ფართოზოლოვანი ინტერნეტის ცალკეულ და კომბინირებულ პაკეტებს, მაღალ-სიჩქარიანი ინტერნეტით, ხმოვან სერვისებით, მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებითა და ციფრულ ტელევიზიით.

ორი უმსხვილესი ოპერატორის გარდა (შპს „მაგთიკომი“ სატელეკომუნიკაციო სექტორის მთლიანი შემოსავლების 49%-ით, ხოლო სს „სილქნეტი“ 34%-ით) ბაზარზე არსებობს რამდენიმე მცირე პროვაიდერი. მათგან ყველაზე დიდი - შპს „სელფი მობაილი“ (სატელეკომუნიკაციო შემოსავლების 11,5%-ით) აბონენტებს მხოლოდ მობილურ მომსახურებას სთავაზობს. დანარჩენები არიან ფიქსირებული ფართოზოლოვანი მომსახურების პროვაიდერები, რომელთაგან უდიდესები არიან შპს „სქაიტელი“ და შპს „ახალი ქსელები“. ამჟამად, როდესაც მცირე ოპერატორები ბაზარს არ სთავაზობენ კომბინირებულ ფიქსირებულ და მობილურ პაკეტებს, ეს მათ მნიშვნელოვნად არაკონკურენტულ პოზიციაში აყენებს. ეს მცირე ზომის ოპერატორები, ბაზარზე სერვისების გაფართოების მხრივ, მნიშვნელოვან შესვლის ბარიერებს აწყდებიან. აღნიშნული გამოწვეულია შპს „მაგთიკომისა“ და სს „სილქნეტისთვის“ სათანადო კონკურენციის გაწევის სირთულით, კერძოდ, ამისთვის საჭირო ინვესტიციის დიდი მოცულობით არა მარტო არსებულ, არამედ მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზრებზეც. ორ უმსხვილეს მოთამაშეს უკვე აქვს განვითარებული ფიქსირებული და მობილური ინფრასტრუქტურა და შეუძლიათ უპასუხონ მზარდ მოთხოვნას სერვისების სრული პაკეტით: ფიქსირებული, მობილური და ციფრული ტელევიზიის სერვისებით.

სხვა ფაქტორები, რომლებიც მონაწილეობენ ბაზრის კონკურენტუნარიანობასთან დაკავშირებული პრობლემების შენარჩუნებაში, მოიცავს მცირე ოპერატორების საჭიროებას, კონკურენცია გაუწიონ ბაზრებს, რომლებსაც უკვე ემსახურება ორი ბევრად



უფრო დიდი ოპერატორი, რომლებსაც აქვთ მასშტაბის უპირატესი ეკონომია და უაღრესად განვითარებული გაყიდვების და სადისტრიბუციო ქსელები და ძლიერი ბრენდები.<sup>4</sup>

ბევრმა სხვა ბაზარმა, მათ შორის ევროკავშირის შიგნით, უკვე მოაგვარა კონკურენტული ბაზრის დისბალანსი - პატარა ან ახლად შექმნილი ოპერატორებისთვის ბაზარზე შესვლისა და გაფართოების ბარიერების მნიშვნელოვნად შემცირებით. ეს უფრო მომწიფებული, კონკურენტული ბაზრები ახლა ხასიათდებიან მრავალი ფიქსირებული თუ მობილური ოპერატორით, ასევე კონვერგირებული ოპერატორებით, რომლებიც მომხმარებლებს სთავაზობენ სატელეკომუნიკაციო სერვისების სრულ პაკეტს.

იმ დროს, როდესაც ევროკავშირში და სხვაგან განიხილებოდა კონკურენციის ეს პრობლემები, კონვერგირებული ოპერატორების მიერ შეთავაზებული ფიქსირებული, მობილური თუ ციფრული ტელევიზიის პაკეტები არ იყო ისე განვითარებული, როგორც ის არის ახლა. საქართველოს დღევანდელ ვითარებაში ოპერატორებს, რომლებსაც არ შეუძლიათ სერვისის სრული პაკეტის შეთავაზება, რომელიც მოიცავს მობილურ სერვისებს, ფიქსირებულ ფართოზოლოვანი ინტერნეტის და IPTV სერვისებს, ისდა დარჩენიან, რომ იყვნენ<sup>5</sup> ნიშური ბაზრის მოთამაშეების როლში მომხმარებელთა კონკრეტული ჯგუფებისთვის, ბაზრის იმ სეგმენტებზე, რომელიც მაინც და მაინც არ არის ყველაზე მომგებიანი. ამ შემთხვევაში, ბაზარი არის ნაკლებად კონკურენტუნარიანი, რაც იწვევს სიმწირეს ინოვაციებსა და მომხმარებელთა არჩევანსა და შეთავაზებული სერვისების ხარისხში. მიჩნეულია, რომ საქართველოში ისევე, ბაზრის ერთი ან ორი ძლიერი მოთამაშე არ არის საკმარისი ბაზრის კონკურენტული განვითარებისათვის. დამატებითი განმარტებები მობილური სერვისის საცალო ბაზარზე არსებულ კონკურენციის პრობლემებთან დაკავშირებით, მოცემულია 4.5 თავში.

<sup>4</sup> „ჯგუფის მობილურ სერვისებს აქვს ძლიერი ბრენდი, არის ლიდერი სადისტრიბუციო ქსელში და მომხმარებელთა მომსახურებაში საქართველოს სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე. მან უზრუნველყო მომხმარებელთა მომსახურების რიგი ინოვაციები, მათ შორის მომხმარებელთა არხების გაციფრულება, ონლაინ თვითმომსახურების პორტალები, მომხმარებელთა მომსახურების კონტაქტები სოციალური მედიისა და ელექტრონული ხელმოწერების საშუალებით“. სს „სილქნეტის“ შეთავაზება ინვესტორებთან 2022 წლის 26 იანვარს, ხელმისაწვდომია: <https://silknet.com/static/file/20220220612-silknet-listing-particulars.pdf>

<sup>5</sup> ოლივერ უაიმენი აფრთხილებს ოპერატორებს, განსაზღვრონ ფიქსირებული-მობილურის სტრატეგია ახლა „და მოელოდნენ [ფიქსირებული-მობილურ კონვერგენციის] შეფერხებას ბაზარზე. (...)“. იხილეთ Fixed-Mobile Convergence, როგორც კონკურენტული იარაღი, ხელმისაწვდომია: [https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/europe/germany/de/insights/publications/2015/july/2015\\_OliverWyman\\_Fixed\\_mobile\\_digital.pdf](https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/europe/germany/de/insights/publications/2015/july/2015_OliverWyman_Fixed_mobile_digital.pdf) ეს მით უფრო ხშირია, რაც „5G და CBRS საერთო სპექტრის მოსვლასთან ერთად, საკაბელო ოპერატორები გეგმავენ ფიქსირებული და უკაბელო სერვისების კონვერგენციის ახალ დონეს ბიზნესის პაკეტური შეთავაზების მხრიდან, სადაც მოწყობილობები შეძლებენ მრავალ ქსელთან დაკავშირებას ერთდროულად, რათა მიიღონ სერვისები ყველაზე ეფექტური და ეკონომიური გზით, რომელიც ხელმისაწვდომია ისეთი ტექნოლოგიის გამოყენებით, როგორცაა DS2S (Dual Sim Dual Standby)“ იხსენებს ბობ ჰალაჰანი, როგორ დააკავშიროთ ფიქსირებული და მობილური ქსელები თქვენი საკაბელო ბიზნესის ოპტიმიზაციისთვის, 2022 წლის 31 მარტი, ხელმისაწვდომია: <https://www.nokia.com/blog/how-to-converge-fixed-and-mobile-networks-to-optimize-your-cabel-business/>.

### 3. ბაზრის ანალიზისა და საქართველოს ბაზრის ანალიზის პროცესის სამართლებრივი ჩარჩოს აღწერა

#### 3.1. ასოცირების შეთანხმება

ევროკავშირისა და საქართველოს<sup>6</sup> შორის 2014<sup>7</sup> წლის ივნისში ხელმოწერილი ასოცირების შეთანხმების თანახმად, საქართველომ აიღო ვალდებულება დადგენილ ვადებში<sup>8</sup> ეტაპობრივად დაახლოვოს კანონმდებლობა რათა გაითვალისწინოს (სხვა საკითხებთან ერთად) 2002/21/EC დირექტივის დებულებები “...ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორში შესაბამისი პროდუქტებისა და სერვისების ბაზრების განსაზღვრა, რომლებიც ექვემდებარება *ex-ante* რეგულირებას და ანალიზს იმის დასადგენად, არსებობს თუ არა მათზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე კომპანია (SMP).”<sup>9</sup> შესაბამისი მუხლებია მე-14 და მე-15.

ჩარჩო დირექტივის მე-14 მუხლი ადგენს, თუ რომელი კომპანია შეიძლება განისაზღვროს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ კონკურენციის კანონის პრინციპების შესაბამისად განსაზღვრულ ბაზრებზე. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის ცნება გათანაბრებულია დომინანტობასთან კონკურენციის კანონმდებლობის მიხედვით: „შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის/ეკონომიკური აგენტების ისეთი მდგომარეობა, რომელიც მას/მათ საშუალებას აძლევს, იმოქმედოს/იმოქმედონ კონკურენტი ეკონომიკური აგენტებისგან, მიწოდებლებისგან, კლიენტებისა და საბოლოო მომხმარებლებისგან დამოუკიდებლად...“.

რაც შეეხება ერთობლივად მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობას, ჩარჩო დირექტივის მე-14 მუხლს ავსებს II დანართი, რომელიც ჩამოთვლის მე-14 მუხლით განსაზღვრული ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის შეფასების კრიტერიუმებს, ეს კრიტერიუმები შთაგონებულია ევროკავშირის სასამართლოს პრეცედენტული სამართლით. დირექტივა მაინც ხაზს უსვამს კრიტერიუმების ჩამონათვალს “... არის საორიენტაციო სია და არ არის ამომწურავი და არც კრიტერიუმებია კუმულაციური. უფრო მეტიც, სია მიზნად ისახავს მხოლოდ იმ ტიპის მტკიცებულების ილუსტრირებას, რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნას ერთობლივი დომინირების არსებობის შესახებ მტკიცებულების გასამყარებლად“.

გარდა ამისა, ჩარჩო დირექტივის მე-14 მუხლი ითვალისწინებს, რომ იმ შემთხვევაში თუ “საწარმოს აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება კონკრეტულ ბაზარზე (პირველი ბაზარი), ის ასევე შეიძლება დასახელდეს, როგორც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზარზე (მეორე ბაზარი), როდესაც ორ ბაზარს შორის კავშირები ისეთია, რომ პირს საშუალებას აძლევს პირველ ბაზარზე

<sup>6</sup> ამ ანგარიშის მიზნებისთვის, სადაც ჩვენ ვგულისხმობთ საქართველოს, ან საქართველოს ტერიტორიას ან სხვა ცნობებს საქართველოს შესახებ ტექსტში, გამოვირიცხავთ აფხაზეთის ავტონომიურ რესპუბლიკას და სამაჩაბლოს.

<sup>7</sup> ასოცირების შეთანხმება ევროკავშირისა და ატომური ენერჯის ევროპულ გაერთიანებასა და მათ წევრ ქვეყნებს შორის, ერთის მხრივ, და საქართველოს, მეორე მხრივ, ევროკავშირის ოფიციალური ჟურნალი L261/4, 30.08.2014წ.

<sup>8</sup> ხელშეკრულების ძალაში შესვლიდან სამი წლის განმავლობაში.

<sup>9</sup> დანართი XV-B, წესები, რომლებიც გამოიყენება სატელეკომუნიკაციო სერვისებისთვის.



არსებული საბაზრო ძალაუფლება გამოიყენოს მეორე ბაზარზე, რითაც გააძლიერებს საწარმოს საბაზრო ძალას“.

„სამი კრიტერიუმის ტესტი“ არ იყო ნახსენები ჩარჩო დირექტივის შესაბამის დებულებებში<sup>10</sup>, და შესაბამისად არ საჭიროებს ასოცირების ხელშეკრულების საფუძველზე საქართველოს კანონმდებლობაში ასახვას. როგორც ითქვა, ტესტის პირველი ორი კრიტერიუმი შეესაბამება სტანდარტულ ბაზრის შეფასებას კონკურენციის კანონის მიხედვით და ამიტომ მანდატი უნდა ჰქონდეს საქართველოშიც, ბაზრების განსაზღვრის მოთხოვნის გათვალისწინებით „კონკურენციის კანონის პრინციპების შესაბამისად“.

<sup>10</sup> ევროკავშირში ტესტი სავალდებულოდ იქნა შემოღებულ მხოლოდ 2018 წელს, EEC-ის 67-ე მუხლში, სადაც ნათქვამია, რომ „მარეგულირებელი მექანიზმების დაწესება ბაზარზე შეიძლება ჩაითვალოს გამარტლებულ ქმედებად, თუ კმაყოფილება ყველა შემდეგი კრიტერიუმი:

(ა) არსებობს შესვლის მაღალი და არატრანზიტული სტრუქტურული, სამართლებრივი ან მარეგულირებელი ბარიერები;

ბ) არსებობს ბაზრის სტრუქტურა, რომელიც არ არის მიდრეკილი ეფექტური კონკურენციისკენ ბაზრის ამ მიმოხილვის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული კონკურენციის მდგომარეობისა და შესვლის ბარიერების მიღმა კონკურენციის სხვა წყაროების გათვალისწინებით;

(c) მხოლოდ კონკურენციის კანონი არასაკმარისია გამოვლენილი ბაზრის არაეფექტიანობ(ებ)ის ადეკვატურად გადასაჭრელად“. 2002 წლის ჩარჩო დირექტივის 27-ე პუნქტი - მიუხედავად იმისა, რომ არ არის სავალდებულო - ამბობს, რომ "(i) აუცილებელია, რომ ex-ante მარეგულირებელი ვალდებულებები დაწესდეს მხოლოდ მაშინ, როდესაც ბაზარი არ ხასიათდება ეფექტიანი კონკურენციით, ანუ ბაზრებზე, სადაც ოპერირებს ერთი ან მეტი ავტორიზებული პირი, რომელსაც აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება და სადაც ეროვნული და თანამეგობრობის კონკურენციის კანონმდებლობის დაცვის საშუალებები არ არის საკმარისი, არსებული პრობლემების მოსაგვარებლად", რითიც ის მხარს უჭერს ორი კრიტერიუმის ტესტის ცნებას. "სამი კრიტერიუმის ტესტის" ცნება პირველად ჩნდება 2007 წლის (არასავალდებულო) რეკომენდაციის მე-2 მუხლში ex-ante რეგულირებისადმი მგრძნობიარე ბაზრებზე (ხელმისაწვდომია: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L\\_.2007.344.01.0065.01.ENG](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2007.344.01.0065.01.ENG)); მისი მე-5 პუნქტი ადგენს, რომ "(i) იმ ბაზრების იდენტიფიცირებისთვის, რომლებიც პოტენციურად ექვემდებარება ex-ante რეგულირებას, მიზანშეწონილია შემდეგი კუმულაციური კრიტერიუმების გამოყენება..." რეკომენდაციის მე-2 პუნქტში ნათქვამია: „დანართში ჩამოთვლილი ბაზრების გარდა, სხვა ბაზრების იდენტიფიცირებისას, ეროვნულმა მარეგულირებელმა ორგანოებმა უნდა უზრუნველყონ შემდეგი სამი კრიტერიუმის კუმულაციურად დაკმაყოფილება (...) მხოლოდ კონკურენციის კანონმდებლობის არასაკმარისობა ბაზარზე არსებული არაეფექტიანობების ადეკვატურად გადასაჭრელად“. მაგრამ ევროკომისია არ მიუთითებს მარეგულირებლებს შეაფასონ მესამე კრიტერიუმი მანამ, სანამ არ დაადგენენ თუ რომელი მარეგულირებელი მექანიზმი იქნება უკეთესი ბაზარზე არსებული პრობლემების აღმოსაფხვრელად. პირიქით, მესამე კრიტერიუმის ფორმულირება აშკარად გულისხმობს, რომ ჯერ უნდა განისაზღვროს საშუალება, სანამ გახორციელდება ტესტის მესამე კრიტერიუმის შეფასება; 2007 წლის რეკომენდაციას დაემატა

ERG

დოკუმენტი,

[https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/documents/erg\\_08\\_21\\_erg\\_rep\\_3crit\\_test\\_final\\_080604.pdf](https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/documents/erg_08_21_erg_rep_3crit_test_final_080604.pdf)), რომელმაც აღიარა, რომ "... გამოცდილება სამი კრიტერიუმთან დაკავშირებით ადასტურებს, რომ იმ შემთხვევებში, როდესაც ტარდება სამი კრიტერიუმის ტესტი და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის ანალიზი, ძნელია პირველი კრიტერიუმის (შესვლის ბარიერები) და მეორე კრიტერიუმის (მიდრეკილება) გამიჯვნა იმ კრიტერიუმებისგან, რომლებიც განიხილება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ანალიზის პროცესში. (...) ასევე, ზოგადად, ეროვნული მარეგულირებლები მიიჩნევენ, რომ სამი კრიტერიუმის შეფასებისას საჭირო დეტალიზაციის დონე არავითარ შემთხვევაში არ აღემატება ანალიზის დეტალიზაციის დონეს, რომელიც საჭიროა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის შეფასებისთვის. იგივე დასკვნები ვრცელდება მტკიცების ტვირთთან დაკავშირებითაც, სადაც კვლავ გავრცელებულია მოსაზრება: სამი კრიტერიუმის შეფასებასთან დაკავშირებული მტკიცების ტვირთი არავითარ შემთხვევაში არ დგას უფრო მაღლა, ვიდრე მტკიცების ტვირთი, რომელიც დაკავშირებულია ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის (ან არარსებობის) დადგენასთან"

ჩარჩო დირექტივის მე-15 მუხლი ადგენს ბაზრების იდენტიფიკაციისა და განსაზღვრის პროცედურას. მთავარი ელემენტია მე-3 პუნქტის მოთხოვნა, რომ ეროვნულმა მარეგულირებელმა ორგანომ „რეკომენდაციისა და SMP სახელმძღვანელო პრინციპების მაქსიმალური გათვალისწინებით, განსაზღვრონ ეროვნული გარემოებების შესაბამისი ბაზრები, კონკრეტულად მათ ტერიტორიაზე არსებულ შესაბამის გეოგრაფიულ ბაზრებზე, კონკურენციის სამართლის პრინციპების შესაბამისად“. არც ევროკომისიის რეკომენდაციები რეგულირებას დაქვემდებარებულ<sup>11</sup> და არც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე სახელმძღვანელო პრინციპები არ არის იურიდიულად სავალდებულო<sup>12</sup>. შესაბამისად, მოსალოდნელია, რომ არი იარსებებს რაიმე ტიპის საერთაშორისო სამართლებრივი ვალდებულება, რომელიც ქვეყანას მოსთხოვდა მოეხდინა მათი ინტეგრაცია ეროვნულ სამართლებრივ წესრიგში. ამავდროულად, ასოცირების ხელშეკრულება შეიცავს საქართველოს მკაფიო ვალდებულებას განსაზღვროს ბაზრები „კონკურენციის სამართლის პრინციპების შესაბამისად“. შესაბამისად, ევროკომისიის სარეკომენდაციო დებულებები, რომლებიც განსაზღვრავს კონკურენციის სამართლის პრინციპებს, შესაბამის ბაზრის განსაზღვრისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის დებულებებთან ერთად, უნდა იყოს ინტეგრირებული ქართულ მარეგულირებელ ჩარჩოში ან ეთანხმებოდნენ ერთმანეთს.

ამავდროულად, საერთაშორისო შეთანხმებებს, როგორცაა ასოცირების შეთანხმებამ არ აქვთ „პირდაპირი ეფექტი“, თუ ეს უშუალოდ არ არის გაცხადებული. ევროკავშირის სასამართლოს პრეცედენტული სამართლის მიხედვით, საერთაშორისო ხელშეკრულებების ხელმომწერი მხარეები, საერთაშორისო სამართლის მიხედვით, თავისუფლები არიან შეთანხმდნენ იმ შედეგებზე, რასაც ეს შეთანხმებები გამოიწვევს მათ შესაბამის შიდა სამართლებრივ ნორმებში<sup>13</sup>. თუმცა საქართველოს შემთხვევაში „საქართველოს ორგანული კანონი ნორმატიული აქტების შესახებ“<sup>14</sup> ეროვნულ ხელშეკრულებებს ათანაბრებს „ნორმატიულ აქტებთან“. ამიტომ, საერთაშორისო ხელშეკრულების დებულებებს, რომლებიც საკმარისად სპეციფიკურია, შეიძლება ჰქონდეს პირდაპირი ეფექტი.

<sup>11</sup> კომისიის 2020 წლის 18 დეკემბრის 2020/2245 რეკომენდაცია (EU) 2020 წლის 18 დეკემბრის შესაბამისი პროდუქტებისა და სერვისების ბაზრების შესახებ ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორში, რომლებიც ექვემდებარება წინა რეგულაციას ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2018/1972 დირექტივის შესაბამისად კომუნიკაციების კოდი („2020 ბაზრის რეკომენდაცია), OJ L 439, 29.12.2020, გვ. 23–31, ხელმისაწვდომია: EUR-Lex - 32020H2245 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

<sup>12</sup> კომისიის შეტყობინება — სახელმძღვანელო ბაზრის ანალიზისა და მნიშვნელოვანი ბაზრის ძალაუფლების შეფასების შესახებ ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელებისა და სერვისების ევროკავშირის მარეგულირებელი ჩარჩოს მიხედვით („2018 SMP გაიდლაინები), OJ C 159, 2018 წლის 7 მაისი, გვ. 1–15, ხელმისაწვდომია:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018XC0507%2801%29>

<sup>13</sup> იხილეთ მაგ. კასოლარი, ფედერიკო, ევროკავშირის საერთაშორისო ხელშეკრულებების პირდაპირი ეფექტის აღიარება: ჯერ კიდევ მნიშვნელოვანია სამართლებრივი თანასწორობა? (2017 წლის 8 ივლისი). L.S.Rossi, F. Casolari (eds) თანასწორობის პრინციპი ევროკავშირის სამართალში (Springer, Forthcoming), გვ.32. ხელმისაწვდომია SSRN-ზე: <https://ssrn.com/abstract=2999039>

<sup>14</sup> იხ. ნორმატიული აქტების შესახებ ორგანული კანონის მე-7 მუხლი - <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/90052?publication=37>

### 3.2. შესაბამისი დებულებები „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონიდან

ბაზრის განსაზღვრისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის გამოვლენის მარეგულირებელი კანონის დებულებების განხილვამდე, უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს კანონი ამჟამად გადასინჯვის პროცესშია, მისი დებულებების შემდგომი დაახლოების მიზნით ასოცირების შეთანხმების XV-B დანართში შეტანილი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან, ამ უკანასკნელის 113-ე მუხლის შესაბამისად<sup>15</sup>.

მისი ამჟამინდელი ფორმულირებით, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლი ითვალისწინებს კონკურენციის სამართლის რიგი ცნებების განმარტებას (ცალკეული აზრის მითითებები მოცემულია ქვემოთ თითოეული განმარტების შემდეგ):

- *ავტორიზებული პირების ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება – მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ორი ან მეტი ავტორიზებული პირის ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება, ანუ ისეთი მდგომარეობა, როცა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ ჩატარებული ანალიზი ადასტურებს, რომ ბაზრის ამ სეგმენტზე ჩამოყალიბებული კონიუნქტურა და კონკურენციის მახასიათებლები მათი შეთანხმებულად მოქმედებისა და ბაზარზე არაკონკურენტული უპირატესობის ერთობლივად მოპოვების შესაძლებლობას იძლევა, მაშინაც კი, თუ მათ შორის არ არსებობს სტრუქტურული ან სხვა სახის, მათ შორის, სახელშეკრულებო ურთიერთობები (ზ);*
- *მიწოდების მხარის ჩანაცვლება – მომსახურების ბაზარზე დამკვიდრებული კონკურენციის პირობებში ავტორიზებული პირების მიერ მომხმარებლისათვის ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურების სახეების მიწოდების შესაძლებლობა (3<sup>4</sup>);*
- *მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება – მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ავტორიზებული პირის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება, ანუ ისეთი მდგომარეობა, როცა კომისიის მიერ ჩატარებული ანალიზი ადასტურებს, რომ ავტორიზებულ პირს არ ჰყავს კონკურენტები, დაცულია მნიშვნელოვანი კონკურენციისაგან ან მისი კონკურენტული პოზიცია საშუალებას აძლევს მას, ცალმხრივად არსებითი გავლენა მოახდინოს ბაზრის ამ სეგმენტზე და შეზღუდოს კონკურენცია (3<sup>6</sup>);*
- *მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტები – მომსახურების ბაზარზე ჩამოყალიბებული ტარიფების, კონიუნქტურის, კონკურენციის, მოთხოვნისა და მიწოდების მხარეების ჩანაცვლების ფაქტორების გათვალისწინებით გამოყოფილი მომსახურების სახეები, ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურების სახეების ჩათვლით (3<sup>7</sup>);*

<sup>15</sup> დანართი XV-B მიუთითებს მთელ რიგ დებულებებზე ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 7 მარტის 2002/21/EC დირექტივის შესახებ ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელებისა და სერვისების საერთო მარეგულირებელი ჩარჩოს შესახებ (ჩარჩო დირექტივა), OJ L 108. , 24.4.2002, გვ. 33 და ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 7 მარტის 2002/19/EC დირექტივიდან ელექტრონულ საკომუნიკაციო ქსელებთან და მათთან დაკავშირებულ მოწყობილობებთან დაშვებისა და ურთიერთჩართვის შესახებ (დაშვების დირექტივა), OJ L 108, 24.4.2002, გვ. 7, რომელთაგან ზოგიერთი შესაბამისია ბაზრის განსაზღვრისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის გამოვლენის პროცედურასთან.

- მომსახურების ბაზრის შესაბამისი გეოგრაფიული საზღვრები – კონკურენციის ერთგვაროვანი პირობებით გამოყოფილი მომსახურების ბაზრის გეოგრაფიული (ტერიტორიული) სეგმენტი(3<sup>8</sup>);
- მოთხოვნის მხარის ჩანაცვლებადობა – მომხმარებლის მიერ ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურების სახის არჩევის შესაძლებლობა, რომელიც მეტნაკლებად იმავე საფასურით, ხარისხითა და მოცულობით აკმაყოფილებს მის მოთხოვნებს(3<sup>11</sup>);
- მომსახურების ბაზრის მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტები – მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტები, სადაც ერთ ან რამდენიმე ავტორიზებულ პირს შორის სახელშეკრულებო ურთიერთობების ან მათი ქსელების სტრუქტურული კავშირის გამო ბაზრის ერთ სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება შესაძლებელია მათ ცალ-ცალკე ან ურთიერთშეთანხმებულად გამოიყენონ სხვა სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მოსაპოვებლად ან გასაძლიერებლად(3<sup>12</sup>).<sup>16</sup>

ბაზრის *ex-ante* კვლევის პროცედურა და წესები კონკრეტულად არის დადგენილი კანონის 21-ე და 22-ე მუხლებში<sup>17</sup>. კანონის 21-ე მუხლის მე-3 პუნქტი ადგენს, რომ ბაზრის კვლევა ჩატარდება კომისიის მიერ კომისიისვე დადგენილებით დამტკიცებული მეთოდოლოგიის საფუძველზე. კანონის 64-ე მუხლის პირველი ნაწილის „ე“ ქვეპუნქტის თანახმად, მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრისა და კონკურენციის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესები უნდა მიიღონ კანონის ძალაში შესვლიდან ერთი წლის განმავლობაში. მეთოდოლოგიური წესები (კომისიის მეთოდოლოგია) საბოლოოდ ამოქმედდა 2007 წლის 31 აგვისტოს No.5 “დადგენილებით ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრისა და კონკურენტუნარიანობის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების დამტკიცების შესახებ”.<sup>18</sup> ეს მეთოდოლოგია ბოლო ხანებში გადაიხედა EBRD-ის მიერ დაფინანსებული კვლევის საფუძველზე, რომელიც შედგენილია Grant Thornton-ის, Pierston-ისა და Analysys Mason-ის მიერ და კვლავ, ამ ანგარიშის დაწერის დროს, ექვემდებარება ყოვლისმომცველ გადახედვას, რომელიც მიზნად ისახავს მიდგომის სრულად ევროკომისიის მიერ ევროკავშირის ეროვნულ მარეგულირებელი ორგანოებისთვის შემუშავებული 2018 წლის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე სახელმძღვანელო პრინციპებთან შესაბამისობაში მოყვანას.

ძირითადი დებულებები, რომლებიც მართავს ბაზრის კვლევას, შემდეგია:

### მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების (SMP) შეფასების კრიტერიუმები

კანონის 21-ე მუხლის მე-4 პუნქტი ჩამოთვლის პრინციპებს<sup>19</sup> რომლის მიხედვითაც, ხორციელდება „...მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე კონკურენციის

<sup>16</sup> 14(3) მუხლის ჩარჩო დირექტივის თანახმად, „როდესაც ეკონომიკურ აგენტს აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება კონკრეტულ ბაზარზე, ასევე შეიძლება ჩაითვალოს, რომ მას მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება აქვს მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზარზეც, სადაც ორ ბაზარს შორის არსებული კავშირები იძლევა საშუალებას ერთ ბაზარზე არსებული საბაზრო ძალაუფლება გამოყენებულ იქნას მეორე ბაზარზე, რითაც გაძლიერდება საწარმოს საბაზრო ძალა“.

<sup>17</sup> „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონი

<sup>18</sup> საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 06.09.2007 No126, მუხლი 1375 წ.

<sup>19</sup> 21.4 მუხლში ჩამოთვლილია პრინციპები, როგორც „...ობიექტურობა, ტექნოლოგიური ნეიტრალიტეტი, ფუნქციური ეკვივალენტობა (ფუნქციური კრიტერიუმების ერთგვაროვანი

უზრუნველყოფა და ამ სეგმენტებზე პირველადი და მეორეული კრიტერიუმების შესაბამისად მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირთა დადგენა...“.

ძირითადი კრიტერიუმები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გამოსავლენად

22-ე მუხლის მე-8 პუნქტი ეხება პირველ კრიტერიუმს შემდეგნაირად: “მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კონკურენტუნარიანობის კვლევისა და ანალიზის ჩატარებისას მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ განსაზღვრის ძირითადი კრიტერიუმი არის ავტორიზებული პირის ან ურთიერთდაკავშირებულ პირთა ჯგუფის მიერ ბაზრის ამ სეგმენტზე დაკავებული ფარდობითი საბაზრო წილი. ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ავტორიზებული პირის მიერ დაკავებული ფარდობითი საბაზრო წილი განისაზღვრება მის მიერ მიღებული შემოსავლების, ბოლო მომხმარებელთა ან აბონენტთა რაოდენობის ან გარკვეულ პერიოდში მიწოდებული მომსახურების ჯამური მოცულობის (ტრაფიკის) წილობრივი მაჩვენებლების, აგრეთვე მის საკუთრებაში ან მფლობელობაში არსებული ქსელის შესაბამისი ელემენტების დატვირთული და თავისუფალი სიმძლავრეების ან ფუნქციონალური რესურსების რეზერვების გათვალისწინებით. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის მახასიათებლების გათვალისწინებით კომისია ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, ობიექტურობის პრინციპიდან გამომდინარე, იღებს გადაწყვეტილებას ავტორიზებული პირის მიერ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე დაკავებული წილის გაზომვისა და სათანადო ძირითადი კრიტერიუმის გამოყენების შესახებ.”

22-ე მუხლი მუხლის მე-10 პუნქტი ითვალისწინებს ბაზრის წილის მოთხოვნების განსაზღვრას მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დასადგენად შემდეგნაირად: “მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენის ძირითადი კრიტერიუმის შესაბამისად ავტორიზებული პირი განისაზღვრება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ, თუ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე უკავია საბაზრო წილის არანაკლებ 40 პროცენტისა.”

ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების განსაზღვრა საქართველოში

22-ე მუხლის მე-11 პუნქტი ასახავს, რომ „რამდენიმე ავტორიზებული პირი განიხილება ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ, თუ მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე:

- ა) ორი ავტორიზებული პირის ჯამური საბაზრო წილი აღწევს სულ მცირე 60 პროცენტს, ამასთანავე, თითოეულის საბაზრო წილი უნდა იყოს არანაკლებ 25 პროცენტისა;
- ბ) სამი ავტორიზებული პირის ჯამური საბაზრო წილი აღწევს სულ მცირე 80 პროცენტს, ამასთანავე, თითოეულის საბაზრო წილი უნდა იყოს არანაკლებ 15 პროცენტისა.“

მეორადი კრიტერიუმები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გამოსავლენად

22-ე მუხლის მე-12 პუნქტის თანახმად, „(...) ძირითადი კრიტერიუმის გარდა გამოიყენება მეორეული კრიტერიუმები, რომლებიც ობიექტურად განსაზღვრავს ძირითადი კრიტერიუმების შესაბამისად მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე

---

გამოყენება), მინიმალური საჭირო რეგულირება, აგრეთვე პროპორციულად დაბალანსებული კონკრეტული ვალდებულებების დაწესების პრინციპები, ეფექტური კონკურენციის სტიმულირება, გამჭვირვალობა და არადისკრიმინაციულობა“.



ავტორიზებული პირების მიერ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენციის შეზღუდვისა და არაკონკურენტული ქმედებების განხორციელების შესაძლებლობებს. მეორეულ კრიტერიუმებს ანალიზური ფაქტორების გათვალისწინებით განსაზღვრავს კომისია”.

მეორადი კრიტერიუმები დეტალურად განხილულია მეთოდოლოგიურ წესებში.

### 3.3. მთავარი განსხვავებები „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონსა და ევროკავშირის ჩარჩო კანონმდებლობას შორის

#### 3.3.1. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება (ჯერ) კარგად არ არის გარჩევადი კოლუზიისგან

ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება კანონის მე-2 მუხლის „ზ“ ქვეპუნქტით არის განსაზღვრული, როგორც „ბაზრის ამ სეგმენტზე ჩამოყალიბებული კონიუნქტურა და კონკურენციის მახასიათებლები მათი შეთანხმებულად მოქმედებისა და ბაზარზე არაკონკურენტული უპირატესობის ერთობლივად მოპოვების შესაძლებლობას იძლევა, მაშინაც კი, თუ მათ შორის არ არსებობს სტრუქტურული ან სხვა სახის, მათ შორის, სახელშეკრულებო ურთიერთობები“.

ეს განმარტება განსხვავდება კონკურენციის კანონის ცნებისგან, სადაც “მათ შორის სტრუქტურული ან სხვა ტიპის კავშირების არარსებობის შემთხვევაშიც კი, [ორი ან მეტი საწარმო] მოქმედებს ბაზარზე, რომელთა სტრუქტურა ითვლება კოორდინირებული ეფექტების ხელშემწყობად. (...) აღნიშნულს შესაძლოა ჰქონდეს ადგილი, როდესაც ბაზარი აკმაყოფილებს რამდენიმე შესაბამის მახასიათებელს, განსაკუთრებით ბაზრის კონცენტრაციის, გამჭვირვალობის და სხვა მახასიათებლების თვალსაზრისით.”<sup>20</sup>

ევროკავშირის კონკურენციის კანონმდებლობის მიხედვით, მკაფიო განსხვავებაა, ერთის მხრივ, „შეთანხმებულ პრაქტიკას“, რომელიც განიხილება პოტენციურად ანტიკონკურენტულ შეთქმულებად და მეორეს მხრივ, სიტუაციებს შორის, როდესაც “შეზღუდული ბაზრის მახასიათებლებიდან გამომდინარე, კომპანიები ირიბად ახდენენ ფასებთან და პოლიტიკასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებების სინქრონიზაციას, რასაც ხშირად უწოდებენ "უსიტყვო კოორდინაციას" (Tacit Coordination) ან "შეგნებულ პარალელიზმს (...) ოლიგოპოლია მაინცდამაინც არ ზრდის ფასებს ერთობლივად და აყენებს ზიანს მომხმარებელს. ალბათ ბუნებრივია, რომ მონაწილეები "მჭიდრო" ოლიგოპოლიურ ბაზრებზე (ბაზრები, სადაც მხოლოდ რამდენიმე კომპანია დომინირებს) აკვირდებიან და მონიტორინგს უწევენ ერთმანეთის ქმედებებს, რათა გამოთვალონ და განჭვრიტონ ერთმანეთის ქცევა და შესაბამისად შეცვალონ და მოარგონ საკუთარი პროდუქტები, მომსახურებები და ფასები მათ.”<sup>21</sup>

<sup>20</sup> განმარტება მოცემულია 2002 წლის ჩარჩო დირექტივის II დანართში.

<sup>21</sup> პატრიკ რაიანი, ევროპული კონკურენციის კანონი, ერთობლივი დომინირება და უსადენო ოლიგოპოლიის პრობლემა, კოლუმბიის ევროპული სამართლის ჟურნალი, ტ. 11, 2005. 356.

საქართველოსა და ევროკავშირის კანონებს შორის მიდგომების განსხვავება გავლენას ახდენს ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გამოსავლენად გამოყენებულ კრიტერიუმებზე.

საქართველოს კანონმდებლობა სამართლებრივ ტექსტს უფრო დაბალ დონეზე აყენებს, ვიდრე ევროკავშირის კანონმდებლობაშია წარმოდგენილი, შეთანხმების ყოველგვარი შესაძლებლობის გათვალისწინებით („*მიეცით მათ უფლება, რომ იმოქმედონ ერთობლივად და მიიღონ ერთობლივი არაკონკურენტული უპირატესობა*“) ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გამოსავლენად. ევროკავშირში - პირიქით, „სამი კუმულაციური პირობაა აუცილებელი კოლექტიური დომინირების გამოსავლენად (...):

- პირველი, დომინანტური ოლიგოპოლიის თითოეულ წევრს უნდა შესწევდეს უნარი იცოდეს, როგორ იქცევიან სხვა წევრები, რათა დააკვირდეს, ნერგავენ თუ არა ისინი საერთო პოლიტიკას. საკმარისი არ არის დომინანტური ოლიგოპოლიის თითოეულმა წევრმა იცოდეს, რომ ურთიერთდამოკიდებული საბაზრო ქცევა ყველა მათგანისთვის მომგებიანია, თითოეულ წევრს ასევე უნდა ჰქონდეს საშუალება იცოდეს, ახორციელებენ თუ არა სხვა ოპერატორები იმავე სტრატეგიას და ინარჩუნებენ თუ არა ისინი მას. აქედან გამომდინარე, ბაზარზე უნდა არსებობდეს საკმარისი გამჭვირვალობა (...).
- მეორე - უსიტყვო კოორდინაციის მდგომარეობა უნდა იყოს მდგრადი დროთა განმავლობაში, ანუ უნდა არსებობდეს სტიმული, რომ ბაზრის მონაწილეებმა არ გადაუხვიონ ბაზარზე არსებულ საერთო პოლიტიკას. (...) შურისძიების ცნება საერთო პოლიტიკიდან გადახრილ ქცევასთან დაკავშირებით, ამგვარად, თანდაყოლილია ამ პირობისთვის. (...)
- მესამე - დომინანტური პოზიციის არსებობის საჭირო სამართლებრივი სტანდარტის დასამტკიცებლად, ასევე უნდა დადგინდეს, რომ მიმდინარე და მომავალი კონკურენტების, ისევე როგორც მომხმარებლების მოსალოდნელი რეაქცია საფრთხეს არ შეუქმნის საერთო პოლიტიკიდან მოსალოდნელ შედეგებს.<sup>22</sup>

ამ განსხვავების აღმოფხვრის მიზნით კომისია განიხილავს ამ სამი კრიტერიუმის ინტეგრირებას თავის შესწორებულ მეთოდოლოგიურ წესებში.<sup>23</sup> ამ ანალიზში, მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული არ არის აუცილებელი, ეს კრიტერიუმები მაინც იქნა გამოყენებული ბაზრის კვლევაში (იხილეთ 6.4 თავი).

მოქმედი წესები განსხვავდება აგრეთვე ევროკავშირის მიდგომაში წარმოდგენილ პერსპექტიული შეფასების მიმართულებით, სადაც, „*იმისათვის, რათა დადგინდეს, უნდა დაწესდეს თუ არა ex-ante მარეგულირებელი ვალდებულებები [ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე კომპანიებზე], ადგილობრივმა მარეგულირებლებმა (NRA<sup>24</sup>) უნდა ჩაატარონ მოვლენების მოსალოდნელი განვითარების ანალიზი შემდგომი კვლევის პერიოდისთვის*“<sup>25</sup>. ეს მომავალზე ორიენტირებული მიდგომა ასევე აკლია ქართულ მეთოდოლოგიურ წესებს. თუმცა, სადაც ეს შესაძლებელია,

<sup>22</sup> 2018 SMP სახელმძღვანელო პრინციპები, პუნქტი 67.

<sup>23</sup> იხილეთ განახლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-12 მუხლი.

<sup>24</sup> ეროვნული მარეგულირებლები

<sup>25</sup> 2018 SMP სახელმძღვანელო პრინციპები, პუნქტი 69.

აღნიშნული ანალიზი ითვალისწინებს მომავალზე ორიენტირებულ მიდგომებს, მაგალითად გეოგრაფიული დაყოფის დროს.

### 3.3.2. მჭიდროდ დაკავშირებული მომსახურების ბაზრის სეგმენტების რეგულირება

კიდევ ერთი განსხვავება არის "მომსახურების ბაზრის მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტების" დამუშავების გზა. საქართველოში ტერმინი განსაზღვრულია მე-2 მუხლის 3<sup>12</sup> პუნქტით, შემზღვეველი წესით: ტერმინი აღნიშნავს მხოლოდ იმ ბაზრებს, „სადაც ერთ ან რამდენიმე ავტორიზებულ პირს შორის სახელშეკრულებო ურთიერთობების ან მათი ქსელების სტრუქტურული კავშირის გამო ბაზრის ერთ სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება შესაძლებელია მათ ცალ-ცალკე ან ურთიერთშეთანხმებულად გაავრცელონ სხვა სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მოსაპოვებლად ან გასაძლიერებლად“. ბაზრები მხოლოდ მაშინ განიხილება მჭიდროდ დაკავშირებულად, როდესაც რომელიმე დომინანტი კომპანია აღნიშნულ ბაზრებზე მიდრეკილია გაავრცელოს თავისი დომინანტური პოზიცია სხვა ცალკეულ სეგმენტებზეც. ევროკავშირში ეს ტერმინი არ არის განსაზღვრული და გამოიყენება ტერმინის ჩვეულებრივი გაგება.

ევროკავშირის ჩარჩო დირექტივის მე-14 მე-3 პუნქტი ამბობს, რომ „მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზრებზე“ დომინირების პრეზუმცია შეიძლება გამოყენებულ იქნას მხოლოდ მაშინ, *“როდესაც ორ ბაზარს შორის კავშირები ისეთია, რომ ერთ ბაზარზე არსებული საბაზრო ძალაუფლება მის მეორე ბაზარზე გავრცელების საშუალებას იძლევა, რითიც აძლიერებს დომინანტი პროვაიდერის საბაზრო ძალას“*. ადრეული, 2002 წლის SMP სახელმძღვანელო განმარტავს<sup>26</sup>, რომ 2002/21/EC ჩარჩო დირექტივის 14 (3) მუხლი გამიზნული იყო ისეთი საბაზრო გარემოებებისთვის, რომელმაც გამოიწვია Tetra Pak II საქმეზე შესაბამისი სასამართლოს გადაწყვეტილება<sup>27</sup>. SMP სახელმძღვანელო პრინციპები ამატებს, რომ მჭიდრო ასოციაციური კავშირები სხვადასხვა ბაზრებს შორის, სავარაუდოდ, გვხვდება ვერტიკალურად ინტეგრირებულ ბაზრებზე<sup>28</sup>. SMP სახელმძღვანელო პრინციპების მიხედვით, ეს რეგულარულად ხდება სატელეკომუნიკაციო სექტორში, სადაც ოპერატორებს ხშირად აქვთ დომინანტი პოზიცია ინფრასტრუქტურის ბაზარზე და მნიშვნელოვანი წარმომადგენლობა მომსახურების საცალო ბაზარზე<sup>29</sup>.

განსხვავებული მიდგომის პრაქტიკული შედეგია ის, რომ კანონის 22-ე მუხლის პირველი ნაწილის ა) ფორმულირება გვთავაზობს, რომ კომისიამ ნებისმიერ შემთხვევაში, ბაზრის განსაზღვრის ეტაპიდან, უნდა განსაზღვროს და განიხილოს „მჭიდროდ დაკავშირებული“ ბაზრები, ხოლო ევროკავშირში კითხვა მხოლოდ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის განსაზღვრის ეტაპზე დგება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ქართული მიდგომა მოითხოვს, რომ მაშინაც კი, როდესაც ბაზრები კონკურენტუნარიანია, ბაზრის განსაზღვრის

<sup>26</sup> კომისიის სახელმძღვანელო ბაზრის ანალიზისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასების შესახებ ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელებისა და სერვისების მარეგულირებელი ჩარჩოს ფარგლებში („2002 SMP გაიდლაინები“), OJ C 165, 11.7.2002, გვ. 6-31, ხელმისაწვდომია: EUR-Lex - 52018XC0507(01) - EN - EUR-Lex (europa.eu)

<sup>27</sup> 2002 SMP გაიდლაინები, პუნქტი. 84

<sup>28</sup> idem, para. 75.

<sup>29</sup> ibidem



ეტაპზე, საჭიროა დამატებითი ტესტი, რათა დადგინდეს, რომ ოპერატორს, რომელიც დომინანტია მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზარზე, არ შეუძლია გაავრცელოს თავისი დომინანტური პოზიცია ამ მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზარზე.

ევროკავშირის ჩარჩო დირექტივის 14(3) მუხლი არასოდეს ყოფილა გამოყენებული ეროვნული მარეგულირებლების მიერ. იმ საბაზრო სეგმენტებზე სადაც, არსებობდა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გავრცელების რისკი, ბაზრის ანალიზის შედეგად გამოვლენილი კონკურენციასთან დაკავშირებული პრობლემების აღმოფხვრა ხორციელდებოდა ვალდებულებების დაწესებით (მაგალითად, ეკონომიკური და ტექნიკური დუბლირების ვალდებულება შესაბამის საცალო ბაზარზე), იმ საბითუმო ბაზრებზე რომლებზეც აღმოჩნდა, რომ რეგულირებად ეკონომიკურ აგენტს ქონდა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება. გარდა ამისა, ვალდებულებები დაწესდა „მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზრებზე“ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის გამოვლენის საჭიროების გარეშე, „დამხმარე“ ვალდებულებების განსაზღვრით. მაგალითად, საკომუნიკაციო საკანალიზაციო არხებზე დაშვება დაწესდა, როგორც დამხმარე ვალდებულება ფართოზოლოვანი ადგილობრივი დაშვების ბაზარზე, რათა მან შეავსოს გამოყოფის (Unbundling) ვალდებულებები და ხელი შეუწყოს დაშვების მსურველის მიერ საკუთარი ქსელის ელემენტების განვითარებას. ამ პრაქტიკის გათვალისწინებით, ჩარჩო დირექტივის 14(3) მუხლი გადატანილი იქნა ევროკავშირის ელექტრონული კომუნიკაციების ევროპულ კოდექსში (EECC)<sup>30</sup>, დამატებითი წინადადებით, რომელიც ითვალისწინებს, რომ „ვალდებულებები, რომლებიც მიზნად ისახავს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გავრცელების თავიდან აცილებას, შეიძლება გამოყენებულ იქნას მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზარზე (...)“ (EECC 63(3) მუხლი).

ეს ასპექტი არ არის რელევანტური აღნიშნული ბაზრის კვლევისთვის.

### 3.4. ბაზრის ანალიზის პროცესის თანმიმდევრული ნაბიჯები

#### 3.4.1. შესაბამისი სამართლებრივი დებულებები

კანონის 21-ე მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტებით გათვალისწინებულია, რომ ბაზრები განისაზღვრება ელექტრონული კომუნიკაციების მომსახურების სახეებისა და გეოგრაფიული საზღვრების განმსაზღვრელი კრიტერიუმებით, ბაზრის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრის მეთოდოლოგიისა და პროცედურების საფუძველზე. გამოყენებული მეთოდოლოგიური წესები დეტალურადაა აღწერილი კომისიის No5 რეზოლუციაში „ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრისა და კონკურენტუნარიანობის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების დამტკიცების შესახებ“.

კანონის 22-ე მუხლის 1-ლი პუნქტი მოიცავს ბაზრის ანალიზის ეტაპებს, რომელთაგან პირველი ორია:

„ა) მომსახურების ბაზრის შესაბამისი და მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტების, ბაზრის შესაბამისი გეოგრაფიული საზღვრების განსაზღვრა;

<sup>30</sup> [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-020-5855?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-020-5855?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true)

ბ) მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების კონკურენტუნარიანობის ანალიზის ჩატარება;

ეფექტური კონკურენციის შეფასება შესაძლებელია მხოლოდ პროდუქტის/მომსახურების და გეოგრაფიული თვალსაზრისით განსაზღვრული შესაბამისი ბაზრის მითითებით. ამასთან დაკავშირებით კანონის 22-ე მუხლის მე-7 ნაწილი განმარტავს, რომ: „კონკურენცია მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ეფექტიანია, თუ ამ სეგმენტზე არ საქმიანობს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირი. კონკურენცია ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არ არის ეფექტიანი, თუ ამ სეგმენტზე მოქმედ ერთ ან რამდენიმე ავტორიზებულ პირს აქვს ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება. თუ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ავტორიზებულ პირს აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება, მას მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება აქვს ასევე ბაზრის მჭიდროდ დაკავშირებულ სეგმენტზე.“

კანონის 22-ე მუხლის მე-4 პუნქტი მოითხოვს მხედველობაში იქნას მიღებული შემდეგი ფაქტორები:

ა) მომსახურების ბაზრის შესაბამის და მჭიდროდ დაკავშირებულ სეგმენტებზე ჩამოყალიბებულ კონიუნქტურას, კონცენტრაციის დონეს და ავტორიზებული პირების მიერ დაკავებულ ფარდობით საბაზრო წილებს;

ბ) მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მომსახურების სახეებზე მოთხოვნისა და მიწოდების მახასიათებლებს (ელასტიურობა, მოთხოვნის ზრდა და სხვ.), აგრეთვე მოთხოვნისა და მიწოდების მხარეების ჩანაცვლების პირობებს;

გ) პოტენციურად არაკონკურენტული მომსახურების და ურთიერთშენაცვლებადი მომსახურების სახეებზე ჩამოყალიბებული ტარიფების დონეებს და მათ ისტორიულ ცვალებადობას;

დ) მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ავტორიზებული პირების ფინანსურ-ეკონომიკურ მაჩვენებლებს, მათი ურთიერთდამოკიდებულების ხარისხს და ავტორიზაციის მსურველი პირების მიერ ამ სეგმენტზე საქმიანობის დაწყების შესაძლებლობებს, ბაზარზე შესვლის დამაბრკოლებელ ინფრასტრუქტურულ და დინამიკურ ფაქტორებს, შესაბამის საინვესტიციო რისკებს;

### 3.4.2. პირველი საფეხური: შესაბამისი და მჭიდროდ დაკავშირებული ბაზრებისა და ბაზრის შესაბამისი გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა

შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრას ფუნდამენტური მნიშვნელობა აქვს იმის შესაფასებლად, არის თუ არა ბაზარზე ეფექტური კონკურენცია.

შესაბამისი ბაზრის დასადგენად აუცილებელია ბაზარი განისაზღვროს ყველა იმ პროდუქტის/მომსახურების მიხედვით, რომლებიც ურთიერთ-ჩანაცვლებადია და ეკუთვნის კონკრეტულ ბაზარს და მოთავსებულია იმავე გეოგრაფიულ საზღვრებში, რომლებშიც ეს სერვისები შემოთავაზებულია დიდწილად ერთგვაროვანი პირობებით. მთელი პროცედურა ეფუძნება ბაზრის მიწოდებისა და მოთხოვნის მხარეების ჩანაცვლებადობის განსაზღვრას.

შესაბამისი ბაზარი მოიცავს ყველა სერვისს, რომლებიც წარმოადგენს ეფექტიან ურთიერთ-ჩამნაცვლებლებს<sup>31</sup>, მოთხოვნის ან მიწოდების მხრიდან, არა მხოლოდ მათი ობიექტური მახასიათებლების, ფასების ან დანიშნულების კუთხით, არამედ შესაბამის ბაზარზე არსებული კონკურენტული პირობების გათვალისწინებით. ჩამნაცვლებელია ნებისმიერი სერვისი, რომელსაც თავისი მახასიათებლების, ფასის, მიზნებისა და მომხმარებლის ჩვევების გათვალისწინებით შეუძლია შეცვალოს სხვა სერვისი და ამით დააკმაყოფილოს მომხმარებლის იგივე საჭიროებები. სერვისები, რომლებიც მხოლოდ ნაწილობრივი ჩამნაცვლებელია, არ წარმოადგენს იმავე შესაბამისი ბაზრის ნაწილს. აქედან გამომდინარე, ბაზრის ანალიზის პროცესში შესაბამისი ბაზარი უნდა განისაზღვროს მხოლოდ იმ სერვისების დაჯგუფებით, რომლებსაც მომხმარებლები იმავე მიზნით იყენებენ.

#### 3.4.2.1. მოთხოვნის მხარის და მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობა

მეთოდოლოგიური წესები იძლევა მითითებებს მოთხოვნის მხარის და მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზისათვის<sup>32</sup>.

#### 3.4.2.2. გეოგრაფიული ბაზრის დადგენა

მომსახურების შესაბამისი ბაზრის იდენტიფიცირების შემდეგი ნაბიჯი არის მისი გეოგრაფიული საზღვრის დადგენა. მხოლოდ მაშინ, როდესაც განისაზღვრება მომსახურების ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები, შეიძლება სათანადოდ შეფასდეს საბაზრო კონკურენციის პირობები შესაბამის ბაზარზე. მეთოდოლოგიური წესები ასევე იძლევა მითითებებს ბაზრების გეოგრაფიული საზღვრების დადგენის შესახებ<sup>33</sup>.

კანონის 22-ე მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები ასევე შეიძლება დადგინდეს - შესაბამის სეგმენტებზე ჩამოყალიბებულ კონიუნქტურის საფუძველზე. მაგალითად, თუ ზოგიერთი სერვისი ქვეყნის ზოგიერთ ნაწილში, არ არის შემოთავაზებული ან მასზე დაწესებულია განსხვავებული ფასი ან ხარისხი, მაშინ გეოგრაფიული დაყოფა შეიძლება იყოს რელევანტური.

ელექტრონულ კომუნიკაციებში გეოგრაფიული ბაზრები ტრადიციულად განისაზღვრება შესაბამისი ქსელის დაფარვის არეალის გათვალისწინებით.

### 3.4.3. მეორე საფეხური: შესაბამისი საცალო ბაზრის კონკურენტუნარიანობის დადგენა

შეფასების მიზანია იმის გაგება, არის თუ არა შესაბამისი საცალო ბაზრები ეფექტურად კონკურენტუნარიანი წინასწარი რეგულირების არარსებობის პირობებში. აღნიშნულის მიზანია შეამოწმოს, შეიძლება თუ არა ბაზარზე კონკურენციის გაუმჯობესება მომავალში, ან არის თუ არა ტენდენციები, რომლებმაც შეიძლება უარყოფითი გავლენა მოახდინონ კონკურენციის ამჟამინდელ დონეზე, რაც პოტენციურად გამოიწვევს ერთი ან ერთობლივი

<sup>31</sup> 1997 წლის ევროკავშირის კომისიის ბაზრის განმარტების შესახებ შეტყობინების მე-7 პუნქტის თანახმად, შესაბამისი პროდუქტის ბაზარი „მოიცავს ყველა იმ პროდუქტს და/ან მომსახურებას, რომლებიც განიხილება როგორც ურთიერთ-ჩამნაცვლებელი ან შემცვლელი მომხმარებლის მიერ პროდუქციის მახასიათებლების, მათი ფასების, მახასიათებლების დანიშნულებისამებრ გამოყენების მიმართულებით.

<sup>32</sup> განანლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-7 მუხლი

<sup>33</sup> განანლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-8 მუხლი

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გაჩენას ან გაძლიერებას. კონკურენციის შეფასება საცალო დონეზე უნდა განხორციელდეს „მოდულიზებული გრინფილდის მიდგომის“ გამოყენებით<sup>34</sup>.

ეს ნიშნავს, რომ კონკურენტული პირობები უნდა შეფასდეს იმ ჰიპოთეზის მიხედვით, რომ განხილული ბაზარი არ ექვემდებარება *ex-ante* რეგულირებას. ამრიგად, საკვანძო კითხვა იქნება ის, თუ რამდენად შეიძლება განსაზღვრავდნენ მიმდინარე ვალდებულებები არსებულ საბაზრო პირობებს, რათა დადგინდეს, შეიძლება თუ არა საცალო ბაზრები იყოს ეფექტურად კონკურენტუნარიანი ნებისმიერი წინასწარი მარეგულირებელი ვალდებულებების დაწესების გარეშე.

#### 3.4.4. მესამე საფეხური: საბითუმო ბაზრების იდენტიფიცირება, რომლებშიც მიზანშეწონილია მარეგულირებელი ჩარევა გამოკვლევულ საცალო ბაზარზე დაბალი კონკურენციის აღმოსაფხვრელად

სექტორში რეგულირების უპირველესი აქცენტი, ევროკავშირის პრაქტიკის შესაბამისად, უნდა იყოს საბითუმო დონეზე, ისე, რომ ნებისმიერი აუცილებელი წინასწარი ღონისძიება მიმართული იყოს მომსახურების მიწოდებლების მიერ მომხმარებელთათვის ზიანის მიყენების პოტენციალის თავიდან არიდებისკენ. უპირატესობა უნდა მიენიჭოს ჩარევას მიწოდების ვერტიკალურ ჯაჭვში არსებულ ყველაზე მაღლა მდგომ საბითუმო ბაზარზე, რათა მინიმუმამდე დავიდეს საინვესტიციო სტიმულების დამახინჯების ეფექტი საცალო ბაზარზე. ეს მიზანი აისახება ევროკავშირის 2020 წლის საბაზრო რეკომენდაციებში, ისევე როგორც წინა, 2014 წლის რეკომენდაციებში<sup>35</sup>, რომლებიც ევროკავშირის ქვეყნებისთვის, საცალო ბაზრებს არ განსაზღვრავენ *ex-ante* რეგულირებას დაქვემდებარებულ ბაზრებად. ევროკომისია მიიჩნევს, რომ იქ, სადაც ჯერ კიდევ არსებობს კონკურენტული პრობლემები საცალო დონეზე, აღნიშნულის აღმოფხვრის საშუალებაა შესაბამის საბითუმო დონეზე *ex-ante* რეგულირება.

საბითუმო ბაზრების განხილვისას, საბითუმო შეთავაზებების შეზღუდულმა რაოდენობამ შეიძლება გავლენა მოახდინოს ამ ბაზარზე შესაბამისი მოთამაშეების საბაზრო ძალაუფლების შეფასებაზე. ასეთ შემთხვევებში, მეთოდოლოგიური წესები საშუალებას იძლევა გავითვალისწინოთ ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორების თეორიული თვითმომსახურება<sup>36</sup>.

#### 3.4.5. მეოთხე საფეხური: „სამი კრიტერიუმის ტესტი“

„სამი კრიტერიუმის ტესტი“ არ არის ნახსენები კანონში, თუმცა აღნიშნულია მეთოდოლოგიურ წესებში<sup>37</sup>. აღნიშნულის მიხედვით, შესაბამისი ბაზარი შეიძლება დაექვემდებაროს *ex-ante* რეგულირებას თუ ის ერთდროულად აკმაყოფილებს შემდეგ სამ კრიტერიუმს:

a) „სახეზეა ბაზარზე შესვლის მაღალი და არაგარდამავალი სტრუქტურული, სამართლებრივი ან მარეგულირებელი ბარიერები“

<sup>34</sup> დებულებები 2018 წლის SMP სახელმძღვანელოს მე-17 და მე-18 პუნქტებიდან

<sup>35</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014H0710>

<sup>36</sup> მუხლი 7(10) - განახლებული მეთოდოლოგიური წესები

<sup>37</sup> მუხლი 12 - განახლებული მეთოდოლოგიური წესები



- b) „სახეზეა ბაზრის სტრუქტურა, რომელიც დროის შესაბამის ჰორიზონტში არ არის ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი, ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული და სხვა სახის კონკურენტული გარემოებების გათვალისწინებით“. მიუხედავად იმისა, რომ შეიძლება სახეზე გვქონდეს ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული და სხვა სახის ბარიერები, აღნიშნული არ ნიშნავს, რომ ბაზარი არ არის მიდრეკილი ეფექტიანი კონკურენციისკენ<sup>38</sup>. კომისიამ პირველ რიგში უნდა აჩვენოს, რომ ბაზარი ვერ იქნება ეფექტურად კონკურენტული შესაბამისი ex-ante რეგულაციის არარსებობის პირობებში, კვლევის პერიოდის განმავლობაში. ეს შეიძლება მიღწეულ იქნას შესაბამისი დამადასტურებელი ფაქტების წარმოდგენით, რომ კვლევის პერიოდში ბაზარზე ამ მხრივ არ შეინიშნება პოზიტიური დინამიკა. მსგავსი ინდიკატორების მაგალითი იქნებოდა კომერციული შეთანხმებები, მათ შორის საბითუმო დაშვება, თანაინვესტირების შეთანხმება და ოპერატორებს შორის ორმხრივი დაშვების შეთანხმებები (თანალოკაცია), რომლებიც იქნებოდნენ გრძელვადიანი, მყარი და ექნებოდათ პოტენციური გაუმჯობესებინათ კონკურენტული სურათი ბაზარზე;
- c) „კონკურენციის სამართალი არ არის საკმარისი ბაზრის იდენტიფიცირებული ჩავარდნების აღმოსაფხვრელად“. მაგალითად, არსებობს წინასწარი ჩარევის აუცილებლობა, რათა თავიდან იქნას არიდებული მოსალოდნელი ანტიკონკურენტული ქმედებით შესაბამისი ბაზრის დაზიანება.

„სამი კრიტერიუმის ტესტის“ შესრულებისას საწყისი წერტილი არის ამჟამინდელი ბაზრის მდგომარეობა, ხოლო შემდეგ ხდება მომავალზე ორიენტირებული პერსპექტივის გათვალისწინება.

შეფასება, თუ რამდენად სრულდება „სამი კრიტერიუმის ტესტი“, ასევე ემყარება მოდიფიცირებულ გრინფილდის მიდგომას<sup>39</sup>. ამავდროულად, აუცილებელია მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზრებზე არსებული რეგულაციების გათვალისწინება.

როდესაც ვიყენებთ მესამე კრიტერიუმს „სამი კრიტერიუმის ტესტში“, საქართველოს კანონმდებლობის მახასიათებლები უნდა იქნეს გათვალისწინებული, კერძოდ ის ფაქტი, რომ კომისია ასევე არეგულირებს კონკურენციის სამართალსაც. „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 31-ე მუხლის პირველი პუნქტი<sup>40</sup> განმარტავს, რომ „...თუ ეკონომიკის რეგულირებად სფეროში კონკურენციის შესაძლო დარღვევის თაობაზე საჩივარი/განცხადება ან კონცენტრაციის თაობაზე შეტყობინება სააგენტოს წარედგინა, იგი ამ საჩივარს/განცხადებას ან შეტყობინებას ... უგზავნის ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს მარეგულირებელ ორგანოს“. სატელეკომუნიკაციო და მედია სექტორის შემთხვევაში, კონკურენციის კანონის მიხედვით, მარეგულირებელი ორგანო არის კომისია.

კომისიამ მიიღო პროცედურული წესები კონკურენციის კანონის უფლებამოსილებით, რომელიც მას მე-4 დადგენილებით გადაეცა 2021 წლის 15 ივლისს. აღნიშნულმა ასევე შეცვალა კომისიის მიერ მიღებული პირველი დადგენილება (თარიღით 2003 წლის 27 ივნისი) „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის

<sup>38</sup> მაგალითად, „შეიძლება ბაზარზე არსებობდეს საკმარისი რაოდენობა ოპერატორებისა, რომელთაც შეუძლიათ წაახალისონ ეფექტური კონკურენცია, მიუხედავად ბაზარზე შესვლის ბარიერებისა, იგივე შესაბამის საცალო ბაზარზე, ex-ante რეგულირების გარეშე.“ (Commission Staff Working Document Explanatory Note accompanying the 2014 Markets Recommendation, SWD(2014) 298, p.9)

<sup>39</sup> ვალდებულებები SMP სახელმძღვანელო პრინციპების მე-17 და მე-18 პუნქტებიდან

<sup>40</sup> ინგლისური თარგმანი ხელმისაწვდომია: <https://matsne.gov.ge/en/document/view/1659450>

მარეგულირებელი წესების დამტკიცების თაობაზე“ - (საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მარეგულირებელი წესი).

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-25 მუხლის მიხედვით, პროცედურული წესები ადგენენ დროის ჩარჩოს - ექვს თვეს ფორმალური გამოძიების დაწყებიდან, რაც საჩივრის შემოსვლიდან 18 თვეზე გვიან არ უნდა განხორციელდეს. ეფექტური ხანგრძლივობა შეიძლება იყოს გაცილებით უფრო მოკლე, იქიდან გამომდინარე, რომ კომისიას აქვს შესაბამისი ცოდნა და წვდომა სექტორის მონაცემებზე, რაც წინასწარი ინფორმაციის შეგროვების საფეხურის საჭიროებას აქრობს.

კომისიის მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მარეგულირებელი წესის 31-ე მუხლი მხარეებს აძლევს 25 დღეს თავიანთი პოზიციის წარმოდგენისთვის, საბოლოო მოსმენის დანიშვნამდე. ევროკავშირში კი, მხარეებს აღნიშნულ პერიოდზე თითქმის ორჯერ მეტი დრო (ორი თვე) აქვთ და ამასთან, ისინი არ იღებენ გადაწყვეტილების სამუშაო ვერსიას ამ სტატუსით, არამედ მოსაზრებას (Statement of objection), რომელსაც არ აქვს გავლენა საბოლოო გადაწყვეტილებაზე. აღნიშნული მოსაზრება, უბრალოდ აღწერს კონკურენციის დარღვევას, თუმცა არ განმარტავს მას დეტალურად. შესაბამისად, ევროკავშირის პრაქტიკაში გადაწყვეტილების დრაფტზე მუშაობა მხოლოდ მას შემდეგ იწყება, რაც მხარეების კომენტარების მოგროვება დასრულდება, შედეგად, პროცესი ქართულ პრაქტიკასთან შედარებით უფრო ხანგრძლივია.

კომისიის მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მარეგულირებელი წესის მე-16 მუხლი კომისიას საშუალებას აძლევს შემოიღოს პირობითი ვალდებულებები - მექანიზმი, რომელიც მის ხელში არ არის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების წესების მიხედვით. ეს ნიშნავს, რომ დაინტერესებული მხარის მიერ საჩივრის შემთხვევაში, დომინანტი ოპერატორის მიერ ფასის ზრდის ან ხელშეკრულების გაწყვეტის პირობებში, კომისიას შეუძლია დაავალდებულოს ოპერატორი შეინარჩუნოს ფასები უცვლელად/არ შეწყვიტოს ხელშეკრულება მანამ, სანამ არ იქნება მიღებული საბოლოო გადაწყვეტილება.

გარდა ამისა, კომისიის მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მარეგულირებელი წესის 30-ე მუხლი კომისიას საშუალებას აძლევს მიიღოს პირობითი ვალდებულებები დომინანტი ოპერატორისგან, რომლის წინააღმდეგაც კონკურენციის კანონის შესაბამისი პროცედურა იქნა ინიცირებული. კომისიას ამ ვალდებულებების მიღების ფონზე აქვს შესაძლებლობა დახუროს წარმოება საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებამდე. კონკურენციის კანონის აღნიშნული მექანიზმი უფრო აჩქარებს დავების გადაწყვეტას და ის არ არის ხელმისაწვდომი კომისიის მიერ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მარეგულირებელი ჩარჩოს ფარგლებში.

შესაბამისად, როგორც ჩანს, *ex-post* კონკურენციის კანონი არ წაიღებს უფრო მეტ დროს, ვიდრე ბაზრის *ex-ante* რეგულირება, ყოველ შემთხვევაში მაშინ, როდესაც კონკურენციის კანონის დარღვევა ცალსახაა, მაგალითად მარჟის შეკუმშვის<sup>41</sup> შემთხვევების დროს.

<sup>41</sup> <https://law-store.wolterskluwer.com/s/product/margin-squeeze-in-eu-competition-law-analysis-decisional-practic/01t0f00000J3JCAAZ>

### 3.4.6. მეხუთე საფეხური: შესაბამის მომსახურების ბაზრის სეგმენტებზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების განსაზღვრა

კანონის 22-ე მუხლი განმარტავს, რომ კომისიამ უნდა გამოავლინოს სუბიექტი, რომელიც არის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე პირი, „სამი კრიტერიუმის ტესტის“ გამოყენებით, „...პირველადი და მეორეული კრიტერიუმების გათვალისწინებით“ ( „დ“ პუნქტის პირველი პარაგრაფი), კონკრეტულად:

*„10. მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენის ძირითადი კრიტერიუმის შესაბამისად ავტორიზებული პირი განისაზღვრება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ, თუ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე უკავია საბაზრო წილის არანაკლებ 40 პროცენტისა.“;*

*„11. რამდენიმე ავტორიზებული პირი განიხილება ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ, თუ მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე:*

*ა) ორი ავტორიზებული პირის ჯამური საბაზრო წილი აღწევს სულ მცირე 60 პროცენტს, ამასთანავე, თითოეულის საბაზრო წილი უნდა იყოს არანაკლებ 25 პროცენტისა;*

*ბ) სამი ავტორიზებული პირის ჯამური საბაზრო წილი აღწევს სულ მცირე 80 პროცენტს, ამასთანავე, თითოეულის საბაზრო წილი უნდა იყოს არანაკლებ 15 პროცენტისა.“;*

*„12. მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირის დადგენისას და მისთვის სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრებისას ძირითადი კრიტერიუმის გარდა გამოიყენება მეორეული კრიტერიუმები, რომლებიც ობიექტურად განსაზღვრავს ძირითადი კრიტერიუმების შესაბამისად მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების მიერ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენციის შეზღუდვისა და არაკონკურენტული ქმედებების განხორციელების შესაძლებლობებს. მეორეულ კრიტერიუმებს ანალიზური ფაქტორების გათვალისწინებით განსაზღვრავს კომისია“. მეორეული კრიტერიუმები განთავსებულია კომისიის მეთოდოლოგიურ წესებში.*

აღსანიშნავია, რომ ეს მეორეული კრიტერიუმები ნაწილობრივ ფარავს „სამი კრიტერიუმის ტესტის“ პირველ და მეორე კრიტერიუმებს. ინდიკატორები, რომლებიც იმის შესაფასებლად გამოიყენება, თუ რამდენად არის ბაზარი მიდრეკილი კონკურენტუნარიანებისკენ, ანალოგიურია ინდიკატორებისა, რომლებიც ადგენენ არის თუ არა ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი. ამის გათვალისწინებით, კანონის 22 მუხლის მე-7 პუნქტის მიხედვით, ბაზარი არ მიიჩნევა კონკურენტუნარიანად, „...თუ ამ სეგმენტზე მოქმედ ერთ ან რამდენიმე ავტორიზებულ პირს აქვს ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება“.

განსხვავება ისაა, რომ „სამი კრიტერიუმის ტესტი“ ყურადღებას ამახვილებს ბაზრის სტრუქტურასა და მთლიან მახასიათებლებზე, მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, მაშინ, როდესაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის შეფასება ცდილობს დაადგინოს უნდა ექვემდებარებოდეს თუ არა ბაზარზე მოქმედი ოპერატორი ex-

*ante* რეგულირებას ამჟამინდელ და წარსულ ინდიკატორებზე დაყრდნობით. ინდიკატორების სია, რომელიც გამოიყენება მეორე კრიტერიუმის შესაფასებლად, შესაბამისად შეიძლება უფრო შეზღუდული იყოს, ვიდრე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის შეფასება, რომელიც, თუ დადასტურდება, შესაბამისი მარეგულირებელი ჩარევის შედეგს მოიტანს. ეს ნიშნავს, რომ სხვადასხვა შესაბამისი ინდიკატორები, დაკავშირებული ბაზრის სტრუქტურასთან, შედეგებთან, დინამიკასთან (ბაზრის წილი და მისი ტენდენციები, ფასები და მათი ტენდენციები), ისევე როგორც კონკურენტი ქსელების დაფარვის ქსელსა და ინფრასტრუქტურასთან, შესაძლებელია რომ გამოყენებულ იქნან ბაზრის შეფასების ორივე საფეხურში.

### 3.4.7. მეექვსე საფეხური: სპეციფიური ვალდებულებების დაკისრება.

კანონის 29-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით *„კომისია უფლებამოსილია მომსახურების ბაზრის შესაბამის სემენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირს გადაწყვეტილებით დააკისროს ერთი ან რამდენიმე, ქვემოთ ჩამოთვლილი სპეციფიკური ვალდებულება:*

- a) ინფორმაციის გამჭვირვალობის უზრუნველყოფის ვალდებულება;*
- a) დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება;*
- b) დანახარჯებისა და შემოსავლების განცალკევებულად აღრიცხვის ვალდებულება კომისიის მიერ დამტკიცებული მეთოდოლოგიური წესების შესაბამისად;*
- c) ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელის შესაბამის ელემენტებთან დაშვების ვალდებულება;*
- d) სატარიფო რეგულირებისა და ხარჯთაღრიცხვის ვალდებულება“.*



## 4. შესაბამისი მობილური მომსახურების საცალო ბაზრის ანალიზი

### კონტექსტი და კომპლექსური მიდგომა

საქართველოში მობილურის ბაზრის საერთო ტენდენციები შეჯამებულია შემდეგნაირად:

- მობილური ინტერნეტის სერვისები ხასიათდება მნიშვნელოვანი და მდგრადი ზრდით(იხ. დიაგრამა 10);
- მობილური ხმოვანი სერვისები განიცდის თანდათანობით და მუდმივ კლებას;
- მობილური მოკლე ტექსტური შეტყობინებებიც ასევე სერვისების მნიშვნელოვან და მუდმივ ვარდნას განიცდიან.

ფიქსირებული ფართოზოლოვანი დაშვების ბაზრის ანალიზმა თავდაპირველად შემდეგ დასკვნებამდე მიგვიყვანა:

- საქართველოში მუდმივი და სტაბილური მოთხოვნაა ყველა ტიპის (ფიქსირებულ და მობილურ) ფართოზოლოვან ინტერნეტის სერვისზე;
- მიუხედავად იმისა, რომ არსებობს გარკვეული ცვალებადობა სიმკვრივის კუთხით, ფიქსირებული ფართოზოლოვან და მობილური ფართოზოლოვან ინტერნეტის სერვისებს აქვს შემავსებლების მახასიათებლები, რადგან ერთი სერვისის გამოყენების ზრდა არ იწვევს მეორის გამოყენების შემცირებას. ფიქსირებული ფართოზოლოვანი დაშვების ბაზრის განმარტებაში გათვალისწინებული იყო, რომ ფართოზოლოვანი დაშვების ბაზარზე 10 მბ/წმ ინტერნეტის სიჩქარის ქვემოთ (საბაზისო ფართოზოლოვანი დაშვება), მობილური ფართოზოლოვანი დაშვების სერვისები ფიქსირებული ფართოზოლოვანი დაშვების სერვისების ჩამნაცვლებელია.
- ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში ფართოზოლოვანი ბაზრების შედარება, ასევე ევროკავშირის საშუალო მაჩვენებლებთან (სურათები 8 და 9) და მასთან დაკავშირებული დასკვნები მხედველობაში უნდა იქნას მიღებული ბაზრის ანალიზის პროცესში.

ეს დასკვნები ძირითადად ეხება ფიქსირებული და მობილური ფართოზოლოვანი ინტერნეტის ქსელის საცალო ბაზრებს.

მომდევნო ხუთიდან ათი წლის განმავლობაში<sup>42</sup>, მსოფლიო ტენდენციები სავარაუდოდ ასე ჩამოყალიბდება:

---

<sup>42</sup> [https://assets.mobileworldlive.com/wp-content/uploads/2023/02/16113937/gtr\\_23.pdf](https://assets.mobileworldlive.com/wp-content/uploads/2023/02/16113937/gtr_23.pdf)  
<https://www.statista.com/statistics/245501/multiple-mobile-device-ownership-worldwide/>  
Mckinsey& Company:Thinking like a 'ServCo': How telcos can drive B2C growth  
<https://data.gsmaintelligence.com/research/research/research-2022/5g-fwa-assessing-trends-rollout-and-adoption>

- a) მობილური ინტერნეტის მოხმარება გააგრძელებს ზრდას, უფრო მაღალი ხარისხის მობილურ სერვისებზე მზარდ მოთხოვნასთან ერთად, რომელიც განპირობებული იქნება მომხმარებლების სურვილით მიიღონ მაღალი ხარისხის ინტერნეტი სასურველ ლოკაციებზე;
- b) გაიზრდება ჭკვიანი ტექნოლოგიების გამოყენება, რომელთაგან ზოგიერთი მობილურ სერვისების ნაწილია;
- c) მობილური სერვისები ასევე გაიზრდება ფიქსირებული უსადენო დაშვების (FWA) სერვისების უზრუნველყოფის კუთხითაც, სულ მცირე მოკლევადიან პერიოდში;
- d) უფრო მნიშვნელოვანი მოხმარების ახალი კერები გაჩნდება მრეწველობასა და საჯარო სექტორში.

მობილური სერვისები ახლა მოიცავენ ინტერნეტ სერვისებს, ასევე ტრადიციულ ხმოვან ზარებსა და მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებს. 3G და 4G ტექნოლოგიების დანერგვის შემდეგ, ყველა ოპერატორს აქვს შესაძლებლობა მომხმარებლებს შესთავაზოს ყველა ზემოთხსენებული სერვისი დაფარვის მთელს არეალში.

მობილური სერვისის შეთავაზებები სამი ქსელის ოპერატორისთვის დიდად არ განსხვავდება ერთმანეთისგან მათი შინაარსით ან ფასების სტრუქტურით. თითოეული ოპერატორი სთავაზობს მომხმარებელს ინტერნეტზე წვდომას, ინტერნეტის მთლიანი თვიური მოხმარების სხვადასხვა შეზღუდვით ფასების სხვადასხვა დონეზე, დამატებით უფრო ძვირ შეთავაზებებს, რომლებიც მომხმარებელს სთავაზობს ინტერნეტის შეუზღუდავ გამოყენებას.

1998-დან 2013 წლამდე 15-წლიანი პერიოდის განმავლობაში, იზრდებოდა რა მათი ქსელის დაფარვა, თითოეული მობილური ოპერატორის მიზანი, როგორც ჩანს, იყო რაც შეიძლება მეტი ახალი მომხმარებლის მოზიდვა. ეს პერიოდი ძირითადად ფასზე დაფუძნებული კონკურენციით ხასიათდებოდა სამ მობილურ ოპერატორს შორის. 2014 წლიდან ბაზრის ზრდა დიდწილად შეწყდა, სიმკვრივის ჯამური მაჩვენებლით დაახლოებით 150 აბონენტი 100 მოსახლეზე. ამ გაჯერებულ ბაზარზე, მარკეტინგული აქტივობის უმეტესი ნაწილი ახლა ეფუძნება სპეციალურ სარეკლამო შეთავაზებებს, რომლებიც გრძელდება შეზღუდული დროის განმავლობაში. მომხმარებლებს შეუძლიათ გადაერთონ ერთი მობილური ოპერატორიდან მეორეზე (დამოუკიდებელი პორტაბელურობის სერვისის გამოყენებით) ზედმეტი შეზღუდვების გარეშე. თუმცა, ბევრმა მომხმარებელმა აირჩია ერთდროულად ისარგებლოს ერთზე მეტი ოპერატორის მომსახურებით, რათა შეძლონ საუკეთესო მიმდინარე სერვისებისა და შეთავაზებების გამოყენება.

მომხმარებელთა ცალკეული ჯგუფებისთვის სპეციალური სერვისის პაკეტების შეთავაზების პრაქტიკა ევროკავშირის ქვეყნების მობილური ბაზრების მნიშვნელოვანი მახასიათებელი გახდა. სპეციალური მობილური პაკეტები შეიძლება იყოს მიმართული მომხმარებელთა ჯგუფებისთვის, რომლებსაც აქვთ კონკრეტული საჭიროებები, მაგალითად, სტუდენტები, ეთნიკური უმცირესობები ან სხვადასხვა კულტურული, განსაკუთრებული ინტერესების, ან ენის მქონე ჯგუფები. სხვა შეთავაზებები შეიძლება ფოკუსირებული იყოს სპეციალურ სატარიფო პაკეტებზე საოჯახო ან სამეგობრო

ჯგუფებში, ან ბიზნეს ორგანიზაციებში ზარებისათვის. აღნიშნული, ინდივიდუალურად უფრო მორგებული შეთავაზებები ზრდის ბაზარზე ინოვაციებს, ისე რომ, როდესაც სხვადასხვა სერვისის მორგებულია სხვადასხვა სამიზნე ჯგუფზე და კონკრეტული სერვისის ფუნქცია ძალიან პოპულარული ხდება ამ ჯგუფში, ეს ფუნქცია შეიძლება გადაღებულ და გადატანილ იქნას სხვადასხვა ნიშებზე. ინოვაციის ამ დონეს აქვს პოტენციური ბაზარზე შემოიტანოს არჩევანის სრული სპექტრი, რომელიც შეიძლება დავიდეს კონკრეტული საბოლოო მომხმარებლის ინდივიდუალური მოთხოვნების დაკმაყოფილების დონემდე.

საქართველოს მობილური სერვისების ბაზარი ამჟამად ეფუძნება საკმაოდ სტანდარტიზებულ, მასობრივი ბაზრის კონკურენტულ შეთავაზებებს, სადაც მომხმარებლები, რომლებსაც სურთ გააფართოვონ არჩევანი, ამას აკეთებენ მრავალი ოპერატორის მომსახურების გამოყენებით, რათა მაგალითად, ისარგებლონ ფასდაკლებული სერვისებით.

საქართველოს ეკონომიკა ხასიათდება შედარებით დაბალი საშუალო მსყიდველობითუნარიანობით (ევროკავშირის ქვეყნებთან შედარებით), სადაც სოფლად მცხოვრები მოქალაქეების ხარჯვითი ძალა განსაკუთრებით დაბალია. ამ საბაზრო კლიმატში, კონკურენტული ინოვაციები შედარებით უმოქმედოა, ოპერატორების მიერ დიფერენცირებული (მომხმარებელზე მორგებული) სერვისების განვითარების მიმართულებით.

კომისიის მიერ, 2023 წელს ჩატარებული საცალო ფასების ბენჩმარკინგის კვლევის საფუძველზე, ადგილობრივი მობილური სერვისების რეიტინგი მოქცეულია (ფარდობითი სიძვირის თვალსაზრისით, PPP-ის მიხედვით) 1-ლი-დან მე-19 დიაპაზონში, 24 გამოკითხულ ევროპულ ქვეყანას შორის. ფიზიკური პირების სტანდარტული პაკეტი (100 წუთი, 0.5 გბ ინტერნეტი) საქართველოში 26%-ით იაფია 24 ევროპული ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელზე (მე-8 ადგილი), 300 წუთი + 5 გბ ინტერნეტ პაკეტი საქართველოში 23%-ით უფრო ძვირია ევროპული ქვეყნების საშუალო მაჩვენებელზე (მე-18 ადგილზე), ხოლო ულიმიტო ზარები + 20 გბ ინტერნეტი საქართველოში 36%-ით ძვირია ევროპულ საშუალოზე (მე-18 ადგილი). 1 გბ-იანი ინტერნეტ პაკეტი ფიზიკური პირებისთვის საქართველოში ევროპულ საშუალოზე 35%-ით იაფია (მე-6 ადგილი), 5 გბ ინტერნეტ პაკეტი 21%-ით იაფია ვიდრე ევროპული საშუალო (მე-8 ადგილი), 20 გბ ინტერნეტ პაკეტი საქართველოში 13%-ით იაფია ევროპულ საშუალოზე (მე-11 ადგილი). 50 გბ ინტერნეტ პაკეტი საქართველოში 53%-ით იაფია (მე-9 ადგილზე) ევროპულ საშუალოზე.

კომისიის მიერ ჩატარებული ფასების კვლევა აჩვენებს, რომ მობილური საცალო წვდომის ტარიფების შედარება ევროპულ საშუალოსთან განსხვავებულ შედეგებს იძლევა სერვისების სხვადასხვა პაკეტებში, ისე, რომ ლოკალური კონკურენტული ბაზარი მომხმარებლებს ვერ აწვდის კარგ ფასებს მაღალი მოხმარების ხმოვანი სერვისებისა და ინტერნეტის პაკეტებში.

მობილური ბაზრის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, ანალიზის ფარგლებში გათვალისწინებულ უნდა იქნას ახალი (5G) ტექნოლოგიების შესაძლო გავლენა და ინოვაციური ახალი ბიზნეს მოდელების პოტენციური, რომლებმაც შეიძლება გავლენა

იქონიონ ბაზრის მოთხოვნასა და მიწოდებაზე<sup>43</sup>. ადგილობრივი ოპერატორები ამ დრომდე 5G სერვისის მიწოდებას არ ახორციელებენ. საქართველოში 5G ქსელში ინვესტიციებთან დაკავშირებით ბაზარზე ზოგადი გაურკვევლობაა<sup>44</sup>.

არსებული მობილური ქსელის ოპერატორები ვალდებული არიან დაფარონ საქართველოში 5,000-მდე მოსახლის მქონე დასახლებების 90%.

ამ ანალიზის მიზნებისათვის, 5G-ის გავლენა საბოლოო მომხმარებლებზე მნიშვნელოვანი არ იქნება, რადგან არ არის მოსალოდნელი, რომ 5G ქსელებზე დაფუძნებული მობილური სერვისები ფართოდ ხელმისაწვდომი გახდეს ბაზარზე მომავალი 3 წლის განმავლობაში. მაგრამ 5G-ის შედეგებმა შეიძლება მნიშვნელოვანი გავლენა იქონიოს მობილური ოპერატორების მიერ სექტორში განხორციელებული ინვესტიციების დონეზე მომავალი 3 წლის განმავლობაში. ეს იმიტომ ხდება, რომ 5G-ის საშუალებით, მოსალოდნელია ბაზარზე სრულიად ახალი ბიზნეს მოდელები დაინერგოს, რომლებიც მობილურ ტექნოლოგიაში ინოვაციის მნიშვნელოვანი წყარო გახდებიან<sup>45</sup>.

მომავალში საჭირო იქნება მნიშვნელოვანი შემდგომი ინვესტიციების განხორციელება მობილურ სექტორში, პირველ რიგში შემდეგი მიზნებისთვის:

- დამატებითი სპექტრის რესურსების მოსაპოვებლად;
- ტექნოლოგიური განვითარებისთვის (5G და IoT);
- მობილურ ქსელებში ინტერნეტის მოხმარების მოსალოდნელი მნიშვნელოვანი ზრდისთვის;
- დამატებითი ქსელის ინფრასტრუქტურის უკეთესი დაფარვის უზრუნველყოფისთვის და გეოგრაფიული გაფართოებისთვის სოფლად და მომსახურების უკეთესი ხარისხის მიწოდებისთვის, როგორც ქალაქებში, ასევე სოფლებში.

ამ მომავალზე ორიენტირებულ ანალიზში, შესაბამისად, უნდა შეფასდეს, რამდენად შეუწყობს ხელს ინფრასტრუქტურაში განხორციელებული ინვესტიციების მიმართულებით მობილური ქსელის ოპერატორებს შორის მომავალი თანამშრომლობა მობილური სერვისების სპექტრის ხარისხის განვითარებას და რა გავლენას მოახდენს ეს მობილურ ბაზარზე არსებულ კონკურენციაზე.

### პროდუქტის ბაზრის განმარტება

ძირითადი ადგილობრივი ოპერატორები მიმდინარე ეტაპზე მომხმარებლებს სთავაზობენ სერვისების მთელ რიგს, ფიქსირებულსა და მობილურს, რომლებიც ხშირად იყიდება პაკეტების სახით. მობილური საცალო სერვისების ბაზარზე ხმოვანი სერვისები იყიდება მოკლე ტექსტური შეტყობინებების სერვისთან ერთად, ხოლო ინტერნეტ შეთავაზებების პაკეტები - ზოგადად მოიცავს ხმოვან და მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებზე წვდომასაც.

<sup>43</sup> McKinsey&Company: [What is 5G](#)

<sup>44</sup> EBRD: [Survey of investor perceptions and the broadband sector 2020](#)

<sup>45</sup> McKinsey&Company: [IoT value set to accelerate through 2030: Where and how to capture it](#)

უმეტეს შემთხვევაში, პაკეტში შემავალი ინდივიდუალური სერვისები არ არიან ერთმანეთის კარგი ჩამნაცვლებელი, მაგრამ შეიძლება ჩაითვალოს იმავე საცალო ბაზრის ნაწილად, თუ ბაზარზე არ არსებობს მოთხოვნა პაკეტში შემავალ ცალკეულ სერვისებზე. მობილური დაშვების ბაზარზე, ხმოვანი სერვისის, მოკლე ტექსტური შეტყობინებებისა და ინტერნეტის სერვისების ერთად შეფუთვა შესაძლებელია, რადგან არსებულ ქსელებს შეუძლიათ გაუმკლავდნენ ყველა ამ ტიპის ტრაფიკს. გარდა ამისა, ოპერატორის წარმოების, დისტრიბუციისა და ტრანზაქციის ხარჯები სავარაუდოდ შემცირდება, თუ სერვისები ერთად გაიყიდება. ეს მოთხოვნისა და მიწოდების მხარის ფაქტორები განხილულია ქვემოთ ჩანაცვლებადობის ანალიზში.

## **მობილური სერვისების საცალო ბაზრის განსაზღვრასთან დაკავშირებული ანალიზი**

საბოლოო მომხმარებლები იღებენ წვდომას მობილურ ქსელზე ზარების განსახორციელებლად, ზარების მისაღებად, მოკლე ტექსტური შეტყობინებების გასაგზავნად და ინტერნეტთან წვდომის მისაღებად. საბოლოო მომხმარებლების პერსპექტივიდან არ არსებობს ჩანაცვლებადობა მობილურ ქსელთან დაკავშირებასა და ამ ცალკეულ სერვისებზე წვდომას შორის. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მომხმარებლები უნდა იყვნენ დაკავშირებული მობილურ ქსელთან და ერთდროულად უნდა ჰქონდეთ წვდომა მასთან დაკავშირებულ სერვისებზე, რათა შეძლონ მობილური სერვისებით სრულფასოვანი სარგებლობა. აღნიშნულის საფუძველზე მობილურ ქსელებზე წვდომა და მასთან დაკავშირებული სერვისებით სარგებლობის შესაძლებლობა იგივე პროდუქციული ბაზრის ნაწილია.

მოკლე ტექსტური შეტყობინებების და ინტერნეტის გამოჩენის შემდეგ, საბოლოო მომხმარებლებმა, რომლებიც კომუნიკაციისთვის მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებსა და ინტერნეტ სერვისებს იყენებენ, შეიძლება გარკვეულწილად ჩანაცვლონ მობილური ქსელის მეშვეობით განხორციელებული ხმოვანი ზარები. თუმცა, საცალო მომხმარებლის კუთხით, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები და ინტერნეტი არ განიხილება, როგორც ხმოვანი ზარების სრულად ჩანაცვლებელი. რადგან მოკლე ტექსტური შეტყობინებები და ინტერნეტი იყიდება ერთად საბოლოო მომხმარებლებზე ნიშნავს, რომ ეს სერვისები, მობილურ ქსელზე წვდომასთან ერთად, უნდა განიხილებოდეს როგორც პაკეტური პროდუქტის ნაწილი, ერთიანი ფასების სტრუქტურებით (მაგალითად, ინტერნეტი ხშირად მომხმარებელს საშუალებას აძლევს ისარგებლოს დიდი რაოდენობის უფასო ხმოვანი ზარების სერვისებით და გააგზავნოს მოკლე ტექსტური შეტყობინებები).

საქართველოს მობილურ ქსელებზე დაგენერირებული ინტერნეტის ტრაფიკი ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში მკვეთრად გაიზარდა. 2017 წელს მობილური აბონენტებთან დაკავშირებული ინტერნეტის ტრაფიკის მოცულობა იყო 62,651 ტერაბაიტი. 2022 წლისთვის, მოცულობა გაიზარდა 436,027 ტერაბაიტამდე, რაც 47%-იან წლიური ზრდის ტემპს იძლევა. მომდევნო წლებშიც მოსალოდნელია მობილური ინტერნეტის ტრაფიკის ზრდის გაგრძელება. დღეს, მობილური ოპერატორების მიერ ინტერნეტის ტრაფიკისთვის გაწეული ქსელის ხარჯები დიდწილად განსაზღვრავს მობილური

მომხმარებლის საბაზრო ფასს. ხმოვანი ზარები და მოკლე ტექსტური შეტყობინებები ჩვეულებრივ შემოთავაზებულია ინტერნეტის პაკეტში. ეს ნიშნავს, რომ ხმოვანი სერვისების, მოკლე ტექსტური შეტყობინებების და ინტერნეტის ფასები ერთად უნდა იქნას განხილული. ამის საფუძველზე, მიიღება დასკვნა, რომ მობილური ქსელი, ხმოვანი სერვისი, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები და ინტერნეტ მომსახურება იქნება იგივე შესაბამისი პროდუქციული ბაზრის ნაწილი საცალო დონეზე.

მობილურის საცალო ბაზარი მოიცავს მომხმარებლის წვდომას ინტერნეტზე, ხმოვან ზარებზე, მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებსა და საერთაშორისო როუმინგზე. ამ სერვისებზე წვდომა ხორციელდება SIM ბარათებით, რომლებიც ხელმისაწვდომია მობილური ოპერატორისგან. საქართველოში დღეისათვის SIM ბარათების ოთხი პროვაიდერია – მაგთიკომი, სილქნეტი, სელფი მობაილი და ბაზრის ახალი სუბიექტი MVNO - ეკლექტიკი (ჰალო). SIM ბარათები ასევე შეიძლება გაყიდოს საცალო გადამყიდველმა, რომელსაც ამ ოპერატორებთან გადაყიდვის ხელშეკრულება აქვს გაფორმებული, მაგრამ ოპერატორისგან შესყიდული თითოეული SIM ბარათი მომხმარებელს მხოლოდ იმავე ოპერატორის ქსელზე წვდომის საშუალებას მისცემს. ეს მომხმარებელი არჩევანს გააკეთებს მხოლოდ MVNO-სა და მობილური ოპერატორების მიერ შემოთავაზებულ მობილურ საცალო სერვისებს შორის. ისინი არ გაითვალისწინებენ, MVNO ოპერატორსა და მობილურ ოპერატორს შორის სერვისის გზებს შორის არსებულ განსხვავებას. იმის გამო, რომ MVNO იქნება მეტ-ნაკლებად დამოკიდებული მობილური ოპერატორების საბითუმო დაშვებაზე, ბაზრის განმარტება საბითუმო დონეზე გაანალიზდება მე-5 თავში.

საქართველოში ბევრი მომხმარებელი ყიდულობს ერთზე მეტ SIM ბარათს, ერთზე მეტი ოპერატორისგან, ორი ან მეტი ქსელის მიერ შემოთავაზებული სერვისებით სარგებლობის მიზნით.

SIM ბარათი უნდა დაკავშირდეს მობილურ მოწყობილობასთან (მომხმარებლის მოწყობილობაზე), რათა შესაძლებელი გახდეს მობილურ სერვისებზე წვდომა მისი გამოყენებით. მობილური მოწყობილობები იწარმოება გლობალური ელექტრონიკის მწარმოებლების მთელი რიგი კომპანიების მიერ და ხელმისაწვდომია მობილური ოპერატორებისგან, ან სხვა მომწოდებლებისგან კონკურენტულ საცალო ბაზარზე. როდესაც მომხმარებელს სურს ერთზე მეტი მობილური ოპერატორის სერვისზე წვდომა ერთი და იმავე მოწყობილობის გამოყენებით, ამ მოწყობილობას უნდა ჰქონდეს ერთზე მეტი SIM ბარათის განთავსების საშუალება, ან უნდა ჰქონდეს ერთი SIM ბარათის ამოღებისა და მისი მეორეთი ჩანაცვლების შესაძლებლობა. საქართველოში „e-SIM“-ის ბოლოდროინდელმა შემოღებამ შესაძლოა მომხმარებლებს საშუალება მისცეს ისარგებლონ მობილურით ფიზიკური SIM ბარათების გამოყენების გარეშე.

SIM ბარათის შეძენის შემდეგ, მობილური ტელეფონის სერვისების შესყიდვა შესაძლოა განხორციელდეს წინასწარი ან შემდგომი გადახდის ტარიფის გამოყენებით. საქართველოში მომხმარებელთა 95% ამჟამად იყენებს წინასწარ გადახდას, რომლის მიხედვითაც მომხმარებელი იხდის თანხას, რომელიც წინასწარ განსაზღვრულია შეძენილი პაკეტით, ან „ავსებს“ SIM ბარათს, ხოლო შემდეგ იყენებს ამ ბალანსს, სანამ არ ამოიწურება.

ხელახალი შევსება ხდება როგორც წესი, ხდება ყოველთვიურ ბაზისზე. მომხმარებელთა დარჩენილი 5% მობილურ სერვისებს ყიდულობს შემდგომი გადახდის ალტერნატივის გამოყენებით, ამ შემთხვევაში, როგორც წესი, აბონენტი იყენებს ყოველთვიურ კონტრაქტს თავის მობილურ ოპერატორთან, რომლის მიხედვითაც ოპერატორი მომხმარებელს უგზავნის ანგარიშს ყოველი თვის ბოლოს, სადაც მითითებულია გადასახდელი თანხის ოდენობა, რაც დამოკიდებულია თვის განმავლობაში გამოყენებული სერვისის მოცულობაზე. თუ წინასწარ გადახდის, ან შემდგომი გადახდის გამოყენების დროს, არსებობს რაიმე შეზღუდვა ყოველთვიურად სერვისების გამოყენებაზე (მაგალითად ინტერნეტის მოცულობაზე, ხმოვანი წუთების ან მოკლე ტექსტური შეტყობინებების რაოდენობაზე), ამოწურვის შემდეგ, მომხმარებელს შეუძლია ან შეავსოს გახარჯული ლიმიტი, ან შემდგომი გადახდით სარგებლობის შემთხვევაში, დაელოდოს SIM ბარათის შევსებას მომდევნო თვის დასაწყისში.

საქართველოში არსებული ყველა სახის მობილური ქსელის მომსახურებებიდან, მხოლოდ მომხმარებლის მიერ წამოწყებული ხმოვანი ზარები, შეტყობინებები და ინტერნეტის მოხმარება ექვემდებარება გადასახადს. მომხმარებელს, როგორც წესი, არ ერიცხება გადასახდელი შემომავალ ხმოვან ზარებზე და შემომავალ მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებზე. ინტერნეტის სერვისებისთვის, ნებისმიერ გადმოწერილ ვირტუალურ მონაცემზე ირიცხება გადასახდელი, რომელიც როგორც წესი, დამოკიდებულია მონაცემების მოცულობაზე.

მობილური სერვისის პროვაიდერები აბონენტებს სთავაზობენ თავიანთ ძირითად მობილურ მომსახურებებს (ინტერნეტი, ხმოვანი ზარები და შეტყობინებების გაგზავნა) როგორც ცალკე მდგომ სერვისებს და ასევე ერთად, სხვადასხვა პაკეტებში. შესაბამისად, საქართველოს მობილურ ბაზარზე აბონენტებს შეუძლიათ აირჩიონ სერვისის შეთავაზება მათი ინდივიდუალური საჭიროებიდან გამომდინარე მომსახურებების „მენიუდან“, რომელიც მოიცავს ხმოვან ზარებს, მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებს, ინტერნეტსა და საერთაშორისო როუმინგს. არჩევანის გაკეთებისას მომხმარებლებს შესაძლებლობა აქვთ შეადარონ შემოთავაზებული საცალო ფასები, ასევე ოპერატორების გეოგრაფიული დაფარვა და მომსახურების ხარისხი. ბაზარზე მობილურ ოპერატორებს შეუძლიათ განასხვავონ თავიანთი მომსახურებები (გეოგრაფიული არეალში, რომელსაც ფარავენ) ცალკეული სერვისების მიხედვით (ხმოვანი ზარები, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები, ინტერნეტი) და სერვისებზე არსებული ლიმიტების მიხედვით (ჩვეულებრივ, ზარების რაოდენობა, მოკლე ტექსტური შეტყობინებების რაოდენობა, ინტერნეტის სიჩქარე და ინტერნეტის მოცულობა). უმეტეს შემთხვევაში, ნებადართულია რამდენიმე უფასო ზარის განხორციელება და ტექსტური შეტყობინების გაგზავნა. ინტერნეტის გამოყენების შემთხვევაში, სხვადასხვა ლიმიტები (გეგმაბიტებში) ზოგადად განსაზღვრულია დროის პერიოდის მიხედვით (მაგალითად, ერთდღიანი გამოყენება, ერთ თვიანი გამოყენება). ზოგიერთი უფრო მაღალ ფასიანი პაკეტი იძლევა ინტერნეტის შეუზღუდავად გამოყენების შესაძლებლობას.

მობილურის საცალო ბაზრის სერვისების მყიდველები არიან ფიზიკური ან იურიდიული პირები, რომლებიც მობილურ სერვისებს იყენებენ როგორც მათი ბიზნეს საქმიანობის

ნაწილს. შემდეგი კატეგორიაა მოწყობილობებს შორის ინტერნეტის გამოყენება, რომელიც მოსალოდნელია რომ გაიზარდოს უახლოეს წლებში, 5G და IoT ტექნოლოგიების მახასიათებლების წყალობით ბიზნეს სექტორისთვის. ამჟამად მობილური აბონენტების 76,9% არის ფიზიკური პირი 17,5% - იურიდიული პირი, ხოლო 5,6% მოწყობილობებს შორის ინტერნეტში ჩართული აპარატურა.

ცხრილი 1: მობილური აბონენტების მთლიანი რაოდენობა (2022)

აბონენტის ტიპი	აბონენტების რაოდენობა	აბონენტების წილი
ფიზიკური პირი	4,467,454	72.2%
იურიდიული პირი	1,377,028	22.2%
M2M	341,375	5.5%

წყარო: კომისია

მაშასადამე, მობილური სერვისების საცალო ბაზარი საქართველოში შეიძლება ზოგადად განისაზღვროს, როგორც მობილური წვდომის საცალო ბაზარი მომხმარებლებისთვის (მათ შორის, ფიზიკური და იურიდიული პირებისთვის), რათა მათ განახორციელონ და მიიღონ ხმოვანი ზარები, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები, ინტერნეტის (მონაცემების ატვირთვა-ჩამოტვირთვის სახით) და საერთაშორისო როუმინგის სერვისები

ბაზრის შეფასების გაგრძელებამდე აუცილებელია ჩატარდეს მოთხოვნისა და მიწოდების ჩანაცვლებადობის ანალიზი, რათა სრულყოფილად დადგინდეს საცალო წვდომის ბაზრის განსაზღვრება.

#### 4.1. მოთხოვნის მხარის ჩანაცვლებადობა

მობილური ქსელების საშუალებით შემოთავაზებულ საჯაროდ ხელმისაწვდომ მობილურ სერვისებზე წვდომა იძლევა საშუალებას, ოპერატორის გეოგრაფიული დაფარვის გათვალისწინებით, მომხმარებელმა მიიღოს:

- საქართველოს ყველა ოპერატორის გეოგრაფიულ და არაგეოგრაფიულ ნომრებზე დარეკვის შესაძლებლობა;
- სასწრაფო და სპეცსამსახურების ნომრებზე დარეკვის შესაძლებლობა, მოკლე კოდებით;
- საერთაშორისო ნომრებზე დარეკვის შესაძლებლობა;
- შემომავალი ზარების მიღება ნებისმიერი წყაროდან საქართველოში ან საერთაშორისო დონეზე;
- საერთაშორისო როუმინგის სერვისები;
- ტექსტური შეტყობინებების გაგზავნა და მიღება;
- ინტერნეტზე წვდომა, რომელიც მოიცავს მონაცემთა ატვირთვასა და ჩამოტვირთვას და OTT სერვისის გამოყენებას, მაგალითად, ხმოვანი ზარების განხორციელებას და მიღებას, მაგალითად, Skype-ის ან WhatsApp-ის საშუალებით და ასევე აპლიკაციების გამოყენებას, რომლებიც მომხმარებელს აძლევენ წვდომას სატელევიზიო არხებზე.

აღსანიშნავია, რომ სხვა სპეციალიზებული სერვისების ჩართვა შესაძლებელია მობილური დაშვების სერვისების გამოყენებით სპეციალიზებულ აპარატურასთან ერთად, მათ შორის



სპეციალიზებული მოწყობილობებს შორის ინტერნეტის სერვისების. ამ აპლიკაციების გამოყენება საქართველოში ამჟამად შედარებით დაბალ დონეზეა, (მთლიანი მობილური მოხმარების 5.6%). 2019<sup>46</sup> წლისთვის ევროკავშირში გაცემული SIM ბარათების რაოდენობამ მოწყობილობებს შორის ინტერნეტისთვის 195 მილიონს მიაღწია (ჯამური მობილური მოხმარების დაახლოებით 33%-ის ექვივალენტი) ასე რომ, ეს უნდა განიხილებოდეს, როგორც მზარდი ბაზარი საქართველოში. ევროპაში მოწყობილობებს შორის ინტერნეტი ზრდის ტიპური მამოძრავებელია ე.წ. ჭკვიანი სახლები, ჭკვიანი ქალაქები, საავტომობილო სექტორი, სამომხმარებლო ელექტრონიკა, ჯანდაცვა, კომუნალური მომსახურება, წარმოება, საცალო ვაჭრობა, დასვენება, მშენებლობა, სოფლის მეურნეობა, ბუნებაზე ზრუნვა, სასწრაფო დახმარება და ეროვნული უსაფრთხოება.

მობილური დაშვების სერვისების ჯამური სიმკვრივე საქართველოში 100 მოსახლეზე 156-ია. ეს მოიცავს ყველა მობილურ მოხმარებას (იურიდიული და ფიზიკური). ინტერნეტის (მობილური ფართოზოლოვანი სერვისების) სიმკვრივე 100 მოსახლეზე 111-ია. ეს მოიცავს მობილური სერვისების ჯამურ მოხმარებას, რომელიც აბონენტებს აწვდის ინტერნეტს. მობილური ინტერნეტის ყველა ასეთი შეთავაზება ასევე მოიცავს მობილური ხმოვანი ზარის სერვისებს, როგორც მოხმარების პაკეტის ნაწილს, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც სპეციფიკური მომსახურება მხოლოდ ინტერნეტით არის შემოთავაზებული USB მოდემების სახით („dongle“), რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნას კომპიუტერული მოწყობილობის ინტერნეტთან დასაკავშირებლად.

ამ ქვეთავში, მობილური სერვისების საცალო ბაზრის საზღვრები დგინდება ყველა ურთიერთჩანაცვლებადი სერვისის განსაზღვრით, რომელიც წარმოადგენს ბაზრის ნაწილს.

ყველაზე მოთხოვნადი სერვისი არის მობილური სატელეკომუნიკაციო მომსახურება, რომელსაც ახლავს ინტერნეტზე წვდომა. მსგავსი პაკეტით სარგებლობისას, მომხმარებელი იღებს ინტერნეტს და დამატებით ბაზისურ ხმოვან და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების სერვისებს. მობილური ინტერნეტის სიმკვრივე (ასევე ინტერნეტზე წვდომა) სწრაფად გაიზარდა 69-დან 100 მოსახლეზე 2017 წელს, 111-მდე 100 მოსახლეზე 2022 წელს.

მოთხოვნის მზარდობის ჩანაცვლებადობის განსაზღვრის ამოსავალ წერტილად მიჩნეულ უნდა იქნას ის სერვისი, რომელიც ყველაზე მეტად არის წარმოდგენილი ბაზარზე. ეს არის სერვისი ყველა სახის ხმოვან ზარებზე წვდომით, ასევე ტექსტური შეტყობინებების ხელმისაწვდომობითა, ინტერნეტსა და საერთაშორისო როუმინგზე წვდომით (მიუხედავად იმისა, ეს კომპონენტები იყიდება ცალ-ცალკე თუ გაერთიანებულია ერთ პაკეტში).

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ მიუხედავად მობილური ბაზრის უნარისა გავრცელდეს რამდენიმე ტიპის ტექნოლოგიის გამოყენებით, (2G, 3G და LTE), არ არის აუცილებელი, რომ ბაზრის ყველა მოთამაშე, რომელიც სთავაზობს მობილურ სერვისებს, ფლობდეს და მართავდეს ამ ქსელს. მობილური სერვისების შეთავაზება საცალო კლიენტებისთვის შეუძლიათ „მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორებს“ (MVNO), მობილური ქსელის ოპერატორის მასპინძელი ქსელის (საბითუმო ბაზაზე) გამოყენებით. ვირტუალური

<sup>46</sup> <https://www.statista.com/statistics/862274/number-connections-machine-to-machine-cell-europe/>

ოპერატორების მიერ შემოთავაზებული მობილური წვდომის შემთხვევაში, სერვისი კვლავ გადაიცემა მობილური ქსელების მეშვეობით, მაგრამ ის მოხმარებელს სერვისის სთავაზობს ბაზრის სხვა მონაწილის გამოყენებით. ევროკავშირში 2020 წლისთვის, შეფასებულია, რომ ვირტუალური ოპერატორები ემსახურებიან 110 მილიონზე მეტ მომხმარებელს და მათზე საშუალოდ მთლიანი მობილური მოხმარების 10% მოდის<sup>47</sup>. უმეტეს შემთხვევაში ევროკავშირში, ვირტუალურ ოპერატორებს შეუძლიათ განასხვავონ თავიანთი საცალო შეთავაზებები (მომსახურების მახასიათებლებისა და ფასის მიხედვით) მასპინძელი მობილური ოპერატორის მიერ შემოთავაზებული ექვივალენტური სერვისისგან.

მობილური სერვისები ასევე შეიძლება მიწოდებული იყოს თანამგზავრზე დაფუძნებული ქსელებით, ან უშუალოდ სატელიტური ოპერატორების ან სერვისის პროვაიდერების მიერ, რომლებიც იყენებენ სატელიტურ სიმძლავრეს საბითუმო ბაზისზე.

მობილური მოწყობილობების მომხმარებლებს ასევე შეუძლიათ მიიღონ წვდომა ინტერნეტსა და ხმოვან სერვისებზე ფიქსირებული უკაბელო ტექნოლოგიების გამოყენებით, განსაკუთრებით ადგილობრივი Wi-Fi სერვისებით, რომლებიც აბონენტებს სთავაზობენ უფასო კავშირს საზოგადოებრივ თავშეყრის ადგილებსა და ბიზნეს ცენტრებში. ამ სერვისებს ფართოდ იყენებენ მობილური სერვისის მომხმარებელი ფიზიკური პირები, რათა გვერდი აუარონ მობილური ოპერატორის ტარიფებს ხმოვანი ზარებისა და ინტერნეტისთვის.

საქართველოში საცალო მობილური მომსახურების მოთხოვნის მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზის განხორციელებისას გათვალისწინებული იქნება შემდეგი ასპექტები:

- ფიზიკური და იურიდიული პირი მომხმარებლის სერვისები;
- საერთაშორისო როუმინგის სერვისები;
- მობილური სერვისებზე წვდომა სხვადასხვა თაობის მობილური ტექნოლოგიების გამოყენებით;
- ფიქსირებულ ფართოზოლოვან ინტერნეტზე წვდომა;
- საჯაროდ ხელმისაწვდომი სატელიტური სერვისები;
- ხმოვანი და ინტერნეტის სერვისები, რომლებზე წვდომა აქვთ მობილურ მოწყობილობებს ადგილობრივი Wi-Fi ქსელების გამოყენებით;
- ახალი სერვისები და დამატებითი სერვისები, რომლებიც პოტენციურად ხელმისაწვდომი იქნება 5G და მობილური ქსელების შემდგომი თაობების მეშვეობით.

### ფიზიკური და იურიდიული პირების მოხმარება

მობილური კავშირის სერვისის ბაზრის თვალსაზრისით, ცალკეული მომხმარებლები და მცირე/საშუალო საწარმოები, როგორც ჩანს, იყენებენ მომსახურების იმავე მენიუს (ინტერნეტზე წვდომა, ხმოვანი ზარები და მოკლე ტექსტური შეტყობინებები) მობილური ოპერატორებისგან განსხვავებული ტარიფების მიღების გარეშე. იგივე შეთავაზებები ეძლევა როგორც ფიზიკურ პირებს, ასევე მცირე და საშუალო ბიზნესის მომხმარებლებს,

<sup>47</sup> <https://telecoms.com/opinion/what-defines-the-european-mvno-market/>

მიუხედავად იმისა, არის თუ არა მათი მომსახურების პაკეტი განკუთვნილი ფიზიკური თუ იურიდიული პირებისთვის და იმისდა მიუხედავად, არის თუ არა ამ მომსახურებაზე გათვალისწინებული წინასწარი გადახდის თუ შემდგომი გადახდის სქემა. ამის საპირისპიროდ, უფრო დიდი ბიზნესისთვის, ოპერატორები, როგორც წესი, ამზადებენ ინდივიდუალურ შეთავაზებებსა და მორგებულ კონტრაქტებს.

იმის გასაგებად, არის თუ არა განსხვავებული კონკურენტული პირობები საცალო ბაზრის იურიდიული და ფიზიკური პირი მომხმარებლების სეგმენტებში, საინტერესოა, რომ იურიდიული სეგმენტის ზოგიერთ ნაწილში, ძირითადად მცირე და საშუალო საწარმოების გარკვეულ ზომის დიაპაზონში, ბიზნესის საჭიროებები უფრო მჭიდროდ ემთხვევა ფიზიკური პირი აბონენტების საჭიროებებს.

უფრო დიდი ორგანიზაციები, მრავალ-ფილიალიანი საწარმოები და სამთავრობო ერთეულები, ჩვეულებრივ, უფრო და უფრო რთულ სერვისებს ითხოვენ, ვიდრე ფიზიკური პირი მომხმარებლები ან მცირე და საშუალო ბიზნესი. ამ სახის ბიზნეს სერვისების მენიუ შეიძლება შეიცავდეს ერთიან კომუნიკაციებს საწარმოს მართვის ობიექტებთან (მაგალითად, კომპანიის შიდა „ბილინგი“, ხარჯების კონტროლი, ხარისხისა და გამოყენების მონიტორინგი, შიდა ქსელის მართვა და გადამრთველი ქსელის გადაწყვეტილებები). ზოგიერთ ბიზნეს მომხმარებელს ხშირად ურჩევნია მობილური სერვისების ფიქსირებული სატელეფონო სერვისებთან ერთად ჩასმა პაკეტებში, როგორც სატელეკომუნიკაციო პროვაიდერთან ურთიერთობის ნაწილი. ზოგიერთ შემთხვევაში, მაგალითად, როდესაც ორგანიზაციები ბაზარს სთავაზობს ელექტრონული კომერციის (eCommerce) სერვისებს ან სამთავრობო ორგანიზაციებს სთავაზობენ ბაზარს მსგავს მომსახურებას (eGovernment), მათი საერთო სატელეკომუნიკაციო მოწყობა მოითხოვს მათი მომსახურების დონის მონიტორინგს, რომელიც ვრცელდება მათ მომხმარებელთა ბაზაზე, ზარების მოცულობის, მომსახურების ხარისხისა და ტრაფიკის განაწილების ტენდენციის თვალსაზრისით.

სატელეკომუნიკაციო ოპერატორებსა და საშუალო და მსხვილ ბიზნესებს შორის ურთიერთობა უფრო ხშირად მიმდინარეობს ინდივიდუალურ საფუძველზე, კონკურენტული ტენდერების გამოყენებით. მობილური სერვისის შემსყიდველი ორგანიზაცია (კომერციული ან სამთავრობო) სატენდერო დოკუმენტებში განათავსებს მოთხოვნას სატელეკომუნიკაციო კომპანიებისთვის და მათ შორის არჩევანი კეთდება კომერციულ ბაზისზე ხარისხისა და ფასის არჩეული კრიტერიუმების გათვალისწინებით. ეს ნიშნავს, საცალო ფასებზე ხშირად გამოიყენება ფასდაკლებები, რაც განპირობებულია გაყიდული პროდუქტის დიდი მოცულობითა და შესაბამისი მასშტაბის ეკონომიით. როგორც წესი, უფრო დიდი და რთული საჭიროებების მქონე ორგანიზაციების შემთხვევაში, საბოლოო შედეგი იქნება მოლაპარაკებების შედეგად მომხმარებელზე პერსონალურად მორგებული სერვისების შეთავაზება სერვისის დონის შეთანხმებების (SLA) გამოყენებით, რომლებიც არეგულირებენ სერვისის მიწოდების საჭირო მოთხოვნებსა და სტანდარტებს, რომლებიც უნდა დააკმაყოფილოს ტენდერში გამარჯვებულმა სატელეკომუნიკაციო ოპერატორმა. საქართველოში სახელმწიფო შესყიდვების წესები მოითხოვს საჯარო კონკურენტული ტენდერის გამოყენებას ყველა სამთავრობო ორგანოს

მიერ. მსხვილი კომპანიები (განსაკუთრებით ისეთები, რომლებსაც აქვთ მნიშვნელოვანი უცხოური კაპიტალი) ახლა ჩვეულებრივ იყენებენ საჯარო კონკურენტული ტენდერის პროცესს სატელეკომუნიკაციო სერვისების შეძენისას.

მეორეს მხრივ, ფიზიკური პირებისთვის შეთავაზებული მობილური სერვისები უფრო სტანდარტიზებულია მათი მახასიათებლებისა და ფასის მიხედვით. შესაბამისად, ფასებს და სერვისებს გააჩნიათ მასობრივი ბაზრის სერვისების მახასიათებლები და ისინი მცირედით ან საერთოდ არ არიან მორგებული ინდივიდუალური მომხმარებლის საჭიროებებზე. მომხმარებლებს შეუძლიათ აირჩიონ მობილური სერვისის პაკეტები ინტერნეტის, ხმოვანი სერვისებისა და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების მოხმარების თვალსაზრისით, მათი გამოყენების მოთხოვნის შესაბამისად (როგორც წესი ასევე ზარების და შეტყობინებების მოცულობა, ინტერნეტის საჭირო სიჩქარე და მოცულობა).

იურიდიული პირი მომხმარებლები, რომლებიც სარგებლობენ ინდივიდუალური და ფასდაკლებული პაკეტებით, ზოგადად არ იქნებიან დაინტერესებული ფიზიკური პირი აბონენტის სერვისზე გადართვით კომერციული პაკეტის ტარიფის ნებისმიერი მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ფასის ზრდის შემთხვევაში. ინდემწარმე, მცირე და ზოგიერთი საშუალო საწარმო უფრო მიდრეკილია აირჩიოს ფიზიკური პირების სტანდარტული პაკეტები, ვიდრე იურიდიული პირისთვის განსაზღვრული პაკეტები.

საქართველოში იურიდიული პირების მობილური სერვისების მოხმარების 22% გადახდის შემდგომ პაკეტებზე მოდის და შესაბამისად, არსებობს ხელშეკრულებები, რომლებშიც ზოგადად არის განსაზღვრული ჯარიმები ხელშეკრულებების ვადამდე შეწყვეტისთვის. იურიდიული პირების ბაზარზე ხშირად გამოიყენება უფრო ხანგრძლივი ხელშეკრულებები, (ვიდრე ფიზიკური პირი მომხმარებლების ბაზარზე) რაც ნაკლებად მიმზიდველს ხდის იურიდიული პირი მომხმარებლებისთვის ერთი მობილური ოპერატორიდან მეორეზე გადასვლას. ფიზიკური პირი მომხმარებლებისთვის არ იქნება შესაძლებელი იურიდიული პირის სერვისების პაკეტზე გადასვლის შესაძლებლობა, რადგან ეს მოითხოვს, რომ პირს ჰქონდეს სამართლებრივად რეგისტრირებული ბიზნესი.

ზოგადად, იურიდიულ პირს უნდა ჰქონდეს მნიშვნელოვანი მიზეზი, გამოიყენოს ნომრის პორტაბელურობის სერვისი, რადგან მათი მობილური ნომრის შეცვლის შედეგები მოიცავს რეკლამის და ბიზნესთან დაკავშირებული სხვა მასალების შეცვლის აუცილებლობას.

ქართულ ბაზარზე არსებობს მობილური სერვისების დიფერენციაციის შედარებით დაბალი დონე ფიზიკური პირი და იურიდიული პირი მომხმარებლების შეთავაზებებს შორის, გარდა უფრო დიდი და რთული ბიზნეს მომხმარებლებისა, სადაც გავრცელებულია ორგანიზაციაზე ინდივიდუალურად მორგებული სერვისების შეთავაზება. მობილური ოპერატორების რეკლამირებულ შეთავაზებებში, არ არის ინფორმაცია სპეციალური ბიზნეს ფუნქციების შესახებ, მაგალითად, ინტეგრირებული ფოსტა, კალენდარი, ელ. მაღაზია ან ისეთი სერვისები, როგორცაა სტატუსი (მაგალითად, "მე ვარ შეხვედრაზე" მაჩვენებელი). ხმოვანი ფოსტა, ან უფროს-მდივნის ფუნქციები. საშუალო შემოსავალი თითო მომხმარებელზე (ARPU - ნაჩვენებია მე-6 დიაგრამაზე) როგორც ჩანს, ერთგვაროვანია

იურიდიული და ფიზიკური პირების მოხმარების თვალსაზრისით<sup>48</sup>. ეს შედეგი გასაკვირი არ არის, თუ გავითვალისწინებთ, იმას რომ იურიდიული პირი მომხმარებლების დიდი ნაწილი არიან მცირე და საშუალო საწარმოები, რომლებიც იყენებენ იმავე სტანდარტულ მობილურ შეთავაზებებს იგივე 3 მობილური ოპერატორისგან, რომლებსაც ფიზიკური პირი მომხმარებლები.

იმის გათვალისწინებით, რომ იურიდიული აბონენტების უმეტესობა იყენებს იგივე სტანდარტულ შეთავაზებებს, როგორსაც ფიზიკური პირი მომხმარებლები და მხოლოდ უმსხვილესი და კომპლექსური კომპანიები ითხოვენ (და მიეწოდებათ) უფრო რთული და ინდივიდუალური შეთავაზებები, მიჩნეულია, რომ იურიდიული და ფიზიკური პირი მობილური მომხმარებლის სეგმენტები ჩანაცვლებადია საცალო დონეზე, მსხვილი კომპლექსური ბიზნესების გარდა, რომლებიც ითხოვენ ინდივიდუალურად მორგებულ მობილურ მომსახურებას.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ საცალო დონეზე არსებობს ცალკეული ბაზრები მორგებული მსხვილი ბიზნეს სერვისებისთვის, ერთის მხრივ, და მეორეს მხრივ მასობრივი ბაზარი მობილური სერვისების ფიზიკური და დანარჩენი იურიდიული პირი მომხმარებლებისთვის.

### საერთაშორისო მობილური როუმინგის სერვისი

საცალო მობილური წვდომის შეთავაზებები, როგორც წესი, მოიცავს მომხმარებლის შესაძლებლობას ჰქონდეს წვდომა მობილურ სერვისებზე სხვა ქვეყნებში ვიზიტის დროს. საქართველოში მომხმარებლები იმედოვნებენ, რომ უცხოეთში მოგზაურობის დროსაც შეძლებენ ჩვეულებრივი მომსახურების პაკეტებით სარგებლობას.

მოკლედ, საერთაშორისო როუმინგი შედის ტიპიური მობილური მომსახურებების სიაში, რომელიც ასევე მოიცავს დაშვებას ეროვნულ და საერთაშორისო ზარებზე, მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებსა და ინტერნეტის სერვისებზე.

შემდგომი განხილვა საერთაშორისო როუმინგული სერვისის საბითუმო დაშვების შედეგებთან დაკავშირებით წარმოდგენილია მე-5 თავში.

### მობილური სერვისებზე წვდომა სხვადასხვა ტექნოლოგიების გამოყენებით

მობილური კავშირის ბაზრის განსაზღვრისას საცალო დონეზე, გასათვალისწინებელია, არსებობს თუ არა მობილური მომსახურებების დიფერენცირება სხვადასხვა ტექნოლოგიის თვალსაზრისით, რომლითაც ხდება მობილური საცალო სერვისების მიწოდება.

იმ შემთხვევაში, როდესაც მომხმარებელი ახორციელებს მობილურ ხმოვან ზარებს ან აგზავნის მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებს მობილური ქსელების მეშვეობით და არა VoIP ტექნოლოგიის გამოყენებით, საბოლოო მომხმარებლისთვის არ არის მნიშვნელოვანი, ზარები, ან გაგზავნილი მოკლე ტექსტური შეტყობინებები გადადის 2G, 3G თუ LTE ქსელში. ეს სამივე ტექნოლოგია გავრცელებულია ქართულ ბაზარზე, ისევე როგორც მისი

<sup>48</sup> კომისიის წლიური ანგარიში 2021

მხარდაჭერის მქონე მობილური ტელეფონები. ზარის მიმდინარეობის დროს, კავშირს შეუძლია გადაერთოს სხვადასხვა ტექნოლოგიებს შორის. ეს ხდება ისე, რომ საბოლოო მომხმარებელი ვერც ამჩნევს ცვლილებას (მიღების ხარისხის ჩვეულებრივი ვარიაციების გარდა, რომლებიც ჩვეულებრივ ასოცირდება მობილური სერვისის გამოყენებასთან); ამიტომ, ამ სამი ტიპის ქსელზე წვდომა უნდა ჩაითვალოს მაღალი ხარისხის ურთიერთ ჩამნაცვლებლად, საბოლოო მომხმარებლის თვალსაზრისით.

სხვადასხვა თაობის ტექნოლოგიების ქსელებზე წვდომა ასევე უზრუნველყოფილია ერთად და არა როგორც ცალკეული სერვისები. ასევე აღსანიშნავია, რომ ტექნოლოგიურმა ევოლუციამ 2G-დან - LTE-მდე, მნიშვნელოვნად გაზარდა ინტერნეტის მოხმარება აბონენტებში, თუმცა აღნიშნული გავლენას არ ახდენს ბაზრის განსაზღვრაზე, ოპერატორების მიერ ბაზრისთვის შეთავაზებულ ყველა შესაძლო მობილური სერვისის გათვალისწინებით. აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ ხმოვანი და ტექსტური შეტყობინებები 2G, 3G და LTE ქსელების მეშვეობით არის იგივე ბაზრის ნაწილი, რომელზეც წარმოდგენილია მობილური ფართოზოლოვან ინტერნეტზე წვდომის სერვისი საცალო დონეზე.

სამივე ქართული ოპერატორი სთავაზობს ბაზარს ინტერნეტის სერვისებზე წვდომას მათი მობილური ქსელების მეშვეობით. ინტერნეტზე წვდომა სამივე ტიპის ქსელში ერთად იყიდება ჩვეულებრივი მობილური პაკეტების გამოყენებით. მობილური სერვისების პაკეტები დიფერენცირებულია ინტერნეტის მოხმარების თვალსაზრისით, მაგრამ არ არსებობს ცალკეული მომსახურების პაკეტები მხოლოდ 2G, 3G ან LTE-ისთვის. იმისათვის, რომ საბოლოო მომხმარებლებმა შეძლონ სამივე ტექნოლოგიის გამოყენება ინტერნეტის სერვისებისთვის, აუცილებელია, რომ საბოლოო მომხმარებლებს ჰქონდეთ ტელეფონები, რომელსაც აქვთ LTE-ს მხარდაჭერა საქართველოში LTE-სთვის გამოყენებულ სიხშირულ დიაპაზონში (იხ. სურათი 36). მოსალოდნელია, რომ ტელეფონების რაოდენობა, რომლებიც სამივე ქსელში მუშაობენ, კიდევ უფრო გაიზრდება.

2G, 3G და LTE ქსელებს შორის ინტერნეტის შესაძლებლობების ცვალებადობის გამო, სხვადასხვა მობილური ქსელის კავშირის ხარისხი შეიძლება განსხვავებული იყოს, თუმცა, ტექნოლოგიის გარდა, სხვა ფაქტორებმაც შეიძლება იქონიონ გავლენა სიჩქარესა და ხარისხზე. მაგალითად, მომხმარებელთა რაოდენობამ, რომლებიც დაკავშირებული არიან შესაბამის საბაზო სადგურთან. ასევე მომხმარებლის ადგილსამყოფელის ტოპოგრაფიული პირობებიც ახდენს გავლენას მომსახურების ხარისხზე. მომხმარებლებს არ აქვთ შესაძლებლობა არჩევანი გააკეთონ 2G და უფრო განვითარებულ, 3G ან LTE ტექნოლოგიებს შორის. მობილური ოპერატორები თავად ამზადებენ პაკეტებს თავიანთივე დაფარვის, ტექნოლოგიის, გამტარობისა და ხარისხის სტანდარტების მიხედვით.

მობილური ქსელები თანდათან ნახლდება ახალი ტექნოლოგიებით, ქსელის გამტარუნარიანობა და ფუნქციონირებაც ასევე ზოგადად უმჯობესდება ისე, რომ უფრო და უფრო მეტ მომხმარებელს აქვს შესაძლებლობა დაუკავშირდეს ქსელს უახლესი ტექნოლოგიის გამოყენებით და არ გაუუარესდეს კავშირის ხარისხი მაშინაც კი, როდესაც უახლოესი ტექნოლოგიების დაფარვის ზონას გაცდება. მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, ისევე როგორც მიმდინარე და წინა ტექნოლოგიური განახლებები, უნდა



ვივარაუდოთ რომ 5G-იც იქნება თავსებადი ძველ ტექნოლოგიებთან, ასე რომ, თუ საბოლოო მომხმარებელი გავა 5G-ის დაფარვის ზონიდან, მიმდინარე სერვისის ხარისხი შენარჩუნდება თანამედროვე და ძველი ტექნოლოგიების არსებობის წყალობით და დაფარვა უზრუნველყოფილი იქნება ნებისმიერ დროს.

აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მობილური ტექნოლოგიის შემდგომი თაობების გამოყენებით მობილურ სერვისებზე წვდომა, როგორცაა 5G (რომლის დანერგვა მომავალში განხორციელდება საქართველოში) იქნება ურთიერთჩანაცვლებადი მიმდინარე სერვისებთან, რადგან სავარაუდოა, რომ დღევანდელი მობილური სერვისები გაიყიდება იმავე პაკეტში, როგორც სერვისები, რომლებსაც ოპერატორები მობილურ მომხმარებლებს შესთავაზებენ მომავალი 5G ქსელის საშუალებით.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ სხვადასხვა არსებული ქსელური ტექნოლოგიები (2G, 3G და LTE) არის იგივე შესაბამისი საცალო ბაზრის ნაწილი მობილური წვდომის სერვისებისთვის.

### ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტის წვდომის სერვისები

ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტის ბაზრის ანალიზში განხილულია საბოლოო მომხმარებლისთვის ფიქსირებული ფართოზოლოვანი სერვისებზე წვდომის სხვადასხვა ვარიანტების ჩანაცვლებადობის შესაძლებლობა და ასევე მობილური ფართოზოლოვანი სერვისების მიერ, ფიქსირებული ფართოზოლოვანი სერვისების ჩანაცვლებადობის პოტენციალი. ამ შემთხვევებში, დგინდება, რომ მობილური ფართოზოლოვანი ინტერნეტის წვდომის სერვისი არის მხოლოდ მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი საბაზისო ფიქსირებული ფართოზოლოვანი წვდომის სერვისებისთვის (10 მბ/წ, ქვემოთ). მობილური ფართოზოლოვანი წვდომის სერვისები არ არის მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტის წვდომის საცალო სერვისებისთვის 10 მბ/წმ და ზემოთ სიჩქარეებზე.

ფიქსირებულ ფართოზოლოვან ინტერნეტის კავშირს შეუძლია გარკვეული შეზღუდული მობილურობა მისცეს მომხმარებელს პორტაბელური მოდემების გამოყენებით, რომლის დახმარებითაც მომხმარებელი მიიღებს წვდომას ფართოზოლოვან სერვისებზე სხვადასხვა ფიზიკური ფიქსირებული კავშირის წერტილების მეშვეობით. ამ სერვისების მომხმარებლებს შეუძლიათ პოტენციურად მიიღონ წვდომა ინტერნეტზე ნებისმიერი წერტილიდან მთელ მსოფლიოში. თუმცა, სესიის დროს, მომხმარებელი დაკავშირებულია კონკრეტულ ლოკაციასთან და შესაბამისად, ვერ აღწევს იმავე მობილობას, როგორც შესაძლებელია მობილური ქსელით სარგებლობისას. მომხმარებლის პერსპექტივიდან, ფიქსირებული არხების გამოყენება, ან მომხმარებლის საკუთარი ლოკაციიდან, ან სხვა ფიქსირებული ლოკაციიდან, არ განიხილება, როგორც მობილური ქსელების მეშვეობით ხმოვან მომსახურებაზე ან ინტერნეტზე წვდომის ჩამნაცვლებელი.

ფიქსირებული ფართოზოლოვანი წვდომის სერვისები არ შეიძლება იყოს მობილური სერვისის მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი, რადგან ფიქსირებული სერვისი ფუნქციურად განსხვავდება მობილური სერვისისგან. მაშინ როცა მობილური სერვისის

გამოყენება შესაძლებელია ფიქსირებულ ადგილას, ფიქსირებული სერვისი ვერ უზრუნველყოფს მობილურობას (ცალმხრივი ჩანაცვლებადობა). მობილური სერვისის ბუნება მას ძირეულად განსხვავებულ მნიშვნელობას ანიჭებს. მობილურ სერვისზე მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ფასის ზრდა არ გამოიწვევს მომხმარებელთა მხრიდან მობილური სერვისის ფიქსირებული სერვისით ჩანაცვლებას, რადგან ფიქსირებული სერვისი ვერ უზრუნველყოფს მობილურობას.

მობილური მომხმარებლების მხრიდან ხმოვანი და ტექსტური შეტყობინებების მოცულობის შემცირება კომპენსირებულია მობილური ინტერნეტის მოცულობის მნიშვნელოვანი ზრდით (იხ. დიაგრამა 10). ასევე, მნიშვნელოვანი ზრდა იყო ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტის სერვისების მიმართულებით, რაც გამოწვეულია საბოლოო მომხმარებლების ინტერნეტის ხელმისაწვდომობაზე მოთხოვნის ზრდით. ინტერნეტის სერვისის გამოყენების მაღალი ზრდა მიუთითებს იმაზე, რომ მომხმარებლებს აქვთ სერვისების ფართო არჩევანი, რომლებიც უზრუნველყოფენ ინტერნეტთან მათ წვდომას, მათი საჭიროებების დაკმაყოფილების მიზნით. მომხმარებელთა საჭიროებების უფრო დეტალურად განხილვისას, მომხმარებლებს, რომლებიც ეძებენ ინტერნეტის სერვისებს 10 მბ/წმ-ზე მეტი სიჩქარეზე, აქვთ უფრო შეზღუდული არჩევანი, რომელიც ძირითადად შემოიფარგლება ფიქსირებული ფართოზოლოვანი სერვისის შეთავაზებებით. 10 მბ/წმ-ზე დაბალი სიჩქარის, მომხმარებლებს აქვთ არჩევანის უფრო ფართო სპექტრი შემოთავაზებებს შორის როგორც ფიქსირებული, ისე მობილური ფართოზოლოვანი მომსახურებების მიმწოდებელი ოპერატორებისგან.

ამის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ ფიქსირებული ფართოზოლოვანი კავშირის სერვისები არ შედის მობილურ სერვისებზე წვდომის შესაბამის საცალო ბაზარზე.

### საჯაროდ ხელმისაწვდომი სატელიტური სერვისები

VSAT<sup>49</sup> სერვისების შეთავაზება უკვე განხორციელდა საქართველოში საერთაშორისო თანამგზავრული კომპანიის - Global TV-ის მიერ. აღნიშნული მომსახურება ხელმისაწვდომია ინტერნეტთან დასაკავშირებლად გეოგრაფიულ ადგილებში, სადაც ფიქსირებული ან მობილური ფართოზოლოვანი ინტერნეტ სერვისები არ არის ხელმისაწვდომი ან კავშირი არასტაბილურია. 2022 წელს, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრომ გამოაცხადა, რომ Starlink-ი, აშშ-ში დაფუძნებული კომპანია 2023<sup>50</sup> წელს დაიწყებს თავის თანამგზავრზე დაფუძნებულ ფართოზოლოვანი ინტერნეტის სერვისების შეთავაზებას საქართველოში. კომისიამ შესაბამისი ავტორიზაცია 2022 წლის ივლისში გასცა<sup>51</sup>.

მოსალოდნელია, რომ ამ სერვისების გამოყენების მოცულობა დარჩება ძალიან დაბალი ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, ძირითადად, სიგნალის მიმღები აპარატურის (მომხმარებლისთვის) მაღალი ღირებულების გამო, მიწისზედა ქსელის მობილურ მოწყობილობებთან შედარებით. სატელიტური ფართოზოლოვანი

<sup>49</sup> <https://www.globaltt.com/en/internet-connection/Georgia.html>

<sup>50</sup> <https://agenda.ge/en/news/2022/2811>

<sup>51</sup> <https://agenda.ge/en/news/2022/2699>

სერვისის გამოყენება შესაძლებელია ფიქსირებულ ადგილას (ფიქსირებულ ადგილას დაყენებული სატელიტური მიმღები თეფშის გამოყენებით) ან მობილური მოწყობილობით. ორივე შემთხვევაში მომხმარებელზე აისახება დამატებითი მოწყობილობების დაყენების ხარჯები მობილურ ქსელზე წვდომის სერვისის გამოყენებასთან შედარებით. მობილური სერვისების ფასის მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი მატება საკმარისი არ იქნება მომხმარებლების მოსაზიდად თანამგზავრზე დაფუძნებულ სერვისზე გადასვლისთვის. ამრიგად, ეს სერვისები არ განიხილება, როგორც მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი მობილური კავშირის სერვისებისთვის საქართველოში.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ საჯაროდ ხელმისაწვდომი სატელიტური სერვისები არ მიეკუთვნებიან იმავე ბაზარს, რომელსაც საცალო მობილური წვდომის სერვისები.

### ხმოვან და ინტერნეტის სერვისებზე წვდომა მობილური მოწყობილობების მეშვეობით, ადგილობრივი Wi-Fi ქსელების გამოყენებით

მობილური მოწყობილობების მქონე პირებს შეუძლიათ მარტივად მოიპოვონ წვდომა ადგილობრივ Wi-Fi ქსელებზე საჯარო სივრცეებში, ბიზნეს ცენტრებსა და სახლში. ეს ადგილობრივი Wi-Fi წვდომის ქსელები დაკავშირებულია ძირითადად ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტის ქსელებთან. მობილური მოწყობილობის Wi-Fi ქსელთან დაკავშირება ჩვეულებრივ ხდება მარტივი დაკავშირების პროცესით, პაროლის მოთხოვნით ან მის გარეშე. „სმარტფონებს“ შეუძლიათ დაიმახსოვრონ ადგილობრივი Wi-Fi ქსელები და ავტომატურად დაუკავშირდნენ მათ იმ პირობით, რომ შესვლის უსაფრთხოების პარამეტრები და პაროლი არ შეიცვლება. შესაბამისად, ადგილის ხელახლა მონახულების შემთხვევაში, ისინი ავტომატურად დაუკავშირდებიან ადგილობრივ Wi-Fi ქსელს, მომხმარებლის მხრიდან შემდგომი შესვლის პროცესის განმეორების გარეშე. ლოკალურ Wi-Fi ქსელთან დაკავშირების შემდეგ, მობილური მოწყობილობის მომხმარებელს შეუძლია საკუთარი მობილური ოპერატორის ქსელის გვერდის ავლით მიიღოს ინტერნეტ მომსახურება და შესაბამისად, არ გადაიხადოს მობილური ოპერატორის მიერ დაწესებული სრული გადასახადი, ან გამოიყენოს მობილური ოპერატორისგან შესყიდული დარჩენილი ტრაფიკი. ხმოვანი ზარები შეიძლება განხორციელდეს (OTT) აპლიკაციების გამოყენებით, ძალიან დაბალი გადასახადის სანაცვლოდ (ჩვეულებრივ, ერთადერთი გადასახადი არის მიმღები ქსელის ოპერატორის მიერ დაწესებული ზარის დასრულების საფასური, თუ პირი, ვისაც დაურეკვს, არ არის შესული იმავე OTT აპლიკაციაში). ინტერნეტთან წვდომის მსგავსად, ქართული მობილური სერვისის პროვაიდერის მიერ დაწესებული ინტერნეტის მოხმარების საფასური ჩვეულებრივი წესით არ ეკისრება მომხმარებელს.

ლოკალური Wi-Fi ქსელთან კავშირის ხარისხი ზოგადად უფრო დაბალია, ვიდრე მობილური LTE ქსელის გამოყენებისას და ხარისხი კიდევ უფრო უარესდება, რადგან იზრდება იმავე ლოკალურ Wi-Fi ქსელში შესული მომხმარებლების რაოდენობა. ლოკალური Wi-Fi კავშირი არ აძლევს მობილური მოწყობილობის მომხმარებელს სრულ მობილურობას - როგორც კი მომხმარებელი დატოვებს Wi-Fi ქსელის მიერ დაფარულ ტერიტორიას (ჩვეულებრივ მხოლოდ 10-50 მეტრში ქსელის გადამცემიდან), სერვისი იკარგება და მომხმარებელს ხელახლა მოუწევს დაბრუნდეს იმავე სივრცეში და ხელახლა დაუკავშირდეს სისტემას იმისათვის რომ აღადგინოს კავშირი. Wi-Fi ქსელის ზოგიერთ

სივრცეს (როგორცაა აეროპორტები ან დატვირთული საჯარო სივრცეები) უფრო დიდი გეოგრაფიული დაფარვა აქვთ. ზოგიერთი ადგილობრივი Wi-Fi სერვისის პროვაიდერი აწესებს დროის ლიმიტებს თითოეული მომხმარებლის სესიაზე, ან მხოლოდ შეზღუდული დროით აძლევს მათ უფასო დაშვებას, შემდეგ კი მომხმარებელს მოეთხოვება გადაიხადოს ინტერნეტის საფასური.

მიჩნეულია, რომ მობილური ქსელების საშუალებით მობილურზე კავშირის ფასის მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ზრდა აიძულებს მობილური ტელეფონის მომხმარებლებს უფრო მეტად გამოიყენონ ადგილობრივი Wi-Fi ქსელები, რადგან ადგილობრივი Wi-Fi ქსელები ფართოდ არის ხელმისაწვდომი და მათი გამოყენება უფასოა (ან ძალიან დაბალი ფასია). თუმცა მათი ხარისხი ცვალებადია. იმის გამო, რომ ეს ქსელები არ იძლევიან LTE ქსელების მეშვეობით მობილური დაშვების სერვისის იგივე სრულ ფუნქციონირებას, ითვლება, რომ ხმოვანი და ინტერნეტის სერვისებზე წვდომა, რომლებიც ხელმისაწვდომია მობილური მოწყობილობების მეშვეობით ლოკალური Wi-Fi ქსელების გამოყენებით, არ არის მობილური ქსელების მეშვეობით მობილურ სერვისებზე დაშვების ჩამნაცვლებელი.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მობილური ტელეფონების მიერ ხმოვან და ინტერნეტის სერვისებზე წვდომა ლოკალური Wi-Fi ქსელების მეშვეობით არ არის მობილურ მომსახურებებზე წვდომის ბაზრის ნაწილი.

### სერვისები, რომელთა მიწოდება სავარაუდოდ განხორციელდება 5G ქსელის და შემდგომი თაობის მობილური ქსელების მეშვეობით

ამჟამად საქართველოში 5G ქსელები არ არის მოქმედი. საჭირო ინვესტიციები ქსელის ახალ ინფრასტრუქტურაში 5G სერვისების მხარდასაჭერად, სავარაუდოდ, მნიშვნელოვანი იქნება. ამიტომ მიჩნეულია, რომ ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ 5G-ზე დაფუძნებული სერვისები ფართოდ იყოს ხელმისაწვდომი საქართველოში, როგორც მიმდინარე მობილური ქსელების სიმძლავრის გაზრდის საშუალება, ან როგორც სერვისების ფართო სპექტრის გამაძლიერებელი ტექნოლოგია.

ახალი სერვისები, როგორცაა IoT აპლიკაციები, რომლებიც პოტენციურად იქნება მიწოდებული 5G-ზე და მობილური ქსელების სხვა შემდგომი თაობების ქსელების გამოყენებით, ჯერ კიდევ არ განიხილება მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებლად საცალო მობილური წვდომის სერვისებისთვის.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ სერვისები, რომლებიც პოტენციურად მიწოდებული იქნება 5G ქსელის და შემდგომი თაობების მობილური ქსელების საშუალებით, გახდება იმავე ბაზრის ნაწილი მობილური საცალო კავშირისთვის მხოლოდ მაშინ, როდესაც საქართველოს საცალო დონეზე 5G სერვისები ფართოდ იქნება ხელმისაწვდომი. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ 5G საცალო მობილური წვდომის სერვისები ხელმისაწვდომი იქნება საქართველოში ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

## 4.2. მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობა

მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორის (MVNO) მიერ ბაზარზე შესვლის შემთხვევაში, რომელიც შესაძლებელია სიხშირული სპექტრის რესურსების შექმნის ან მობილური ქსელის ინფრასტრუქტურაში ინვესტიციის საჭიროების გარეშე, MVNO-ს შეეძლება აბონენტებს შესთავაზოს მობილური წვდომის საცალო სერვისები (იგივე ფუნქციონალური) ბაზარს სხვა მობილური ოპერატორის ქსელის გამოყენებით, კომერციულ საბითუმო ბაზარზე. ამ შემთხვევაში, იმის გამო, რომ მობილური წვდომის საცალო სერვისების შეთავაზების მთლიანი ხარჯები შედარებით დაბალია, MVNO-ს მიერ შეთავაზებული სერვისი როგორც ჩანაცვლებელი სერვისი, გათვალისწინებული იქნება მობილურ სერვისების ბაზრის განმარტებაში.

მიწოდების მხარის სხვა პოტენციური ჩანაცვლებლების შემთხვევაში, სერვისის მიწოდება მოითხოვს ქსელის ინფრასტრუქტურაში ინვესტიციას, ხარჯები და დრო მობილური წვდომის სერვისის ბაზარზე მიწოდებისთვის მნიშვნელოვანად მაღალია და შესაბამისად, ასეთი სახის სერვისი არ შეიძლება იყოს მიჩნეული ჩანაცვლებლად და მოქცეულ იქნას იმავე ბაზრის ფარგლებში.

მიწოდების მხარის ჩანაცვლებლებად განხილულია:

- იურიდიულსა და ფიზიკურ პირებს შორის ფოკუსის ცვლილება;
- მიწოდება საჯაროდ ხელმისაწვდომი სატელიტური სერვისით;
- ხმოვანი და ინტერნეტის სერვისები, რომლებზეც წვდომა აქვთ მობილურ მოწყობილობებს ადგილობრივი Wi-Fi ქსელების გამოყენებით;
- მობილური ქსელის ოპერატორები, რომლებიც იყენებენ 5G ან სხვა თაობის მობილურ ტექნოლოგიებს მომსახურების მიწოდებისთვის.

### 4.2.1. ფიზიკური და კომერციული პირების ბაზრების მომარაგებას შორის ფოკუსის ცვლილება

თუ მობილური სერვისის მიწოდებელს სურს თავისი საქმიანობა ფიზიკური პირების მასობრივი ბაზრიდან, იურიდიული პირების ბაზარზე გადაიტანოს, მას დასჭირდება ტექნოლოგიური და საბაზრო პირობების შესახებ უფრო მაღალი დონის ცოდნა, რათა დააკმაყოფილოს იურიდიული პირი კლიენტების მოთხოვნები, რომლებიც ზოგადად უფრო რთული და უფრო მაღალი ხარისხისაა. აღნიშნულ ბაზართან დაკავშირებულია ბიზნესზე მორგებული პირობები და არა ფიზიკური პირების ბაზრისთვის დამახასიათებელი სტანდარტული მოთხოვნები. პერსონალიზებულ იურიდიული პირების ბაზარზე გეზის აღება მოითხოვს საჯარო ტენდერების მართვის ბევრად უფრო მაღალ დონეს, კონტრაქტთან დაკავშირებულ მოლაპარაკებებს, მომსახურების დონის შეთანხმებებს (SLA) და შესაბამისად, მენეჯმენტის მხარდაჭერას მომხმარებელთა მომსახურების მიმართ. ბაზრის ფოკუსის ასეთი ცვლილება გულისხმობს ინვესტიციების გაზრდას და გაზრდილ ხარჯებს. ამავდროულად, უნდა აღინიშნოს, რომ ბევრი იურიდიული პირი მომხმარებელი იმყოფება ოპერატორთან ხელშეკრულებით

სავალდებულო პერიოდში და შესაბამისად, ახალ ოპერატორს შეიძლება ძვირი დაუჯდეს ამ მომხმარებლების გადმოზიდვა.

საპირისპირო მიმართულებით, პროვაიდერებს, რომლებსაც სურთ მობილური ბაზრის ნიშა გადაიტანონ პერსონალიზებული იურიდიული პირი მომხმარებლებიდან ფიზიკურ პირ მომხმარებლებზე, ჩვეულებრივ, საგრძნობლად უნდა გაზარდონ თავიანთი მარკეტინგული ხარჯები, მაგალითად, მასობრივი სატელევიზიო და ონლაინ რეკლამის საშუალებით, რათა მიაღწიონ მომხმარებელთა დიდ რაოდენობას. მობილური ქსელის მფლობელები მომსახურებას სთავაზობენ როგორც ფიზიკურ, ასევე იურიდიულ პირებს. თუმცა, MVNO პროვაიდერებს და სერვისის სხვა მიმწოდებლებს ზოგადად ურჩევნიათ კონცენტრირება მოახდინონ ერთ სეგმენტზე. დიაგრამა 4 გვიჩვენებს მობილური აბონენტების ბაზრის წილებს.

დიაგრამა 4 აჩვენებს, რომ მაგთიკომი არის მობილური აბონენტების უმსხვილესი პროვაიდერი, რომელსაც მოჰყვება სილქნეტი და სელფი მობაილი. ბაზარზე არსებული MVNO-ს საქმიანობა საქართველოში სულ ახლახან დაიწყო, მაგრამ მოსალოდნელია, რომ ეკლექტიკი თავდაპირველად ყურადღებას გაამახვილებს ფიზიკური პირების ბაზარზე. მობილური ქსელის სამი ოპერატორი მზად არის მოლაპარაკება აწარმოოს ფასებზე და მომსახურების დონეებზე იურიდიულ პირებთან და ისინი, როგორც წესი, მონაწილეობას იღებენ დიდი ბიზნესებისა და სამთავრობო უწყებების მიერ ინიცირებულ ტენდერებში. ამიტომ მიჩნეულია, რომ იურიდიულ პირებისა და ფიზიკურ პირ მომხმარებლებს შორის მობილურ სერვისებზე წვდომის ბაზრის სეგმენტებს შორის მიწოდების მხარის მცირე ჩანაცვლებაა.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, პერსონალიზებული იურიდიული პირების მობილური მომსახურებებზე წვდომა და ფიზიკური პირი მომხმარებლების მობილურ სერვისებზე წვდომა სხვადასხვა ბაზრის სეგმენტებს წარმოადგენენ.

#### 4.2.2. მიწოდება საჯაროდ ხელმისაწვდომი სატელიტური სერვისებით

ერთმა საერთაშორისო თანამგზავრულმა ოპერატორმა მიმართა კომისიას და 2022 წელს კომისიამ გასცა მასზე შესაბამისი ნებართვა სერვისის მიწოდების კუთხით. განცხადებაში ნათქვამია, რომ სერვისები ამოქმედდება 2023 წლის შუა რიცხვებში. Starlink-ის ამ პროექტს აფინანსებს თანამგზავრული კომპანია SpaceX, რომელიც ეკუთვნის ამერიკელ მეწარმე ილონ მასკს. Starlink-ის მიზანია, რომ საქართველო გახდეს მათი პირველი ქვეყანა სადაც გაეშვება აღნიშნული სერვისის კავკასიის რეგიონში. როგორც ჩანს, გაშვება თავდაპირველად მიმართული იყო საქართველოში მდებარე ტექნოლოგიურ პარკებზე, მოგვიანებით კი ის „ჩვეულებრივ აბონენტებზეც“<sup>52</sup> გავრცელდა .

<sup>52</sup> <https://bigasia.ru/en/content/news/society/v-gruzii-zarabotaet-sputnikovyy-internet-starlink-/#:~:text=Starlink%20satellite%20Internet%20will%20work%20in%20Georgia%20since%202023.&text=%22Since%202023%20in%20Georgia%20will,Internet%20via%20a%20satellite%20system>



არ გამოცხადებულა დეტალები Starlink-ის სატელიტური სერვისის საცალო შეთავაზების ან სატარიფო სტრუქტურების შესახებ საქართველოში, თუმცა SpaceX-ის მხრიდან 2022<sup>53</sup> წლის მარტში გავრცელდა ზოგადი განცხადება, სადაც მითითებულია, რომ ბაზარზე მიწოდებული იქნება "პრემიუმ B2B-ზე ორიენტირებული ინტერნეტ სერვისი", ბრენდირებული როგორც "Starlink Business". აპარატურის ღირებულება იქნება \$2,500 და დამატებით თვეში \$500 ინტერნეტზე წვდომისთვის. ამ ტარიფებით, რომლებიც მნიშვნელოვნად აღემატება ჩვეულებრივ მობილურ სერვისებზე წვდომას საქართველოში, სატელიტური მობილური წვდომის სერვისისთვის მხოლოდ ნიშური ბაზრები იქნება განხილული. მაგალითად, სამიზნე ბაზარი შეიძლება შემოიფარგლოს მხოლოდ სპეციალიზებული მომხმარებლებით, ვისაც უსაფრთხოების ან სხვა მიზნებისთვის სურს საქართველოს მიწისზედა ქსელებს გვერდი აუაროს, ან ვისაც სურს ჰქონდეს არსებითი საკომუნიკაციო სერვისები ძალიან შორეულ რეგიონებში, სადაც არც მობილური წვდომის ქსელები და არც ფიქსირებული ფართოზოლოვანი სერვისები არ არის ხელმისაწვდომი საკმარისი სიმძლავრით, უსაფრთხოებით, ან ხარისხით.

საქართველოში მობილურ სერვისებზე წვდომის საცალო ფასების მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ზრდა, სავარაუდოდ, არ აიძულებს რომელიმე არსებულ მობილურ ოპერატორს, ან ბაზარზე ახალ შემსვლელ სუბიექტს, შექმნას კონკურენტი თანამგზავრზე დაფუძნებული მობილური კავშირის სერვისი. ამიტომ, სატელიტური მობილური კავშირის სერვისის არსებობამ ნაკლებად სავარაუდოა, რომ იქონიოს გავლენა არსებული მობილური ოპერატორების ქცევაზე ფასის დაწესების მიმართულებით. თანამგზავრზე დაფუძნებული სერვისის, როგორც თანამგზავრის მფლობელი ერთეულის დანერგვის ღირებულება აშკარად შემზღუდავია (ძალიან მაღალია). იმისათვის, რომ არასატელიტურმა ოპერატორმა გამოიყენოს (საბითუმო ბაზარზე) არსებული სატელიტური ქსელი ახალი საცალო მობილური კავშირის სერვისის გასაშვებად. ტექნოლოგია ასევე მოითხოვს მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვნად მაღალი ხარჯების დაკისრებას საჭირო გადაცემის და მიმღები აპარატურის დაქირავებისთვის ან შეძენისთვის.

საქართველოში ოპერატორს შეუძლია გადაწყვიტოს გამოიყენოს ან შექმნას სატელიტური მიწისზედა სადგური, რომელსაც შეუძლია სატელიტური სიგნალების შეგროვება და გავრცელება საქართველოს მიწისზედა მობილური ქსელის მეშვეობით. როგორც არ უნდა იყოს მორგებული მობილურ თანამგზავრზე დაფუძნებული სერვისი, მომხმარებელთათვის ფასი ბევრად უფრო მაღალი იქნება, ვიდრე საქართველოში არსებული მობილური სერვისების ღირებულებაა. სატელიტურ ტექნოლოგიაზე დაფუძნებული მობილური წვდომის სერვისები, შესაბამისად, არ განიხილება მობილური კავშირის სერვისის მიწოდების მხარის ჩამნაცვლებლად.

აქედან გამომდინარე ვასკვნიტ, რომ საჯაროდ ხელმისაწვდომი თანამგზავრზე დაფუძნებული მობილური წვდომის სერვისი არ უნდა იქნას განხილული იმავე პროდუქტის ბაზარზე, რომელზეც მობილური კავშირის სერვისი საქართველოში.

<sup>53</sup> <https://payloadspace.com/spacex-increases-launch-and-starlink-prices/#:~:text=The%20new%20rates%20are%20%241.1,for%20a%20Falcon%20Heavy%20launch>

### 4.2.3. ხმოვანი და ინტერნეტის სერვისები, რომლის მიღება ხორციელდება მობილური მოწყობილობების მიერ ადგილობრივი Wi-Fi ქსელების გამოყენებით

ადგილობრივი Wi-Fi ქსელის გამოყენებით, მობილური სერვისის მიწოდების მოთხოვნის მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზში უკვე აღინიშნა, რომ მობილურის კავშირის სერვისების მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ზრდა, სავარაუდოდ, უზიდავებს საბოლოო მომხმარებელს ლოკალური Wi-Fi ქსელების უფრო დიდი გამოყენებისკენ, მათი მობილური ტელეფონების მეშვეობით. მიწოდების მხრივ, გასათვალისწინებელია, იქნებიან თუ არა არსებული ან პოტენციურად ახალი პროვაიდერები მიდრეკილნი ინვესტირებაზე Wi-Fi ქსელებში და უზრუნველყოფენ თუ არა იგივე მობილურ ფუნქციონირებას. მიუხედავად იმისა, რომ „Wi-Fi როუმინგის“ გამოყენება ტექნოლოგიურად მომავალში შესაძლებელი გახდება, საქართველოში მისი დანერგვა მოსალოდნელი არ არის ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში. ეს ძირითადად იმიტომ ხდება, რომ საჭირო ინვესტიციების განხორციელებას რომლის ფუნქციონირება ჯერ კიდევ დადასტურებას საჭიროებს (რომელიც ტექნიკურად და კომერციულად სიცოცხლისუნარიანია) მინიმუმ 3 წელი დასჭირდება.

ამიტომ მიჩნეულია, რომ არსებული მობილური ოპერატორები, ან ბაზარზე ახალი შემომსვლელები არ გახდებიან მომსახურების ჩამნაცვლებელი მიმწოდებლები ადგილობრივი Wi-Fi ტექნოლოგიის გამოყენებით საცალო მობილური წვდომის ბაზრისთვის.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მობილური მოწყობილობების გამოყენება ხმოვან და ინტერნეტის სერვისებზე დაშვებისთვის ადგილობრივი Wi-Fi ქსელების გამოყენებით არ არის იმავე ბაზრის ნაწილი, რომელზეც ფუნქციონირებს მობილური წვდომის სერვისი.

### 4.2.4. მობილური ქსელის ოპერატორის მიერ 5G ან შემდგომი თაობების მობილური ტექნოლოგიების გამოყენება

2020 წელს კომისიამ გამოაცხადა თავისი განზრახვა შესთავაზოს ოპერატორებს დამატებითი სიხშირული სპექტრი კომერციული 5G მობილური სერვისებისთვის საქართველოში. აუქციონი გაიმართა 2023 წლის სექტემბერში, თუმცა სიხშირული რესურსის შეძენის სურვილი მხოლოდ სელფი მობაილმა გამოთქვა, მაშინ, როდესაც მათიკომმა და სილქნეტმა აუქციონში მონაწილეობაზე უარი განაცხადეს. სპექტრის უდიდესი ნაწილი, რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნეს 5G ტექნოლოგიებში, გაუყიდავი დარჩა.

შემდგომი აუქციონის თარიღი ჯერ არ ჩანიშნულა. სამომავლოდ, 5G სიხშირული სპექტრის მფლობელებმა მნიშვნელოვანი ინვესტიციები უნდა განახორციელონ 5G ტექნოლოგიის გამოყენებისთვის და ქსელის შესაძლებლობების განვითარებისთვის. აღნიშნული ძალაშია, 5G-ზე დაფუძნებულ სერვისებზე ნებისმიერი დონის მოთხოვნის გათვალისწინებით. მოთხოვნის ზრდა სავარაუდოდ განპირობებული იქნება მომხმარებელთა მოთხოვნებიდან მობილური ინტერნეტის უფრო მაღალი სიჩქარისა და ხარისხის, მეტი გეოგრაფიული

დაფარვისა და უმაღლესი ხარისხით ხელმისაწვდომობისთვის. ამას დაემატება ახალი მოთხოვნები პოტენციური და განვითარებადი მობილური სერვისების მთელი რიგიდან, რომლებიც მოიცავენ IoT და მოწყობილობებს შორის ინტერნეტის აპლიკაციებს (მაგალითად, სექტორისთვის სპეციფიკური B2B და B2C საშუალებები).

საცხებით მოსალოდნელია, რომ 5G ტექნოლოგია დაინერგოს საქართველოს მობილურ ქსელებში. გეოგრაფიული გავრცელების საფუძველზე, საცალო სერვისები ხელმისაწვდომი გახდება იურიდიული და ფიზიკური პირი მომხმარებლებისთვის. მოსალოდნელია, რომ საქართველოში უკვე არსებულმა მობილურმა ოპერატორებმა უახლოესი 3 წლის განმავლობაში უნდა მიიღონ გადაწყვეტილებები საჭირო 5G ინვესტიციების შესახებ, რაც დასტურდება მრავალი სხვა ქვეყნის გამოცდილებიდან, რომლებმაც უკვე დაანერგეს 5G ტექნოლოგია თავიანთ ქსელში<sup>54</sup>.

ჯერჯერობით უცნობია, იქნება თუ არა საბოლოო მომხმარებლის ტარიფები 5G-ზე დაფუძნებული მობილურ კავშირის სერვისებზე უფრო მაღალი, ვიდრე გაბატონებული მობილური კავშირის სერვისის ტარიფები. სხვა ქვეყნების გამოცდილების საფუძველზე შესაძლებელია ვივარაუდოთ, რომ თავდაპირველი გაშვებისას 5G სერვისი ხშირად წარმოდგენილია, არსებულ სერვისზე მაღალი ფასებით, მაგრამ კონკურენციისა და გეოგრაფიული დაფარვის ზრდასთან ერთად, ტარიფები დიდწილად უთანაბრდება მიმდინარე ტარიფებს. მომხმარებელთა მიერ ინტერნეტის მოხმარების გაზრდით, მომხმარებლების მიერ გადახდილი თანხები ხშირად იზრდება 5G სერვისის ბაზარზე შემოსვლით, რადგან მობილური ინტერნეტის ჯამური ფასი, როგორც წესი, ფასდება მომხმარებლის მიერ მოხმარებული ინტერნეტის მოცულობის მიხედვითაც. სრულად კონკურენტუნარიან პირობებში, ქვეყნებში, სადაც 5G ზოგადად ხელმისაწვდომია, ოპერატორები მიდრეკილნი არიან გაზარდონ ტარიფები ინტერნეტის ულიმიტო პაკეტებისთვის, ამავედროულად უზრუნველყონ ჩამოტვირთვის ცვლადი ტარიფის მიწოდება ბაზრისთვის, ძირითადად, იგივე ტარიფით, როგორც არსებულ სერვისებშია წარმოდგენილი<sup>55</sup>.

მას შემდეგ, რაც რომელიმე ოპერატორი ინვესტიციას განახორციელებს 5G ინფრასტრუქტურაში, სხვა მობილური ქსელის ოპერატორები სავარაუდოდ დააჩქარებენ 5G ინვესტიციებს და გაზრდიან ქსელის სიმძლავრეს, რათა უზრუნველყონ სრული ეროვნული დაფარვა. მომხმარებელთა მოთხოვნამ ინტერნეტის უფრო მაღალი სიჩქარეების და გაზრდილი ხარისხის მიღებაზე ან IoT-ზე და M2M, B2B ან B2C აპლიკაციებზე, რომელთა მიწოდება მოსალოდნელია 5G ტექნოლოგიის დაანერგვასთან ერთად, შესაძლოა მიიზიდოს ბაზარზე ახალი მიმწოდებლები (იხილეთ თავი 3).

საქართველოში მობილურ ბაზარზე 5G ტექნოლოგიის მოსალოდნელ დაანერგვას სავარაუდოდ, მინიმუმ 3 წელი დასჭირდება. უპირველეს ყოვლისა, უნდა ჩატარდეს სპექტრის აუქციონი, რასაც მოჰყვება საჭირო 5G ქსელის ინვესტიციები და სატესტო სერვისები, რომლებიც საბოლოოდ 5G-ზე დაფუძნებული სერვისების გაშვებამდე

<sup>54</sup> <https://www.statista.com/statistics/521598/5g-mobile-subscriptions-worldwide/>

<sup>55</sup> <https://www.moneysavingexpert.com/mobiles/guide-to-5g/>

მიგვიყვანს. მოსალოდნელია, რომ საცალო შეთავაზებები თავდაპირველად შეზღუდულ გეოგრაფიულ არეალში იქნება ხელმისაწვდომი ეროვნულ დონეზე გავრცელებამდე, როგორც ამას მოითხოვს კომისიის გამოქვეყნებული 5G სპექტრის ლიცენზირების პირობები<sup>56</sup>.

ეროვნული 5G ქსელის დაფარვის შემდეგ, სავარაუდოა, რომ მობილური ოპერატორები სრულად აითვისებენ 5G-ს ტექნოლოგიას საქართველოში მათი მობილური კავშირის ქსელების ყველა მოთხოვნისთვის. ამ ეტაპზე, 5G-ზე დაფუძნებული სერვისების ბაზარი სრულად იქნება ინტეგრირებული იმავე პროდუქტის ბაზარზე, რომელზეც მობილური კავშირის სერვისები. მაგრამ რადგან ამ პუნქტის მიღწევა არ არის მოსალოდნელი მინიმუმ 3 წლის განმავლობაში, აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მობილური სერვისები 5G-ის გამოყენებით და მობილური ტექნოლოგიების შემდგომი თაობები ჯერ კიდევ არ არის იგივე პროდუქტის ბაზრის ნაწილი, რომელზეც წარმოდგენილია მობილური კავშირის სერვისები.

### 4.3. გეოგრაფიული ბაზრის განსაზღვრა

სამართლებრივი და მარეგულირებელი პირობები საერთოა საქართველოს მთელს ტერიტორიაზე. საქართველოში გამოყოფილი სიხშირეების გამოყენების უფლება მოიცავს ოპერატორების ვალდებულებას, უზრუნველყონ ეროვნული დაფარვა. ქართულ მობილურ ოპერატორებს ამ დრომდე არ გაუკეთებიათ შემოთავაზებული სერვისების ან ტარიფების დიფერენცირება გეოგრაფიის მიხედვით და არ არსებობს იმის ნიშნები, რომ ოპერატორები აპირებენ მსგავსი ინიციატივის დანერგვას. მობილური ქსელის სამივე ოპერატორი ვალდებულია (თავის ლიცენზიაში) უზრუნველყოს ეროვნული დაფარვა და არ არსებობს განსხვავებული კონკურენტული პირობები ქვეყნის სხვადასხვა ნაწილებში, რაც მიუთითებდა ბაზრის გეოგრაფიული დაყოფის აუცილებლობაზე. ამიტომ მიჩნეულია, რომ ქართულ ბაზარზე არ არსებობს მატერიალური გეოგრაფიული განსხვავებები არც პროდუქტის ხარისხთან და არც ფასთან დაკავშირებით.

ამ მიზეზით, ვასკვნით, რომ არ არის საჭირო დამატებითი ანალიზი საკითხთან დაკავშირებით, უნდა დაიყოს თუ არა მობილური კავშირის ბაზარი გეოგრაფიულ სეგმენტებად და რომ ბაზრის განსაზღვრისა და ანალიზის ეროვნული მიდგომა კვლავ საფუძვლიანად არის მიჩნეული.

### 4.4. დასკვნა შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრის შესახებ

ბაზრის განსაზღვრის პროცესში მოთხოვნის და მიწოდების ანალიზის გამოყენებით დადგინდა, რომ საცალო მობილური კავშირის ბაზარი საქართველოში შედგება მობილურ ქსელებზე ფიზიკური და იურიდიული პირი აბონენტების წვდომისგან ქსელზე, რომელიც აბონენტებს სთავაზობს ხმოვანი სერვისებით, მოკლე ტექსტური შეტყობინებებითა და ინტერნეტით სარგებლობას, დამატებული საერთაშორისო როუმინგის სერვისს, მიუხედავად გამოყენებული ტექნოლოგიისა (2G, 3G და LTE), რომლითაც ოპერატორები

<sup>56</sup> <https://comcom.ge/uploads/other/5/5484.pdf>



ბაზარს თავიანთ პროდუქტს აწვდიან, იქნება ეს ცალკეულად, თუ ერთ პაკეტში გაერთიანებულად.

ასევე დადგინდა, რომ შესაბამისი გეოგრაფიული ბაზარი არის საქართველოს მთელი ტერიტორია.

#### 4.5. მობილური კავშირის საცალო ბაზარზე კონკურენტული პირობების შეფასება მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში

პირველ რიგში უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს მობილურ ბაზარზე არ გვხვდება სამართლებრივი, ადმინისტრაციული თუ მარეგულირებელი შესვლის ბარიერები.

საქართველოში ბაზარზე ოპერირებს სამი მობილური ქსელის ოპერატორი და ერთი ახალი MVNO ოპერატორი. დადგინდა ოპერატორებს შორის კონკურენცია ძალიან ჰგავს სხვა ქვეყნების უმეტესობას, გეოგრაფიული გაფართოებით, თითოეული ოპერატორის მიერ თავდაპირველი ინვესტიციების განხორციელებით, ბაზრის წილების მაქსიმალური გაზრდის მიზნით. ხმოვანი ზარები და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების სერვისები იყო ერთადერთი პროდუქტი, რომელიც ხელმისაწვდომი იყო მობილური ბაზრის საწყის ეტაპებზე და 2G ქსელში განხორციელებული ინვესტიციები სწრაფად განვითარდა, და მიაღწია თითქმის სრულ გეოგრაფიულ დაფარვას. კონკურენციის ეს ადრეული პერიოდი ხასიათდებოდა მაღალი ხარჯებით მასობრივ რეკლამაზე, რომელიც მიზნად ისახავდა შეთავაზებების დიფერენცირებას ზარის წუთებისა და ტექსტური შეტყობინებების საუკეთესო ფასის თვალსაზრისით.

ამჟამად ხელმისაწვდომია დამატებითი სიხშირული სპექტრი ისე, რომ სამივე ოპერატორს აქვს საკმარისი სიმძლავრე, რათა გააგრძელოს გაფართოება და განაახლონ ქსელის ტექნოლოგიები 3G და LTE გამოყენებით. კონკურენტული უპირატესობის აქცენტები შემდეგ ეტაპზე გადავიდა ინტერნეტ სერვისებზე, სადაც ოპერატორები მიზნად ისახავენ შექმნან პაკეტები, რომლებიც საუკეთესოდ ემსახურება მასობრივი ბაზრის ტენდენციებს. როგორც წესი, მობილურ სერვისები წარმოდგენილია ინტერნეტის მოცულობის სხვადასხვა ლიმიტებით (მაგალითად, 3 გბ, 20 გბ, შეუზღუდავი) და სხვადასხვა უფასო შეღავათების სახით ხმოვან ზარებსა და მოკლე ტექსტური შეტყობინებებისთვის. განსხვავებული ტარიფები გამოიყენება საერთაშორისო როუმინგზე და სპეციალიზებულ სერვისებზე, როგორცაა ფულის გადარიცხვა და კრედიტი. საბოლოო მომხმარებლებს შეუძლიათ აირჩიონ პაკეტები იმისდა მიხედვით, თუ როგორ აპირებენ გამოიყენონ მობილური კავშირის სერვისის ინტერნეტის სიჩქარის, მოცემულ პერიოდში გადმოწერილი ინტერნეტის მოცულობის, ხმოვანი ზარებისა და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების მოცულობის თვალსაზრისით.

თითქმის ყველა ფიზიკური პირი მომხმარებელი იყენებს მობილურ სერვისებს წინასწარი გადახდის პირობით. შემდგომი გადახდით სერვისები ხელმისაწვდომია, მაგრამ ძირითადად გამოიყენება იურიდიული პირი მომხმარებლების მიერ. იგივე ტიპის მობილური დაშვების პაკეტები ხელმისაწვდომია სამივე ოპერატორისგან, მცირე განსხვავებებით გარიგების ძირითად სტრუქტურაში, გადახდის მეთოდებსა და

გამოყენების პირობებში. ბაზრის ბოლოდროინდელ განვითარების ეტაპზე, ოპერატორებმა დაიწყეს სპეციალური გარიგებების შეთავაზება მნიშვნელოვნად შეღავათიანი ტარიფებით, შეზღუდული დროის განმავლობაში, რათა მოიზიდონ მომხმარებლები სერვისის სხვა მიმწოდებლებისგან. ეს ძირითადი მობილური კავშირის მასობრივი ბაზრის პაკეტები ფართოდ გამოიყენება როგორც ფიზიკური პირი, ასევე მცირე და საშუალო ზომის იურიდიული პირი მომხმარებლების მიერ. მხოლოდ უფრო კომპლექსური საჭიროებების მქონე, უფრო დიდი ბიზნესების შემთხვევაში, ოპერატორები ახდენენ თავიანთი შეთავაზებების ინდივიდუალურ მორგებას, ხშირად ბიზნეს საჭიროებების საპასუხოდ, ახდენენ მყიდველის შედარებითი პოზიციის გამოყენებას უკეთესი მომსახურების დონისა და დაბალ ფასებზე მოსალაპარაკებლად. ეს სიტუაცია არ ეხება საქართველოში არსებულ მცირე და საშუალო ბიზნესს, რომლებიც, როგორც წესი, სარგებლობენ იგივე მასობრივი ბაზარზე არსებული შეთავაზებებით და აკეთებენ არჩევანს მობილურ ოპერატორებს შორის. ამ მასობრივი ბაზრის მომხმარებელთაგან ბევრი იყენებს კონკურენტული შეთავაზებების არჩევანს მრავალჯერადი შესყიდვით, ანუ ახორციელებენ სერვისების პაკეტების შესყიდვას ერთზე მეტი ოპერატორისგან. ამ გზით, მათ შეუძლიათ ისარგებლონ საუკეთესო მომსახურების პაკეტებით, რომლებიც ხელმისაწვდომია იმ მომენტში და სხვა ოპერატორების პაკეტებზე გადავიდნენ, როდესაც მიაღწევენ მათი ყველაზე ხშირად გამოყენებული ოპერატორის სერვისის გამოყენების ლიმიტს. გავლენა, რომელიც საქართველოს მობილური აბონენტების მიერ ერთდროულად რამდენიმე SIM ბარათის მოხმარებას მოაქვს, არის ის, რომ აღნიშნული შეუძლებელს ხდის მოხდეს საშუალო შემოსავლის შედარება ერთ SIM ბარათზე ევროპულ მონაცემებთან (სადაც აბონენტების უმეტესობა მხოლოდ ერთი SIM-ბარათით სარგებლობს). შესაბამისად, დაბალი ARPU-ს მაჩვენებელი საქართველოსთვის მაინც და მაინც არ ნიშნავს, რომ ქართველი აბონენტები უპირატესი ტარიფებით სარგებლობენ.

საბოლოო მომხმარებლების პერსპექტივიდან, საქართველოში მობილური კავშირის ბაზარი იძლევა გარკვეულ არჩევანს:

- არსებობს სამი მობილური ოპერატორი;
- თითოეული ოპერატორისთვის არსებობს ინტერნეტის, ხმოვანი და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების გამოყენების პაკეტების სპექტრი, რომელიც მოიცავს მასობრივი ბაზრის ძირითად საჭიროებებს;
- მსხვილი ორგანიზაციების უფრო რთული საჭიროებებისთვის, ოპერატორები მზად არიან მოახდინონ თავიანთი შეთავაზებების მორგება ინდივიდუალური მომხმარებლების მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად.

100 მოსახლეზე 156 მობილური მოხმარების ბაზარზე სიმკვრივით, რომლის ფარგლებშიც 111 აბონენტი სარგებლობს ინტერნეტის სერვისებით 100 მოსახლეზე, ცხადია, რომ მომხმარებელთა მნიშვნელოვანი რაოდენობა იყენებს ერთზე მეტი მობილური ოპერატორის მომსახურების პაკეტებს. ამ მომხმარებლებს შეუძლიათ გააკეთონ არჩევანი სხვადასხვა ოპერატორებისგან წარმოდგენილი საუკეთესო მომსახურების პაკეტებს შორის. კონკურენტული არჩევანის ამ მეთოდის გამოყენებისას, როგორც ჩანს, მომხმარებლები დიდად არ სარგებლობენ ნომრების პორტაბელობის დამოუკიდებელი სერვისით.



საქართველოში მოქმედებს ნომრის პორტაბელობის უფასო სერვისი. პორტირებული ნომრების რაოდენობა დიდად არ შეცვლილა 2017 წლიდან (57,000 ნომერი) 2022 დღემდე, როდესაც ამ მაჩვენებელმა 52,000 ნომერი შეადგინა. მსგავსი სტატისტიკური ხასიათი პორტირებული ნომრებისა, მზარდი აბონენტების რაოდენობის ფონზე, გვიჩვენებს, რომ აბონენტები ამჯობინებენ ერთდროულად იყვნენ რამდენიმე ოპერატორის კლიენტები, ნაცვლად იმისა, რომ ერთი SIM ბარათის მოხმარების პირობებში მუდმივად იცვალონ ოპერატორი.

საქართველოში აბონენტების ძალიან მცირე ნაწილი (5.1% 2022 წელს) სარგებლობს შემდგომი გადახდის (post-paid) სერვისით, მაშინ, როცა მსგავსი მონაცემი ევროპულ ქვეყნებში 40%-ს აღწევს. როგორც ჩანს ადგილობრივ ოპერატორებს არ ჰქონიათ სტიმული რომ ბიძგი მიეცათ აბონენტებისთვის გადასულიყვნენ შემდგომი გადახდის კონტრაქტებზე, რომლებისთვისაც საშუალო შემოსავლიანობა როგორც წესი უფრო მაღალია, ხოლო ოპერატორის შეცვლის სიხშირე კი - დაბალი.

როგორც ჩანს, არსებობს განსხვავებები სამ მობილურ ოპერატორს შორის მიწოდებული მობილური სერვისების აღქმულ ხარისხში. მაგალითად, 2022 წელს კომისიის მიერ სელფი მობაილის მიმართ მიღებული საჩივრები 1,1-ჯერ მეტი იყო, ვიდრე შპს „მათიკომის“ და 2,8-ჯერ მეტი, ვიდრე სილქნეტის მიმართ.

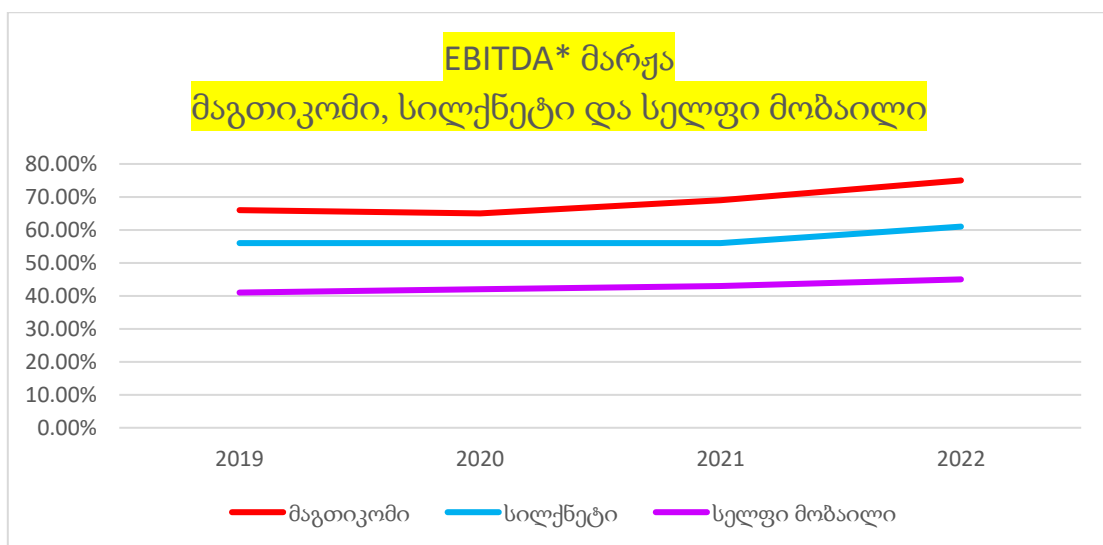
მასობრივი ბაზრის ძალიან ცოტა მომხმარებელი (მათ შორის, ფიზიკური პირი, მცირე და საშუალო ბიზნესის ჩათვლით) სარგებლობს გადახდის შემდგომი სერვისებით, (სადაც არსებობს ჯარიმები ოპერატორების გამოცვლისთვის როგორც წესი, ერთ ან ორწლიან პერიოდამდე). ამიტომ, თითქმის ყველას ურჩევნია წინასწარ გადახდის სერვისის მოქნილი მექანიზმი, რომელიც აბონენტებს საშუალებას აძლევთ შეავსონ ბალანსი მათი საჭიროებიდან გამომდინარე.

აბონენტების მაღალი წილი, რომლებიც იყენებენ სხვადასხვა ოპერატორების SIM ბარათებს, ძლიერ სტიმულს აძლევს მობილური ოპერატორებს, რათა ყურადღება გაამახვილონ მიმზიდველ, სარეკლამო შეთავაზებებზე და დაუთმონ არსებითი რესურსები ბრენდსა და სხვა მარკეტინგულ აქტივობებს.

ამავდროულად, მომხმარებლების მხრიდან ეს ზეწოლა მობილური ოპერატორებს უბიძგებს აქცენტი გააკეთონ მოკლევადიან პერსპექტივაზე, რაც როგორც ჩანს, ამცირებს მობილური ოპერატორების შესაძლებლობას ახალ ტექნოლოგიებში ინვესტირების მიმართულებით – მაგალითად, ქართველმა ოპერატორებმა შედარებით დაგვიანებით (ევროკავშირის ქვეყნებთან შედარებით) დანერგეს 3G და LTE სერვისები და ჯერ კიდევ არ განხორციელებულა მნიშვნელოვანი ნაბიჯები 5G ინვესტიციებისკენ – ან ინფრასტრუქტურის მესამე მხარისთვის გადაცემის და ხარჯების შემცირების სხვა შესაძლებლობების შესწავლისკენ, როგორცაა ერთობლივი საკუთრება და ერთობლივი ინვესტიცია, ინფრასტრუქტურის გაზიარება, საბითუმო შესაძლებლობების გამოყენება, მხოლოდ საკუთარი გადამცემი ინფრასტრუქტურის გამოყენების ნაცვლად.

ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში საქართველოს მობილური ოპერატორების მიერ მთლიანი მობილურ სერვისთან დაკავშირებულმა ინვესტიციებმა მობილური შემოსავლის 23% შეადგინა. ეს მონაცემი მეტწილად ემთხვევა საერთაშორისო სტანდარტს, მაგალითად GSMA-ს 2022 წლის კვლევის მიხედვით<sup>57</sup> სამ ოპერატორიანი მობილური ბაზრები საშუალოდ 20%-23%-იანი ინვესტიციით ხასიათდებიან (შემოსავლების წილი). თუმცა GSMA ასევე აღნიშნავს, რომ მობილური კომპანიების მიერ გამომუშავებული ფულადი ნაკადები (შემოსავლები საპროცენტო, საგადასახადო, ცვეთის და ამორტიზაციის ხარჯამდე, გაყოფილი მთლიან შემოსავლებთან) შეადგენდა 28%-35%-ს (2021), ხოლო ეს მონაცემი საქართველოს ბაზარზე 45%-75% (2022) იყო. აღნიშნული შედეგები გამოხატულია მე-2 და მე-3 დიაგრამებზე.

დიაგრამა 2: EBITDA მარჯა – საქართველოს მობილური ოპერატორები 2019-2022

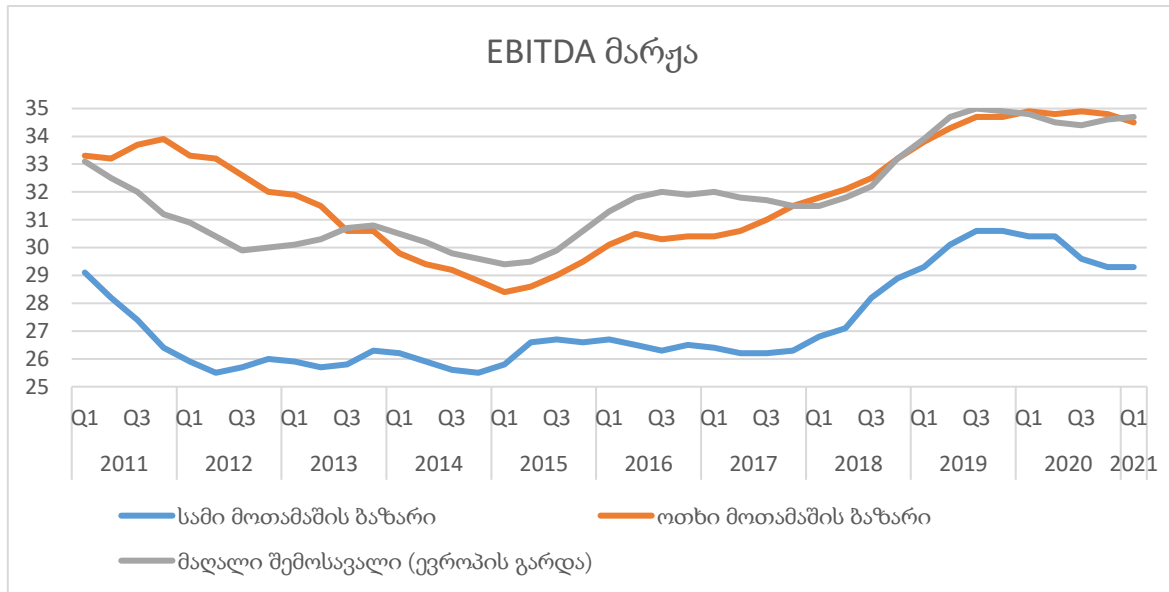


წყარო: ოპერატორების მიერ წარმოდგენილი ანგარიშები

\*შემოსავლები საპროცენტო, საგადასახადო, ცვეთის და ამორტიზაციის ხარჯამდე, გაყოფილი მთლიან შემოსავლებზე

დიაგრამა 3: EBITDA მარჯა - მსოფლიოს მობილური ოპერატორები 2013 – 2021

<sup>57</sup> <https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2022/11/Competition-Dynamics-in-Mobile-Markets.pdf>



*წყარო: GSMA 2022*

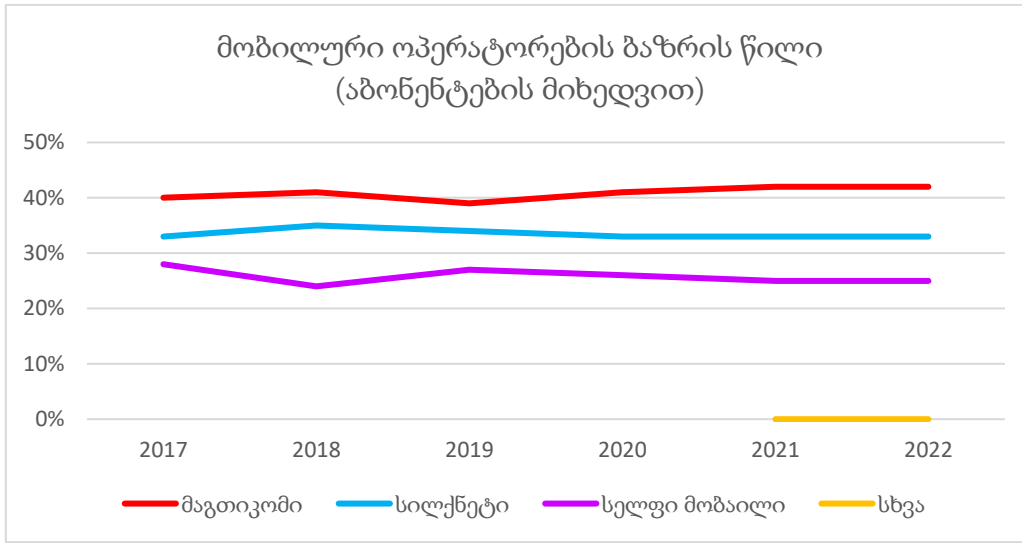
მე-2 და მე-3 დიაგრამა გვიჩვენებს, რომ ქართული მობილური ოპერატორები სარგებლობენ უფრო მაღალი ფულადი მარჯით, ვიდრე მსოფლიოს საშუალო, განსაკუთრებით კი მაგთიკომი, რომლისთვისაც ეს მონაცემი ორჯერ აღემატება მსოფლიოს საშუალოს. ეს დამატებითი ფულადი შემოსავლები შპს „მაგთიკომის“ მიერ არ ინვესტირდება ინფრასტრუქტურაში - ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში ინვესტიციის საშუალო მონაცემმა 21% შეადგინა, რაც მსოფლიოს საშუალო მონაცემის მსგავსი იყო, მიუხედავად შპს „მაგთიკომის“ მნიშვნელოვნად მაღალი ფულადი მარჯისა.

საცალო ტარიფების თვალსაზრისით, ფასის ცვლილება ბოლო პერიოდში განხორციელდა პარალელურად: ერთი ოპერატორის მიერ ფასის ცვლილებას მოჰყვა მეორე ოპერატორის მსგავსი ქმედება, ასევე მსგავსი პროცენტული ცვლილებითაც. (იხილეთ დიაგრამა 13).

შედარებითი ბაზრის წილის თვალსაზრისით, ბოლო წლებში მნიშვნელოვანი ცვლილებები არ განხორციელებულა. მაგთიკომი ინარჩუნებს უპირობო ბაზრის ლიდერის პოზიციას, მობილური აბონენტების 42%-იანი წილით.

მობილური შემოსავალი და აბონენტების რაოდენობა სტაბილური ტემპით იზრდება (იხილეთ დიაგრამა 15 და 21). იმის დასადგენად, ხასიათდება თუ არა ბაზარი ეფექტური კონკურენციით, აუცილებელია ბაზრის წილების განვითარების დინამიკის გაგება და იმის განჭვრეტა, გაგრძელდება თუ არა ეს ტენდენცია მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში. ბაზრის წილების ცვალებადობა შეიძლება იყოს იმის ნიშანი, რომ ბაზარზე არის ეფექტური კონკურენცია, თუ არსებობს დამადასტურებელი ფაქტი იმისა, რომ ბაზრის წილები დამოკიდებული იქნება მომხმარებლების რეალურ არჩევანზე. თუმცა, როგორც მე-4 დიაგრამიდან ჩანს, ბაზრის წილები ბოლო 3-5 წლის განმავლობაში არსებული ოპერატორებისთვის დასტაბილურდა. მიუხედავად იმისა, რომ აბონენტების მთლიანი რაოდენობა 10%-ით არის გაზრდილი 2018 წლიდან, ხოლო შემოსავლები კი 45%-ით, შეფარდებითი ბაზრის წილები არ შეცვლილა (იხილეთ დიაგრამა 4).

დიაგრამა 4: მობილური ოპერატორების ბაზრის წილის განვითარება

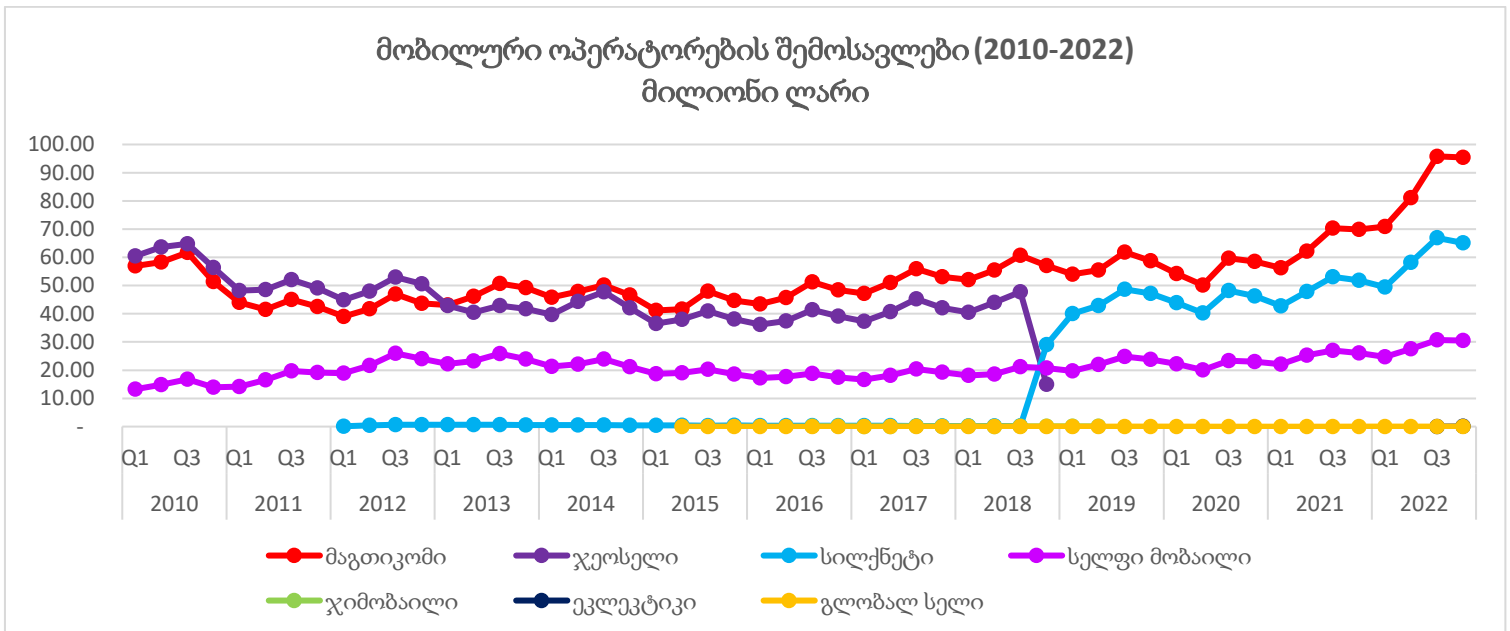


წყარო: კომისია

მიუხედავად სელფი მობაილის მიერ ბაზრისთვის შეთავაზებული შედარებით დაბალი ტარიფებისა, მან ვერ მოახდინა სექტორზე ისეთივე გავლენა, როგორც მისმა კონკურენტებმა.

სამი ოპერატორის შემოსავლების ტენდენციები მეტწილად მისდევს მათ შესაბამის ბაზრის წილებს.

დიაგრამა 5: მობილური ოპერატორების შემოსავლები

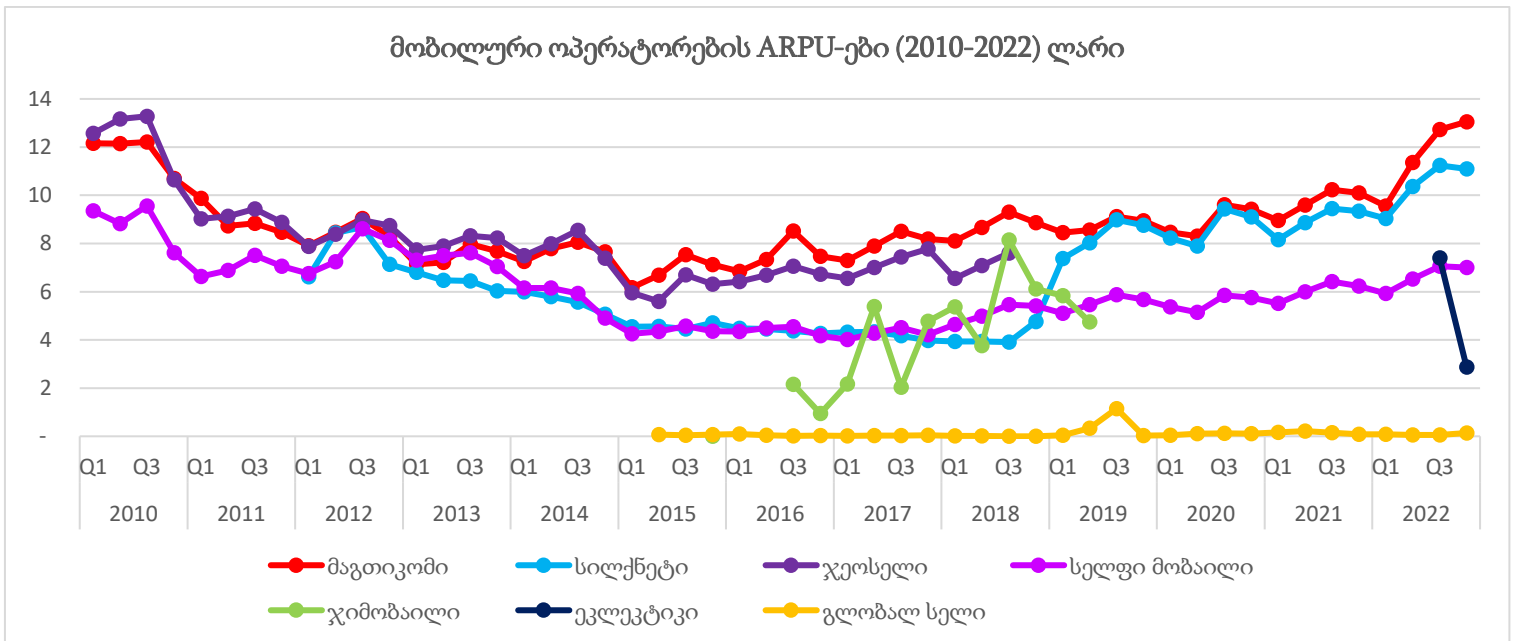


წყარო: კომისია

ბაზრის ლიდერის პოზიცია ვლინდება შპს „მაგთიკომის“ ARPU-ს მაჩვენებლით, ორივე კონკურენტთან შედარების დროს.

მობილური წვდომის საცალო ბაზრის წილების შეფასებისას ჩანს, რომ სელფი მობაილმა ვერ შეძლო მსგავსი გავლენის მოხდენა ბაზარზე, როგორც მისმა კონკურენტებმა და არც მნიშვნელოვანი ახალი შემომსვლელები ყოლია სექტორს (რაც ადასტურებს ბაზარზე შესვლის მაღალი ბარიერების არსებობას). ბაზრის დინამიკაზე დაყრდნობით, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ამჟამად არ არსებობს ეფექტიანი კონკურენცია საცალო ბაზარზე და *ex-ante* რეგულირების გარეშე, ეფექტური კონკურენციის მიღწევა ვერც მომავალში მოხერხდება. აღნიშნულ დასკვნას ხელს მწირი ინვესტიციებიც უწყობს, უახლეს ინოვაციურ ტექნოლოგიებში (5G) მიუხედავად მაღალი ფულადი მარჯებისა (მსოფლიო ტენდენციასთან შედარებით) (კონკრეტულად შპს „მაგთიკომის“ მაგალითზე, რომლისთვისაც მარჯა მსოფლიოს საშუალოს ორჯერ აღემატება).

დიაგრამა ნ: მობილური ოპერატორების ARPU-ები



წყარო: კომისია

კონკურენტული დინამიურობის ამ ნაკლებობის აღმოსაფხვრელად, კომისიამ 2019 წლის 31 დეკემბრის N გ-20-9/156 გადაწყვეტილებით მოითხოვა, სამ მობილურ ოპერატორს გამოექვეყნებინა მოწვევის წინადადება და კონკრეტული ვადების ფარგლებში დაეწყო მოლაპარაკება დაშვების მსურველ MVNO-ებთან შეთანხმებების შესახებ. დასაბუთებულია, რომ ახალი ოპერატორების მხრიდან გაზრდილი კონკურენციის საფრთხე შეძლებს აიძულოს მობილურ ოპერატორებს გადადგან ნაბიჯები ინოვაციებისკენ.

თუმცა, ამ ჩარჩოში, ჩვენ გვჭირდება მომავალზე ორიენტირებული შეფასება „მოდერნიზირებული გრინფილდის მიდგომის“ საფუძველზე, ეს ნიშნავს, რომ შეფასებამ უნდა უგულებელყოს წინასწარი რეგულირება, მაგრამ უნდა გაითვალისწინოს სექტორის სპეციფიკური რეგულირების სხვა ფორმები.

პრაქტიკაში, საკითხავია, კომისიის მოთხოვნის არარსებობის შემთხვევაში, MVNO დაშვების უზრუნველყოფის შესახებ, მობილური ოპერატორები გააგრძელებენ თუ არა ამას და შეიზღუდება თუ არა მომხმარებლის არჩევანი და ინოვაცია კომისიის გადაწყვეტილების

საწინააღმდეგოდ. დაშვების მსურველ MVNO-სა და მობილურ ოპერატორს შორის გაჭიანურებული დისკუსიების და დღემდე დადებული MVNO ხელშეკრულებების შეზღუდული რაოდენობის გათვალისწინებით, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ეს ასე არ იქნება. დადებული ხელშეკრულებები შეიძლება დასრულდეს კიდევ.

ზოგადად და მომავალზე ორიენტირებული პერსპექტივის გათვალისწინებით, მოსალოდნელია მობილური სერვისების ბაზრის უფრო გააქტიურება:

- უფრო მეტი მიდრეკილება ახალ ტექნოლოგიებში ინვესტირებისკენ - ქართველმა ოპერატორებმა შედარებით დაგვიანებით (ევროკავშირის ქვეყნებთან შედარებით) განახორციელეს 3G და LTE სერვისების გაშვება და ჯერ კიდევ არ გადადგმულა მნიშვნელოვანი ნაბიჯები 5G ინვესტიციებისკენ;
- სამომხმარებლო შეთავაზებების მნიშვნელოვნად მეტი პერსონალიზაცია. მიუხედავად იმისა, რომ პერსონალიზაცია გვხვდება მსხვილი ბიზნესის/სამთავრობო სეგმენტში, ის არ ვრცელდება საშუალო ბიზნეს სექტორზე და შემდგომ მცირე ბიზნესზე და ფიზიკური პირების მასობრივ ბაზრებზე. ბიზნესზე მორგებულ პაკეტებში ინოვაციების სახეები მოიცავს თანამშრომლებს შორის ინტერნეტის მოხმარების მოცულობისა და ზარის ლიმიტების გაზიარებას, 24-საათიან მხარდაჭერას, ერთი საკონტაქტო წერტილისა და ანგარიშის მართვას, ონლაინ შეკვეთას, ბილინგსა და გადახდას;
- მოსალოდნელია, რომ ბაზარზე დამკვიდრებული მობილური ოპერატორი შეისწავლის შესაძლებლობებს გამოიყენოს თავისი ქსელის სიმძლავრე საბითუმო სერვისებისთვის MVNO-ებთან გარიგებების გაფორმების გზით. ასეთი საბითუმო გარიგებები აძლევს მობილურ ოპერატორს დამატებით შესაძლებლობებს გაზარდოს მისი საერთო ეფექტურობა, მაგალითად, დამატებითი ტრაფიკის გენერირებით მის არსებულ ქსელში დაბალი ზღვრული დანახარჯით და გაყიდვის ნულოვანი ღირებულებით;
- მობილური ოპერატორებს ექნებათ უფრო დიდი მოტივაცია, შეამცირონ მიწოდების ერთეულის ღირებულება. ევროკავშირის ბევრ ქვეყანაში ოპერატორებმა გამოიკვლიეს ინფრასტრუქტურის „ბალანსს გარეთ გატანა“ (მაგალითად გადამცემი ხაზების მესამე მხარისთვის გადაცემა) და ხარჯების შემცირების სხვა შესაძლებლობები, როგორცაა ერთობლივი საკუთრება და ერთობლივი ინვესტიცია, ინფრასტრუქტურის გაზიარება, საბითუმო შესაძლებლობების გამოყენება ნაცვლად მხოლოდ საკუთარი ინფრასტრუქტურის გამოყენებისა,
- მეტი კრეატიულობა და ინოვაცია მარკეტინგსა და გაყიდვებში – ანგარიშის მენეჯერების გამოყენება მომხმარებელთან კონტაქტის დასამყარებლად (გაყიდვის, მხარდაჭერისა და ბილინგის აქტივობების პროცესში) ისე, რომ კლიენტებს ჰქონდეთ ერთი კონტაქტი ოპერატორთან ყველა სახის ურთიერთობისთვის. სხვა ეფექტური მარკეტინგული სტრატეგიები, რომლებიც აქამდე ნაკლებად გამოიყენება საქართველოში, მოიცავს კომუნიკაციებისა და შეთავაზებების მიზნობრიობას (მაგალითად, ტექსტური შეტყობინებების გამოყენებით) მომხმარებლის მოხმარების შაბლონებზე დაყრდნობით;



- მომხმარებელთან კონტაქტის გადაწყობა, რათა მომხმარებელთან უზრუნველყოფა სრულად ონლაინ ურთიერთობა. ზოგადად, საქართველოში შესაძლებელია მობილური სერვისის გადასახადების ონლაინ გადახდა და მომხმარებელს შეუძლია ოპერატორთან დარეკვა შეთავაზებებისა და სერვისის პრობლემების განსახილველად. მაგრამ ძნელი გასაგებია, რატომ უწევს ქართველ მომხმარებელს ჯერ კიდევ ფიზიკურად ოპერატორის შენობაში მისვლა აბონენტად დარეგისტრირების მიზნით. ევროკავშირის უმეტეს ქვეყნებში, გარკვეული პერიოდის განმავლობაში, განვითარდა ტენდენცია რომელიც ითვალისწინებდა ყველა მომხმარებლისთვის ურთიერთობის ონლაინ რეჟიმის შეთავაზებას. ეს ნიშნავს, რაიმე ფიზიკური მოწყობილობის (მათ შორის SIM ბარათები) მიღება, მომხმარებლისთვის შესაძლებელი იქნებოდა მიტანის სერვისით, რომელსაც ჩვეულებრივად მიიღებდა მეორე დღეს.
- მომავალზე ორიენტირებული მობილური ოპერატორის კონკურენტუნარიანი სტრატეგიები უნდა ამზადებდეს გზას ბაზარზე ინოვაციების შემდეგი ტალღისთვის, რომელიც სავარაუდოდ გავრცელდება 5G მობილური ტექნოლოგიის დანერგვის საშუალებით. ვერტიკალური ინდუსტრიის სეგმენტებმა (როგორცაა ჯანდაცვა, სოფლის მეურნეობა, მიწოდების ჯაჭვის დისტრიბუცია, წარმოება) შეიძლება მნიშვნელოვნად ისარგებლონ მობილურ ოპერატორებთან პარტნიორობით და ჩაერთონ ინვესტიციების, რისკებისა და სარგებლის გაზიარების მიმართულელებით 5G და IoT ჩართულ სამყაროში.

მთლიანად, შედარებითი სტაგნაცია ბაზრის წილებისა, რასაც ემატება სელფი მობაილის მწირი პროგრესი ბაზრის წილის ზრდასთან დაკავშირებით, ინვესტიციებისა და ინოვაციების სიმწირე არსებული ოპერატორებისგან და მნიშვნელოვანი ახალ-შემოსვლელების არარსებობა, გვამღევეს საფუძველს დავასკვნათ, რომ მობილური საცალო ბაზარი არ არის საკმარისად კონკურენტუნარიანი. ამ მიზეზით, აუცილებელია შესწავლილი იქნას საბითუმო ბაზარი, რომელზეც მარეგულირებელი ჩარევა შესაძლებელს გახდის საცალო ბაზარზე გამოვლენილი კონკურენციის პრობლემის აღმოფხვრას.

#### 4.6. გავლენა მომხმარებლებზე

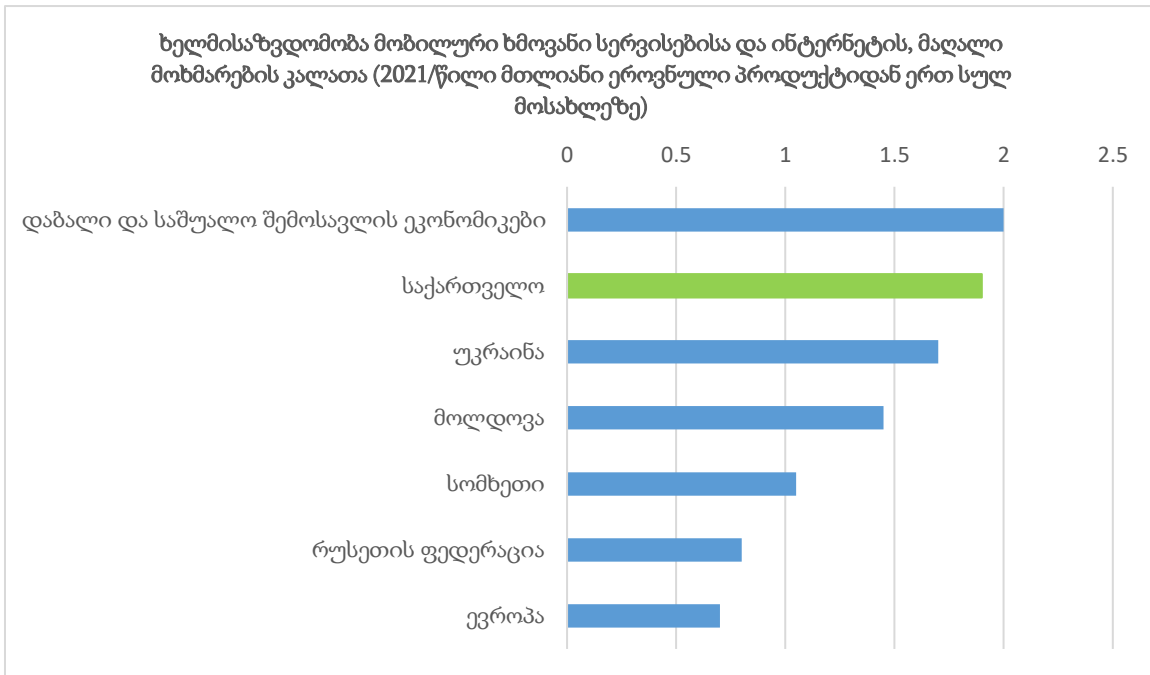
მობილური საცალო წვდომის ბაზარზე კონკურენციის სიმწირე მოსალოდნელია გამოიხატოს მომხმარებლებისთვის მიყენებულ ზიანში. მაგალითად, კომისიის მიერ 2023 წელს ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ულიმიტო ზარებს პლიუს 20 გბ ინტერნეტის ყველაზე დაბალ-ფასიანი პაკეტი ევროპის საშუალოსთან შედარებით ერთ-ერთი ყველაზე ძვირი იყო (მე-18 ადგილი) უფრო მოკრძალებული პაკეტისთვის: 100 წუთი ხმოვანი სერვისი და 2 გბ ინტერნეტი, საქართველო შედარებულ ქვეყნებში საშუალო ადგილზე გავიდა.

ტარიფების შედარებით მაღალი დონე ასევე განხილულია ფინანსური მდგომარეობის შეჯამებაში (იხილეთ თავი 6.2.11). საქართველოს სამივე მობილურ ოპერატორს სრული EBITDA მარჟა 35%-ზე მაღალი აქვთ, მაგთიკომისთვის ეს მონაცემი (75% - 2022 წელს) მნიშვნელოვნად აღემატება სილქნეტის და სელფი მობაილის მაჩვენებლებს (61% და 45%

**შესაბამისად).** ეს მაჩვენებლები მნიშვნელოვნად განსხვავდება მსოფლიოს საშუალო მონაცემებისგან, სადაც EBITDA მარჯა 28.5%-დან 35%-ამდე მერყეობს, 2011-დან 2021 წლის პერიოდისთვის<sup>58</sup>.

მეორე საკითხია, შპს „მაგთიკომის“ შესაძლებლობა გაზარდოს ფასები იმაზე მაღლა, ვიდრე ეს შესაძლებელი იქნებოდა სრულად კონკურენტულ ბაზარზე (სადაც მაგთიკომს არ ექნებოდა საშუალება ემოქმედა კონკურენტებისგან დამოუკიდებლად). მობილური სერვისების ხელმისაწვდომობა საქართველოსა და სხვა ქვეყნებში მოცემულია მე-7 დიაგრამაზე:

დიაგრამა 7: მობილური მომსახურებების ხელმისაწვდომობა საქართველოსა და სხვა ქვეყნებში



წყარო: ITU

ეს შედარება გვაჩვენებს, რომ თანაბარ პირობებში (წილი მთლიან ეროვნულ პროდუქტში ერთ სულ მოსახლეზე) საქართველოს აქვს უფრო დაბალი ხელმისაწვდომობა ვიდრე მეზობელ ქვეყნებს (აღმოსავლეთის პარტნიორ ქვეყნებს დამატებული რუსეთი) და გაცილებით დაბალი ხელმისაწვდომობა ვიდრე ევროპულ ეკონომიკებს. ეს ნიშნავს, რომ ამჟამად მომხმარებლები საქართველოში უფრო მეტს იხდიან მობილური სერვისებისთვის ვიდრე მსოფლიოს სხვა ქვეყნებში. (ამ შემთხვევაში კალათა შედგება მაღალი მოხმარების

<sup>58</sup><https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2022/11/Competition-Dynamics-in-Mobile-Markets.pdf>

მობილური ოპერატორის ფინანსური ანგარიშგებიდან (2022) აღებული კონკრეტული მაგალითებია BT: 32%, Deutsche Telekom: 36%, Hrvatska Telekom: 38%, Proximus (ბელგია): 30%, Telekom Slovenia: 35%.

ხმოვანი და ინტერნეტის პაკეტისგან<sup>59</sup>) სხვა ნაჩვენებ ქვეყნებში, განსაკუთრებით კი ევროპაში, კონკურენცია მეტად განვითარებულია რაც შესაბამისად ბაზარზე დაბალ საცალო ტარიფებს იწვევს. აღნიშნული კიდევ ერთხელ ადასტურებს ქართული არაკონკურენტული ბაზრის მიერ გამოწვეულ მომხმარებლების ზიანს.

შედარებითი განსხვავება EBITDA მარჟებში და შედარებით დაბალი ხელმისაწვდომობა მობილურ სერვისებში აჩვენებს, რომ ზიანი გამოწვეულია მნიშვნელოვანი ძალაუფლების მქონე ოპერატორის უნარისგან იმოქმედოს კონკურენტებისა და მომხმარებლებისგან დამოუკიდებლად. ეს პოტენციური ზიანი გამოჩნდა 2021 წელს, როდესაც ხმოვანი ტარიფები მაგთიკომმა მნიშვნელოვნად გაზარდა. ეს მოხდა იმის ფონზე, რომ კონკურენტ სილქნეტს ჰქონდა ყველაზე დაბალი ტარიფები ხმოვან სერვისებზე. შედეგად, 2022 წლის განმავლობაში შპს „მაგთიკომის“ შემოსავლები ხმოვანი სერვისებიდან გაიზარდა 10.1%-ით, მაშინ, როდესაც მომხმარებლების რაოდენობა შემცირდა 2.1%-ით, ხოლო ტრაფიკი 10.2%-ით - 2021 წელთან შედარებით. აღნიშნული მომხმარებლების და ტრაფიკის შემცირება აისახებოდა მაგთიკომისთვის დანახარჯების შემცირებაში, 2022 წლის განმავლობაში შემოსავლის ზრდის პარალელურად. ამან შედეგად მოიტანა კიდევ უფრო მაღალი EBITDA მარჟა მაგთიკომისთვის და კიდევ უფრო ნაკლებად ხელმისაწვდომი მობილური სერვისები საქართველოსთვის.

## 5. მობილური მომსახურების ბაზრის საბითუმო დაშვების ანალიზი

მობილურ ქსელებზე საბითუმო დაშვება ფუნდამენტურია საცალო მობილური წვდომის სერვისების უზრუნველსაყოფად, რომლებიც განისაზღვრა 4.4 თავში, როგორც „...მობილურ ქსელებზე ფიზიკური პირი (mass market) და იურიდიული პირი აბონენტების წვდომის ქსელზე, რომელიც აბონენტებს სთავაზობს ხმოვანი სერვისებით, მოკლე ტექსტური შეტყობინებებითა და ინტერნეტით სარგებლობას, ასევე საერთაშორისო როუმინგის სერვისს, მიუხედავად გამოყენებული ტექნოლოგიისა (2G, 3G და LTE), რომლითაც ოპერატორები ბაზარს თავიანთ პროდუქტს აწვდიან, იქნება ეს ცალკეულად, თუ ერთ პაკეტში გაერთიანებულად“.

მაშინ როდესაც, მობილური ოპერატორები აკონტროლებენ მთელ ინფრასტრუქტურას, რომელიც აუცილებელია საცალო მობილური ქსელის სერვისების შეთავაზებისთვის, სხვა ოპერატორები დამოკიდებული არიან მობილურ ქსელებზე დაშვებაზე საბითუმო დონეზე,

---

<sup>59</sup> მობილური ინტერნეტისა და ხმის მაღალი მოხმარების კალათა ეფუძნება ყოველთვიურ გამოყენებას მინიმუმ 140 ხმოვანი წუთის, 70 SMS-ისა და 1,5 გბ მონაცემების მინიმუმ 3G ტექნოლოგიის გამოყენებით. 2021 წლიდან, კალათაში დაფუძნებულია მინიმუმ 140 ხმოვანი წუთის, 70 SMS და 2 GB მონაცემის ყოველთვიური გამოყენება მინიმუმ 3G ტექნოლოგიის გამოყენებით.

რათა შეძლონ საცალო სერვისების შეთავაზება. არსებობს მობილურ ქსელებზე დაშვების სხვადასხვა საშუალება, რომლებიც გამოიყენება სატელეკომუნიკაციო ბაზრებზე საბითუმო დონეზე. საბითუმო დაშვების სხვადასხვა ტიპები, რომელთა გამოყენება სურს დაშვების მსურველს, ზოგადად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად სურს მას განახორციელოს კონტროლი საკუთარ ინფრასტრუქტურაზე. ზოგადად შეიძლება განისაზღვროს დაშვების შემდეგი სხვადასხვა ტიპები:

1. **ეროვნული როუმინგი.** ამ ტიპის დაშვება რელევანტურია ოპერატორებისთვის, რომლებსაც აქვთ საკუთარი სიხშირული რესურსები, გაავრცელებს დაფარვა ცალკეულ რაიონებში, მაგრამ უნდათ ჰქონდეთ მობილურ ქსელებზე დაშვება იმ ადგილებში, სადაც მათ თავად არ აქვთ რადიო სიხშირული დაფარვა. საქართველოს ბაზარზე არ არსებობს იმის ნიშნები, რომ ოპერატორები სარგებლობენ ეროვნული როუმინგით.
2. **MVNO დაშვება.** MVNO-ს საკუთარი ინფრასტრუქტურის მასშტაბი შეიძლება განსხვავდებოდეს, დაწყებული ოპერატორებისგან, რომლებსაც საერთოდ არ გააჩნიათ ინფრასტრუქტურა („მსუბუქი MVNO“), სრული ინფრასტრუქტურის მფლობელ ოპერატორებამდე, მათ შორის საკუთარი ძირითადი ქსელი და სატელეფონო სერვისების სხვა პროვაიდერებთან ურთიერთჩართვის კონტროლი, მაგრამ არა სიხშირული სპექტრის რესურსები („სრული MVNO“). საქართველოში ახლახან გამოჩნდა ბაზარზე ახალი პროვაიდერი, რომელიც იყენებს MVNO დაშვებას. ბაზარზე ამ ახალ პროვაიდერს ამჟამად არ გააჩნია საკუთარი ძირითადი ქსელის ინფრასტრუქტურა.
3. **თანალოკაცია.** დაშვების ეს ფორმა გულისხმობს, რომ მობილური სერვისების პროვაიდერს შეუძლია განათავსოს თავისი გადამრთველი, გადამცემი აპარატურა და მობილური საბაზო სადგურის გადამცემი აპარატურა სხვა ოპერატორის საკუთრებაში არსებულ ობიექტებზე. საქართველოში ამჟამად არ არის ფართოდ გავრცელებული თანალოკაციის გამოყენება მობილურ სექტორში.
4. **საერთაშორისო როუმინგი.** საერთაშორისო როუმინგი შედის ქართული მობილური საცალო სერვისების შემადგენლობაში. საბითუმო დონეზე, უცხოურმა ქსელის ოპერატორებმა შეიძლება მოითხოვონ საერთაშორისო როუმინგი. ევროკავშირის გამოცდილებამ აჩვენა, რომ როუმინგის საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენციის პრობლემების მოგვარება ეროვნულ დონეზე შეუძლებელია.

მობილური ბაზრის საბითუმო დონეზე განსაზღვრისას აუცილებელია შეფასდეს, თუ რომელი ტიპის დაშვება (ზემოთ მოყვანილი სიიდან) არის შესაბამისი ბაზრის ნაწილი. დაშვების ეს სხვადასხვა ტიპები ასახავს განსხვავებულ მოთხოვნებს და საჭიროებს სხვადასხვა ტექნიკურ გადაწყვეტებს, რაც მიუთითებს იმაზე, რომ დაშვების სხვადასხვა ტიპები არ არის ერთმანეთის სრული ჩამნაცვლებელი. მაგალითად, MVNO დაშვება გულისხმობს, რომ დაშვების მსურველს გარკვეულწილად აქვს საკუთარი სისტემები. ეროვნულ როუმინგზე დაშვება მოითხოვს, რომ დაშვების მსურველს ჰქონდეს საკუთარი სიხშირული რესურსი. როგორც წესი, ეროვნული როუმინგული დაშვების მსურველს აქვს საკუთარი სიხშირული სპექტრი, მაგრამ იყენებს მას მხოლოდ შეზღუდულ გეოგრაფიულ

დაფარვის ზონაში. იმ შემთხვევაში, როდესაც ოპერატორს არ გააჩნია სიხშირული სპექტრი, დაშვების მსურველი მოითხოვს MVNO საბითუმო დაშვებას.

მობილური სერვისების შეთავაზება საცალო დონეზე მოითხოვს იგივე თვითღირებულებაში შემავალ ფაქტორებს საცალო დონეზე, მაგრამ განსხვავებები სახეზეა საბითუმო დონეზე, იმ თვალსაზრისით, თუ როგორ აკონტროლებს დაშვების მსურველი თვითღირებულებაში შემავალ ფაქტორებს<sup>60</sup>. საბოლოო მომხმარებლებისთვის შეთავაზებული სერვისი ასევე იგივეა (მობილური ხმოვანი სერვისები, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები, ინტერნეტი და საერთაშორისო როუმინგი) საბითუმო დაშვების ტიპის მიუხედავად, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საბითუმო დაშვების სხვადასხვა ტიპები ერთი და იმავე შესაბამისი საბითუმო ბაზრის ნაწილია.

ახალ ოპერატორებს, რომელთაც სურთ შევიდნენ ბაზარზე და შესთავაზონ მსურველებს მობილური წვდომის სერვისები საცალო დონეზე, ხშირად სურთ ინვესტიციის განხორციელება ეტაპობრივად ("საინვესტიციო კიბე"). მაგალითად, „მეორე ბრენდის MVNO“-ს (როგორც განსაზღვრულია დიაგრამა 8-ზე) თავიდანვე არ აქვს ძირითადი ინფრასტრუქტურა, მაგრამ შეიძლება მოისურვოს გადართვის, გადაცემის და ურთიერთჩართვის საკუთარი ქსელის ეტაპობრივად შექმნა. ბაზრის ნებისმიერმა რეგულაციამ უნდა დაუშვას ეს შესაძლებლობა, რადგან ეფექტიანი საბაზრო კონკურენციის დონე შეიძლება გაიზარდოს, რამეთუ ასეთ შემთხვევაში მოთამაშეები ფლობენ მეტ კონტროლს თვითღირებულებაში შემავალ ფაქტორებზე, რომლებიც განსაზღვრავენ მათი საცალო მობილური სერვისების მიმზიდველობას. ამის საფუძველზე მიჩნეულია, რომ იმისათვის, რათა მობილური ოპერატორებისთვის შეიქმნას რეალური შესაძლებლობა გამოიყენონ, გააკონტროლონ საკუთარი საცალო სერვისების განვითარება, ყველა სახის საბითუმო დაშვება (ეროვნული და საერთაშორისო როუმინგი, MVNO და თანალოკაცია) ექცევა იმავე შესაბამის ბაზარში.

შესაბამისი მობილური საცალო ბაზარი მოიცავს დაშვებას მობილური ტექნოლოგიების (2G, 3G და LTE) სრულ სპექტრზე, რომლებიც ამჟამად წარმოდგენილია ქართულ ქსელებში. ინტერნეტის სიჩქარის თვალსაზრისით, საცალო ბაზრის განმარტება არ ადგენს რაიმე შეზღუდვას, ამიტომ შესაბამისი საბითუმო ბაზარი ასევე უნდა მოიცავდეს უფრო მაღალ სიჩქარეებს, რაც შეიძლება მიღწეული იყოს ამ ბაზრის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში. როგორც საცალო მობილური წვდომის ბაზრის დეფინიციაში განიმარტა, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ საცალო სერვისები ხელმისაწვდომი იქნება 5G ტექნოლოგიების გამოყენებით ქართულ ბაზარზე მომდევნო 3 წლის განმავლობაში. მობილური საბითუმო დაშვების შესაბამისი ბაზრის განმარტება ასევე უნდა მოიცავდეს დაშვებას 5G ტექნოლოგიის ქსელებზე, როდესაც ის ხელმისაწვდომი გახდება. ეს მოხდება იმ შემთხვევაში, თუ დაშვების მსურველი მოითხოვს 5G ტექნოლოგიას ქსელში ნებისმიერი დამატებითი ტრაფიკის მოთხოვნის უზრუნველსაყოფად, ან საბოლოო მომხმარებლებისთვის 5G-ზე ჩართული ნებისმიერი ახალი სერვისის მისაწოდებლად (მაგალითად, IoT).

<sup>60</sup> <https://blog.3g4g.co.uk/2014/04/mno-mvno-mvna-mvne-different-types-of.html>

იმ შემთხვევისთვის, როდესაც საბითუმო პროდუქტი გამოიყენება ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორის მიერ საკუთარი საცალო სერვისის მიწოდების უზრუნველყოფის მიზნით, უნდა აღინიშნოს, რომ ევროკავშირის შესაბამისი რეკომენდაციებისა და განმარტებითი შენიშვნების მიხედვით<sup>61</sup>, ევროპული მარეგულირებლები ითვალისწინებენ მსგავს თვითმომსახურებას, როგორც ბაზრის განმარტებებში, ასევე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასებისას.

საქართველოში საბითუმო მობილური დაშვების ბაზარი ძალიან დაბალ დონეზეა. MVNO საცალო ბაზრის ახლად შემოსული პროვაიდერი ჯერ კიდევ განვითარების ძალიან ადრეულ ეტაპზეა, არ აქვს საკუთარი ძირითადი ინფრასტრუქტურა, ამიტომ იგი ფართოდ ეყრდნობა თავისი მასპინძელი ქსელის შესაძლებლობებს. ჯერ კიდევ გასარკვევია, განვითარდება თუ არა საბითუმო ბაზარზე MVNO დაშვების ფორმა საქართველოში, როგორც ეს ბევრ სხვა ქვეყანაშია.

## 5.1. მოთხოვნის მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზი

### მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორის დაშვება

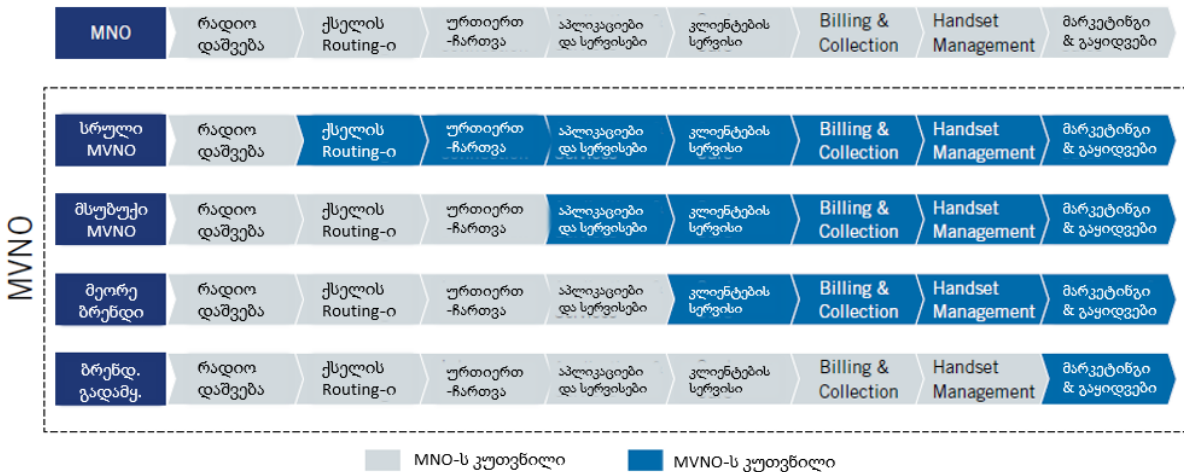
ამ ჩანაცვლებადობის ანალიზის მიზნებისათვის, შეიძლება ჩაითვალოს, რომ მოწვევის წინადადება განისაზღვრება, როგორც MVNO დაშვება (ეს სერვისი ერთადერთია, რომელიც ამჟამად გამოიყენება საქართველოში, თუმცა ძალიან შეზღუდულ საფუძველზე). ამ საბითუმო შემთხვევაში, დაშვების მსურველი არის ცალკეული სუბიექტი, განსხვავებული ე.წ. მასპინძელი ოპერატორისგან.

დაშვების ეს ფორმა გამოიყენება იმისთვის, რომ ბაზარზე ახალ შემომსვლელს საშუალება მისცეს შექმნას ეროვნული საცალო მობილური ქსელის სერვისი ეროვნული ქსელის ინფრასტრუქტურის შექმნის მაღალი დანახარჯების გაწევის გარეშე. ახალ MVNO-ს, შესაძლებლობა უნდა ჰქონდეს გადაწყვიტოს საკუთარი განვითარების გზა და ბიზნეს მოდელი საკუთარ ქსელურ ინფრასტრუქტურაში ინვესტიციით. MNVO-ს ტიპები, რომლებიც ზოგადად განსაზღვრულია (იხ. დიაგრამა 76), რათა ასახავდეს რამდენად აკონტროლებს MVNO საკუთარ ოპერაციებს და შესაბამისად, რამდენად შეუძლია განასხვავოს თავისი საცალო სერვისები მობილური დაშვების კონკურენტულ ბაზარზე.

*დიაგრამა 8: MVNO-ების კლასიფიკაცია*

<sup>61</sup> კომისიის განმარტებითი ჩანაწერის 3.3 თავი 23, 2014 წლის 9 ოქტომბრის რეკომენდაცია და BEREC-ის 2010 წლის მარტის ანგარიში. BEREC-ის ანგარიში უპირველეს ყოვლისა განიხილავს მარეგულირებლების მიერ თვითმომსახურების დამოკიდებულებას ფართოზოლოვანი ხელმისაწვდომობის საბითუმო ბაზარზე (ბაზრობა 5), მაგრამ ასევე მკურნალობს თვითმომსახურების სხვა ბაზრებზე.





MVNO-ს ბიზნეს მოდელების ვარიანტები

წყარო: <https://blog.3g4g.co.uk/2014/04/mno-mvno-mvna-mvne-different-types-of.html>

დიაგრამაზე, ყველა ტიპის MVNO-ს ბიზნეს მოდელს აქვს საკუთარი მარკეტინგისა და გაყიდვების ფუნქციები მომხმარებლებთან წარდგენისთვის, რომლებიც იყენებენ იმავე ბრენდს, რომელსაც მათი მასპინძელი მობილური ოპერატორი. ამ მარტივი „ბრენდირებული გადაწყვეტილი“ მოდელიდან „მეორე ბრენდის“ MVNO-ზე გადასვლა (სადაც საკუთარი ბრენდი გამოიყენება ბაზარზე არსებული მობილური ბრენდებისგან განსხვავებული არჩევანის უზრუნველსაყოფად) საჭიროებს ინვესტიციას მომხმარებლებზე ზრუნვის, ბილინგისა და ანგარიშის მართვის ფუნქციებში. „მსუბუქი MVNO“-ს დამატებით ექნება საკუთარი აპლიკაციები და სერვისები, რათა დიფერენცირება მოახდინოს თავისი საცალო მობილური დაშვების სერვისებში.

როგორც განვითარების საბოლოო ვარიანტი, MVNO-ს შეუძლია ინვესტირება მოახდინოს საკუთარი ქსელის ინფრასტრუქტურის ზოგიერთ ელემენტში, მაგალითად, სხვა (ფიქსირებული და მობილური) ოპერატორებთან ურთიერთჩართვის წერტილების და ქსელის გადამრთველების ჩამოყალიბების მიმართულებით. ზემოაღნიშნულ დიაგრამაში მობილური ოპერატორი რადიო დაშვების ქსელით არის დაყოფილი, მაგრამ ასევე არსებობს შუალედური კატეგორია „სრული MVNO“-სა და მობილურ ოპერატორს შორის, რომლის მიხედვითაც MVNO იძენს სიხშირული სპექტრის რესურსებს მისი ქსელის დაფარვის ნაწილისთვის და რჩება მის მასპინძელ მობილურ ოპერატორთან (ან იყენებს ეროვნულ როუმინგს) დაფარვის სხვა მოთხოვნებისთვის.

MVNO-ების არსებობა მობილური დაშვების ბაზარზე უზრუნველყოფს კონკურენციის ზრდას საცალო დონეზე. მობილური ქსელის ოპერატორების მიერ მობილურზე დაშვების სერვისების ფასების მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ზრდა, სავარაუდოდ, გამოიწვევს კლიენტების MVNO სერვისებზე გადასვლას.

პირველი MVNO (ეკლექტიკი, ბრენდირებული სახელით „ჰალო“) ქართულ ბაზარზე 2022 წელს შემოვიდა. მის მიერ შეთავაზებული საცალო სერვისი ფუნქციურად იგივეა, რაც

არსებული მობილური ოპერატორების მიერ შემოთავაზებული არსებული საცალო სერვისები (მობილური ხმოვანი სერვისები, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები და ინტერნეტი) ეს შესაძლებელია, რადგან ეკლექტიკის მობილური დაშვების სერვისს მასპინძლობს სილქნეტი საკუთარ ქსელში, რომელიც წარმოადგენს სიდიდით მეორე ქართულ მობილურ ოპერატორს. ეკლექტიკის ბაზარზე შესვლის დანახარჯები შემოიფარგლებოდა მხოლოდ გაყიდვების, ბილინგის და მომხმარებელთა მხარდაჭერის სტრუქტურის ჩამოყალიბებით და ასევე მნიშვნელოვანია აღნიშნოს, რომ ეს დანახარჯები ძალიან დაბალია ქვეყნის მასშტაბის გეოგრაფიული დაფარვის მქონე მობილური ქსელის ინფრასტრუქტურის შექმნის დანახარჯებთან შედარებით. ეკლექტიკი შეიძლება კლასიფიცირდეს, როგორც "მეორე ბრენდის MVNO".

### ეროვნული როუმინგის სერვისის ჩანაცვლებადობა საბითუმო MVNO დაშვებით

საბითუმო მობილური დაშვების გამოყენება ეროვნულ როუმინგზე დაშვების მყიდველს საშუალებას აძლევს მოემსახუროს საკუთარ მობილურ აბონენტებს საკუთარი ქსელის გეოგრაფიული დაფარვის მიღმა. ეს ეროვნული როუმინგული სერვისი შეიძლება იყოს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ბაზარზე ნებისმიერი ახალი შემომსვლელისთვის რომელიც იწყებს ინფრასტრუქტურასთან დაკავშირებული ინვესტიციების განხორციელებას შეზღუდულ ადგილებში, სანამ გარკვეული პერიოდის განმავლობაში სასურველ ეროვნულ დაფარვას მიაღწევდეს.

ეროვნული როუმინგი საქართველოში არ გამოიყენებოდა. სიხშირული სპექტრის რესურსების მინიჭებამ მობილური ოპერატორების მიერ გამოსაყენებლად ყველა ოპერატორს დაფარვის ეროვნული ვალდებულებები დააკისრა განსაზღვრულ ვადებში. სპექტრის რესურსების მქონე სამმა ოპერატორმა ჩადო ინვესტიცია ეროვნული დაფარვის უზრუნველსაყოფად და ამტკიცებს, რომ არ არის საჭირო ეროვნული როუმინგის განხორციელება. მომავალზე ორიენტირებულ ანალიზის პირობებში, ყოველთვის უნდა არსებობდეს შესაძლებლობა, რომ ბაზარზე ახალმა მოთამაშემ, საკუთარი სიხშირული სპექტრის რესურსებით, ან მის გარეშე, შეძლოს ბაზრებზე შესვლა.

MVNO შეიძლება შეეცადოს შეცვალოს MVNO დაშვების საბითუმო მიმწოდებლისგან მიღებული მისი ზოგიერთი საბითუმო საშუალებების (Inputs) ნაწილი, ეროვნული როუმინგული გადაწყვეტილებით. მიმწოდებლის საბითუმო MVNO დაშვების გადასახადის მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანმა ზრდამ შეიძლება წახალისოს MVNO დაშვების მყიდველი გადავიდეს ეროვნულ როუმინგზე, რათა შესთავაზოს ბაზარს ექვივალენტური საცალო მომსახურება. MVNO-მ, ეროვნულ როუმინგზე გადასვლამდე, ზოგადად უნდა მოიპოვოს უფლებები სიხშირულ სპექტრზე და ჰქონდეს თავისი რადიო დაშვების ქსელის სულ მცირე ნაწილი. ეს გზა, სადაც საბითუმო დაშვების ორივე ფორმა გამოიყენება, MVNO-ს აძლევს განვითარების, წინსვლის საშუალებას, რათა მოიპოვოს მეტი კონტროლი საკუთარ სერვისებზე.

მიჩნეულია, რომ ეროვნული როუმინგი არის MVNO საბითუმო დაშვების მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი და ამიტომ აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ ეროვნული

როუმინგი არის იმავე შესაბამისი ბაზრის ნაწილი, რომელზეც საბითუმო მობილური კავშირია წარმოდგენილი.

### თანალოკაციის სერვისის და MVNO დაშვების სერვისის ურთიერთ ჩანაცვლებადობის ანალიზი

ითვლება, რომ თანალოკაცია არის დაშვების ფორმა, რომელიც ბუნებრივად მიეკუთვნება საბითუმო მობილურ ქსელში დაშვების ბაზარს. არსებულ ადგილებში თანალოკაციის ხელმისაწვდომობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ბაზარზე ახალ-შემომსვლელი სუბიექტებისთვის, რომლებიც ქმნიან მობილურ ქსელს. მჭიდრო კავშირი ეროვნულ როუმინგსა და თანალოკაციას შორის ასევე მიუთითებს იმაზე, რომ ის არის შესაბამისი საბითუმო ბაზრის ნაწილი.

ასევე ნაკლებად ცნობილია თანალოკაციის გამოყენება, მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრის ნაწილში საქართველოში. მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, 5G ტექნოლოგიის გამოყენება მოსალოდნელია გაფართოვდეს მობილური სერვისების ახალი სპექტრისთვის (მაგალითად, IoT ვერტიკალური სექტორის ქსელებში, როგორცაა ჯანდაცვა, სოფლის მეურნეობა, წარმოება, ტრანსპორტი). მიუხედავად იმისა, რომ მოსალოდნელი არ არის, რომ 5G საცალო გამოყენება ხელმისაწვდომი გახდება საქართველოში მომდევნო 3 წლის განმავლობაში, საჭირო ინვესტიციების დაგეგმვა ამ ვერტიკალურ სექტორებში (პარტნიორობით ან მის გარეშე არსებული მობილური ოპერატორების მონაწილეობით), სავარაუდოდ, დაიწყება ამ კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

MVNO-ს შეუძლია შეცვალოს MVNO დაშვების საბითუმო მიმწოდებლისგან მიღებული საბითუმო კომპონენტების ნაწილი თანალოკაციის გადაწყვეტით. მაგალითად, საკუთარ ინფრასტრუქტურაზე მეტი კონტროლის მოსაპოვებლად, MVNO-ს შეუძლია გამოიყენოს არსებული ოპერატორის საკუთრებაში არსებულ შენობა აპარატურის განსანთავსებლად. ამის შემდეგ, MVNO-ს შეუძლია ინვესტიცია განახორციელოს ზოგიერთ მობილურ ინფრასტრუქტურულ აპარატურაში (მაგალითად, გადართვის, გადაცემის და დამხმარე მოწყობილობაში) და განათავსოს ეს აპარატურა იმავე შენობაში, სადაც მობილურ ოპერატორს გადართვის ცენტრია, ან გარე სატელეკომუნიკაციო-საკანალიზაციო ჭაში, ან ქუჩის კაბინეტში. იმ შემთხვევაში, როდესაც MVNO-ს ექნება წვდომა საკუთარი სიხშირული სპექტრის რესურსებზე, თანალოკაციის წერტილის სახით შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას ოპერატორის საბაზო სადგური, იმავე ანძებზე დამონტაჟდება MVNO-ს რადიოგადამცემი აპარატურა.

ამ გზით დაშვების მსურველს შეუძლია ფლობდეს და მართოს რამდენიმე მნიშვნელოვანი ელემენტი, რომელიც გამოიყენება მისი საცალო შეთავაზების უზრუნველსაყოფად. მიმწოდებლის მხრიდან საბითუმო MVNO დაშვებაზე გადასახადის მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანმა მატებამ შეიძლება წახალისოს MVNO დაშვების მსურველი გადართოს მისი საბითუმო კომპონენტების ნაწილი, თანალოკაციის სერვისის გამოყენებით, რათა ბაზარს შესთავაზოს ეკვივალენტური საცალო მომსახურება. ამიტომ ითვლება, რომ თანალოკაცია არის MVNO საბითუმო დაშვების მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ თანალოკაცია არის იმავე შესაბამისი ბაზრის ნაწილი, რომელზეც წარმოდგენილია საბითუმო მობილური დაშვება.

### თვითმომსახურება, როგორც MVNO საბითუმო დაშვების ჩამნაცვლებელი მომსახურება

MVNO დაშვება შეიძლება ჩანაცვლებულ იქნეს თვითმომსახურებით პირდაპირ ან ირიბად. პირველი, MVNO-ებმა შეიძლება განიძრახონ თავიანთი ხარჯებით უზრუნველყონ MVNO-ს ბიზნეს მოდელის წარმოების ჯაჭვის ერთი ან რამდენიმე რგოლის ჩანაცვლება, რაც გამოიწვევს მათი ხარჯების შემცირებას. SSNIP ტესტი იკვლევს მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვან ტარიფის ცვლილებას მობილური ოპერატორის დაშვების შეთავაზებაში, MVNO-ს სტიმულირების თვალსაზრისით განიხილოს ალტერნატივები, მათ შორის თვითმომსახურება. მეორე, თვითმომსახურება კონკურენტი ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორისთვის ჩაითვლება ჩამნაცვლებლად MVNO სერვისისათვის, სადაც მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვან ზრდას საბითუმო დაშვების ტარიფისა, MVNO-მ უნდა უპასუხოს საცალო ტარიფის ზრდით, რის გამოც მისი ზოგიერთი აბონენტი გადავა კონკურენტი ოპერატორის ქსელზე.

მაშინაც, თუ მოკლე ვადებში თვითმომსახურება არ განხორციელდება, არაპირდაპირი თვითმომსახურება არის საბითუმო მიწოდების ჩამნაცვლებელი და უნდა ჩაითვალოს იმავე ბაზრის ნაწილად, რომელზეც წარმოდგენილია საბითუმო მობილური დაშვება. ამიტომ ითვლება, რომ თვითმომსახურება არის MVNO საბითუმო დაშვების მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი.

## 5.2. მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზი

მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობის ანალიზმა უნდა აჩვენოს, შეძლებს თუ არა სხვა ტიპის ქსელების მფლობელი მოკლე და საშუალო ვადიან პერიოდში მიაწოდოს საბითუმო დაშვების მყიდველს სერვისი იგივე ფუნქციური თვისებებით (განსაზღვრული როგორც მოთხოვნის მხარის ჩამნაცვლებელი).

მიჩნეულია, რომ MVNO საბითუმო დაშვების სერვისის მიწოდება არ შეიძლება განხორციელდეს ეროვნულ საფუძველზე სხვა საშუალებების გამოყენებით, გარდა მობილური ოპერატორის მიმწოდებლის ქსელისა. საცალო მომხმარებლების მიერ მოთხოვნილი სერვისები მოიცავს ხმოვან სერვისს, მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებს, ინტერნეტზე წვდომას, საერთაშორისო როუმინგს, 2G, 3G და LTE (მაგრამ ჯერ არა 5G) ტექნოლოგიების გამოყენებით. სერვისების ამ ნაკრების მიწოდება შეუძლებელია ეროვნულ დონეზე საბითუმო დაშვების მიმწოდებლის სხვა საშუალებების გამოყენებით, მაგალითად, ფიქსირებული ქსელის, ან თანამგზავრზე დაფუძნებული ქსელის გამოყენებით.

## 5.3. გეოგრაფიული ბაზრის განსაზღვრა

სამართლებრივი და მარეგულირებელი პირობები, რაც მობილური საბითუმო დაშვების ბაზარზე ვრცელდება, იდენტურია ქვეყნის მთელს ტერიტორიაზე.

როგორც უკვე დავასკვნით 4.3 თავში, საცალო მობილური წვდომის სერვისების გეოგრაფიული ბაზარი ეროვნულია. ანალოგიურად, საბითუმო სერვისების განსხვავებული ფასი ან პროდუქტის განსხვავებული ხარისხი არ განიხილება გამართლებულად და არ მიუთითებს გეოგრაფიულ განსხვავებებზე არც პროდუქტის ხარისხთან და არც ფასთან დაკავშირებით საქართველოს საბითუმო მობილური დაშვების ბაზარზე. ეს შემთხვევა აქტუალურია, იქნება ეს დაშვება ეროვნულ როუმინგზე, MVNO-ზე თუ თანალოკაციის სერვისებზე. ამ საბითუმო სერვისების შექმნისა და ექსპლუატაციისათვის საჭირო ფუნქციონალობა და ხარჯები ითვლება ერთნაირად საქართველოს ყველა ლოკაციაზე.

#### 5.4. დასკვნა შესაბამისი საბითუმო ბაზრის განსაზღვრების შესახებ

მოკლედ, მობილურზე დაშვების შესაბამისი საბითუმო ბაზარი მოიცავს MVNO დაშვებას, ეროვნულ როუმინგს და თანალოკაციას. წინა თავებში გაანალიზებულ შესაბამის საცალო ბაზარზე არსებული ყველა ოპერატორის თვითმომსახურება. გეოგრაფიული ბაზარი განისაზღვრება როგორც საქართველოს მთელ ტერიტორია.

#### 5.5. სამი კრიტერიუმის ტესტი

##### 5.5.1. პირველი კრიტერიუმი: სახეზეა ბაზარზე შესვლის მაღალი და არაგარდამავალი სტრუქტურული, სამართლებრივი ან მარეგულირებელი ბარიერები

ზოგადად, პირველი შესასწავლი კრიტერიუმია არის თუ არა მაღალი და არაგარდამავალი სტრუქტურული ან მარეგულირებელი ბარიერები მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე. შესვლის ბარიერები ზღუდავს კონკურენციას ახალი პროვაიდერების შესაძლებლობების შემცირებით, რათა დამკვიდრდნენ ბაზარზე და აღნიშნული შეიძლება მოხდეს განსხვავებული ფორმებით სხვადასხვა მიზეზის გამო, ამიტომ არსებობს განსხვავება შესვლის სტრუქტურულ და მარეგულირებელ ბარიერებს შორის.

##### შესვლის სტრუქტურული ბარიერები

შესვლის ბარიერების შეფასებისას, ამოსავალი წერტილი არის იმის აღიარება, რომ სამი არსებული მობილური ქსელის ოპერატორს აქვს ეროვნული დაფარვის ვალდებულებები. ამის საფუძველზე, პირველი კრიტერიუმის შეფასება უნდა განხორციელდეს ბაზარზე შესვლის იმ ბარიერის გათვალისწინებით, რომელიც მოიცავს დაბრკოლებას, რომელსაც ახალი მობილური სერვისების პროვაიდერი შეხვდება საკუთარი ინფრასტრუქტურის ამოქმედებისას. შესვლის სტრუქტურული ბარიერები, წარმოადგენენ დაბრკოლებებს, რომლებიც ხელს უშლიან ან აფერხებენ ბაზარზე შესვლას თავდაპირველი ხარჯების, ან მოთხოვნის პირობებიდან გამომდინარე, რაც ქმნის ასიმეტრიულ პირობებს მოქმედ და ბაზარზე ახალ შემომსვლელ სუბიექტებს შორის. მობილური ქსელების შემთხვევაში, ბაზარზე შეიძლება გამოვლინდეს მაღალი სტრუქტურული ბარიერები, თუ ბაზარი ხასიათდება აბსოლუტური ხარჯების უპირატესობებით, მასშტაბის და/ან მოცულობის

მნიშვნელოვანი ეკონომიით, სიმძლავრის შეზღუდვით და მაღალი არადაბრუნებადი ხარჯებით.

სტრუქტურული ბარიერების შემდეგი ტიპები ითვლება რელევანტურად:

- **კონტროლი ინფრასტრუქტურაზე, რომელიც არ არის ადვილად დუბლირებადი, მათ შორის ე.წ. არადაბრუნებადი ხარჯები**

საქართველოში მობილური ქსელების შემთხვევაში, სამი არსებული ოპერატორი აკონტროლებს საკუთარ ინფრასტრუქტურას, რომლის ჩამოყალიბებას დრო დასჭირდა და შესაბამისად, ადვილი არ არის მისი დუბლირება. როგორც ასეთი, ეს წარმოადგენს შესვლის მნიშვნელოვან ბარიერს პოტენციური კონკურენტებისთვის. მხოლოდ ბაზარზე ახალ შემსვლელ სუბიექტს, რომელიც იყენებს ამ ქსელებს საბითუმო მობილურზე დაშვების ხელშეკრულებებით, შეუძლია შესვლა ბაზარზე, მაგალითად, სხვა ოპერატორის სადგურზე თანალოკაციით, ან სხვა მხარის მიერ ინფრასტრუქტურის გასხვისებით. არსებულ ლოკაციებზე დაშვებას დიდი მნიშვნელობა ექნება ახალი ქსელის გაფართოების დროისა და ხარჯების შესამცირებლად. თუმცა, ბაზარზე დამკვიდრებულ ოპერატორს ან შენობის მფლობელს შეუძლია გავლენა მოახდინოს ნებისმიერი ახალი ოპერატორის ბაზარზე შესვლის მაჩვენებელზე, რადგან საჭიროა დაშვების სერვისთან დაკავშირებული ნებართვა და ეს ნებართვა გაიცემა არსებული ოპერატორის ან შენობის მფლობელის მიერ. საბაზო სადგურების აშენება თავისთავად კვლავ წარმოადგენს შესვლის მნიშვნელოვან ბარიერს საბითუმო ბაზარზე.

მაღალი არადაბრუნებადი ხარჯები (ანუ ის ხარჯები, რომლებიც გაწეულია და არ შეიძლება შეიცვალოს) არის შესვლის ერთ-ერთი ყველაზე მაღალი ბარიერი და განსაკუთრებით აქტუალურია ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორში. ეროვნული მობილური ქსელების შექმნისას, ეს ძალიან მნიშვნელოვანი ხარჯები, როგორც წესი, მოიცავს განვითარებას, ინფრასტრუქტურის მშენებლობას და ქსელების დამონტაჟებას, პლუს ბრენდის ჩამოყალიბებასა და მარკეტინგულ ხარჯებს. არსებულ ინფრასტრუქტურაზე დაშვებამ შეიძლება ხელი შეუწყოს შესვლის ბარიერების გარკვეულწილად შემცირებას. აქ მნიშვნელოვანია მივმართოთ ევროკავშირის დირექტივას მაღალ-სიჩქარიანი ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელების განლაგების ხარჯების შემცირების ზომების შესახებ<sup>62</sup>. დირექტივა, სხვა საკითხებთან ერთად, იძლევა ინსტრუქციებს ფიზიკურ ინფრასტრუქტურაზე ხელმისაწვდომობის, სამშენებლო სამუშაოების კოორდინაციისა და ფიზიკური ინფრასტრუქტურის მშენებლობის შესახებ. საქართველოში, შემოთავაზებული რეგულაცია (რომელიც ძალაში შევა 2023 წლის განმავლობაში) აერთიანებს ხარჯების შემცირების ამ ზომებს, ამან შეიძლება ხელი შეუწყოს ინფრასტრუქტურის დუბლირების ხარჯების შემცირებას და შეიძლება შეამციროს შესვლის ბარიერები ოპერატორებისთვის, რომლებიც აპირებენ ინფრასტრუქტურის აშენებას, მათთვის გაფართოებული უფლებების მინიჭებით, არსებულ ინფრასტრუქტურაზე დაშვებასთან დაკავშირებით.

<sup>62</sup> დირექტივა 2014/61/EU, იხ. მაგ. <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L .2014.155.01.0001.01.ENG>



მობილური მომხმარებლების მოლოდინი ხარისხისა და დაფარვის შესახებ, ალბათ, მაინც დიდ გავლენას ახდენს იმაზე, თუ როგორ უნდა მოეწყოს ახალი ოპერატორის მობილური ქსელი. საბოლოო მომხმარებლები, მობილური კომუნიკაციის ახალი პროვაიდერებისგან მოელიან, რომ ისინი შესთავაზებენ მათ სერვისს ეროვნულ დონეზე ძალიან სწრაფად მათი საწყისი სერვისის გაშვების შემდეგ. ახალი ოპერატორები, რომლებიც შეიძლება შევიდნენ ბაზარზე ინვესტიციების თანმიმდევრული განხორციელების საფუძველზე, დამოკიდებულები იქნებიან არსებულ ინფრასტრუქტურაზე დაშვებაზე, რათა დამკვიდრდნენ ქსელის მფლობელებად.

MVNO დაშვების გამოყენებით, ახალ ოპერატორს შეუძლია მიაღწიოს სრულ ეროვნულ დაფარვას საბითუმო ხელშეკრულების საფუძველზე, არსებული ოპერატორის კონტროლის ქვეშ მყოფი ქსელის სრული სიმძლავრის გამოყენებით. ამ შემთხვევაში, MVNO-ს არ აქვს კონტროლი მისი მომსახურების მიწოდების ეფექტიანობაზე და მცირე შესაძლებლობა აქვს საცალო შეთავაზებების კონკურენტული ბაზრისთვის მორგების კუთხით. სანამ MVNO არ გადაიქცევა "მსუბუქი MVNO"-დან "სრულ MVNO"-დ, მას არ შეუძლია გააკონტროლოს თავისი სერვისის შეთავაზებები და გახდეს სრულფასოვანი კონკურენტი ბაზარზე. ჯერ ადრეა იმის თქმა, თუ როგორ განვითარდება პირველი MVNO, რომელმაც 2022 წელს დაიწყო ფუნქციონირება. მის მასპინძელ ოპერატორთან საბითუმო ხელშეკრულებასთან დაკავშირებული მოლაპარაკებისთვის საჭირო დრო ზედმეტად გაიწელა, ხოლო მოლაპარაკების ძალა ძირითადად მასპინძელი ქსელის მიმწოდებლის ხელში იყო.

ეჭვგარეშეა, რომ საკმარისი ზომის მობილური ქსელის მოწყობა მოითხოვს მნიშვნელოვან რესურსებს და შესაბამისად, წარმოადგენს შესვლის მნიშვნელოვან ბარიერს.

- **მასშტაბის ეკონომია და მრავალფეროვნების ეკონომია**

მასშტაბის ეკონომია არსებობს მობილურ ქსელებში, როდესაც ქსელის ზომისა და სიმძლავრის ზრდა იწვევს ერთეულის ხარჯების შემცირებას. მასშტაბის ეკონომია აძლიერებს დამკვიდრებული ოპერატორების საბაზრო ძალას და, შესაბამისად, შეიძლება ფუნქციონირებდეს როგორც ახალი ქსელის ოპერატორებისთვის შესვლის ბარიერი. ბაზარზე დამკვიდრებულმა ქსელის ოპერატორებმა მოაწყვეს თავიანთი ქსელები მათი ოპტიმალური გამოყენების მისაღწევად. ქსელის ახალ ოპერატორს დრო დასჭირდება მომხმარებელთა ბაზისა და ტრაფიკის შესაქმნელად და საწყის ფაზაში არ შეიძლება მოელოდეს მასშტაბის ეკონომიის მიღწევას იმავე ხარისხით, როგორც ქსელის დამკვიდრებული მფლობელები იღებენ. ამგვარად, მასშტაბის ეკონომია ხელს უწყობს ახალ და დამკვიდრებულ პროვაიდერების ასიმეტრიული ურთიერთობის ჩამოყალიბებას, რაც თავის მხრივ შეასუსტებს ახალი ოპერატორის კონკურენტუნარიანობას.

მობილურ ქსელებში მასშტაბის ეკონომიის ეს არსებობა ზოგადად აღიარებულია მარეგულირებლების მიერ ოპერატორების მხრიდან მობილური ზარის დასრულების ასიმეტრიული საფასურის დაწესების საფუძველად. მასშტაბის ეკონომიის გამოვლენის პროცესში, მარეგულირებლები, როგორც წესი, ნებას რთავენ პატარა მობილურ ოპერატორებს (მაგალითად, მათი ბაზარზე შესვლის პირველ ეტაპზე და საწყისი ზრდის ფაზებში) დააწესონ დასრულების უფრო მაღალი ტარიფები, რაც ასახავს მათი უფრო

მაღალი ერთეულის ხარჯებს. იმ მომენტში, როდესაც ისინი მიაღწევენ მასშტაბის შესადარის ეკონომიას, მაშინ მარეგულირებლები აღმოფხვრიან ასიმეტრიას ისე, რომ ყველა მობილურმა ოპერატორმა დააწესოს იგივე მობილური ზარის დასრულების საფასური<sup>63</sup>.

ქსელის ოპერატორის მასშტაბის ეკონომია ძირითადად მიიღწევა დაშვების ქსელში, რომელიც შედგება ძვირადღირებული ინვესტიციებისგან, როგორცაა საბაზო სადგურები, ანტენები და რადიო აპარატურა. იმის გამო, რომ საქართველოს მოსახლეობა შედარებით მცირეა და ზოგიერთ რაიონში შეიძლება იყოს დაბალი ტრაფიკი, ძნელია მასშტაბის სრული ეკონომიის მიღწევა.

მობილურ ქსელებში მრავალფეროვნების ეკონომია მიიღწევა მაშინ, როდესაც საშუალო ერთეულის ღირებულება მცირდება, რადგან ერთზე მეტი მობილური სერვისის მიწოდება ხორციელდება ერთი და იმავე ქსელის მეშვეობით. მაგალითები მოიცავს საერთო ინფრასტრუქტურას, ან საერთო ადმინისტრაციულ სისტემას. მობილური ქსელების თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგია უზრუნველყოფს ხმოვანი სერვისების, მოკლე ტექსტური შეტყობინებების და ინტერნეტის ტრაფიკის მიწოდებას, ისე თითქოს ეს იყოს ერთი და იგივე სერვისი. მობილურ ქსელებში მრავალფეროვნების ეკონომია შეიძლება მიღწეულ იქნას მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ოპერატორის რამდენიმე ტრაფიკი იყენებს ერთსა და იმავე ქსელს ტრაფიკის გადასატანად, რაც ვითარებას დიდწილად მასშტაბის ეკონომიის ანალოგიურს ხდის. ამ ეკონომიების გავლენა შეიძლება შემცირდეს, თუ ახალი პროვაიდერები აირჩევენ სერვისის მიწოდებას მხოლოდ მჭიდროდ დასახლებულ რაიონებში, სადაც ტრაფიკზე ყველაზე დიდი მოთხოვნაა. საქართველოში არსებული მობილური ქსელის სამი ოპერატორიდან ორი ასევე არის ფიქსირებული სერვისების მიწოდებელი საცალო ბაზარზე და შესაბამისად, უკვე შეუძლიათ ისარგებლონ მრავალფეროვნების ეკონომიით. სხვა ოპერატორებს, რომლებსაც აქვთ მხოლოდ ფიქსირებული ან მხოლოდ მობილური სერვისები, უნდა შეეძლოთ მოიძიონ და მიაღწიონ მასშტაბის და მრავალფეროვნების ეკონომიას, გახდნენ ინტეგრირებული ფიქსირებული და მობილური საცალო სერვისების პროვაიდერები.

რამდენად შეძლებს ახალი პროვაიდერი, რომელსაც აქვს ეროვნული როუმინგული ხელშეკრულება, ისარგებლოს მასშტაბის ეკონომიით, დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად სწრაფად გადადის მობილური ტრაფიკი საკუთარ ქსელში და რამდენი წარმოიქმნება ეროვნული როუმინგის საშუალებით. მასპინძელი მობილური ოპერატორი შეძლებს გავლენა მოახდინოს დაშვების მსურველისთვის მასშტაბის ეკონომიის გამოყენების შესაძლებლობაზე. მასპინძელი ოპერატორის მიერ ნაკარნახევი ტრაფიკის მოცულობის ვალდებულებები ან ფასების დონე მნიშვნელოვან გავლენას მოახდენს იმაზე, თუ რამდენად სწრაფად შეძლებენ ქსელის ახალი მფლობელები მიაღწიონ ერთეულის ხარჯების შემცირებას. შესაბამისად, ორივე ფაქტორმა: ტრაფიკის მოცულობის ვალდებულებამ და ფასების სტრუქტურამ, შეიძლება უარყოფითი გავლენა მოახდინოს დაშვების მსურველის შესაძლებლობაზე, მიაღწიოს მასშტაბის ეკონომიას.

<sup>63</sup> [https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/documents/erg\\_07\\_83\\_mtr\\_ftr\\_cp\\_12\\_03\\_08.pdf](https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/documents/erg_07_83_mtr_ftr_cp_12_03_08.pdf)

ახალი MVNO ოპერატორის შესაძლებლობები, მიაღწიოს მრავალფეროვნების და მასშტაბის ეკონომიას, ძალიან შეზღუდულია მანამ, სანამ MVNO შეძლებს საკუთარი ქსელის ინფრასტრუქტურის განვითარებას. საქართველოში, პირველმა MVNO-მ გააფორმა გრძელვადიანი ხელშეკრულება თავის მასპინძელ ოპერატორთან და მიჩნეულია, რომ ეს შეთანხმება უფრო მეტ შესაძლებლობას აძლევს მასპინძელ ოპერატორს ისარგებლოს მასშტაბისა და მრავალფეროვნების ეკონომიით, ვიდრე MVNO-ს.

მიუხედავად იმისა, რომ მასშტაბის ეკონომიის მნიშვნელობა შეიძლება შემცირდეს, თუ ახალი პროვაიდერები დაიწყებენ საქმიანობას მხოლოდ მჭიდროდ დასახლებულ რაიონებში, ეროვნული როუმინგის გამოყენებით ნაკლებად დასახლებულ რაიონებში, მასშტაბის ეკონომია წარმოადგენს მნიშვნელოვან ბარიერს ახალ შემსვლელი სუბიექტების შესვლისთვის მობილურის ბაზარზე. საქართველოში არ არსებობს ეროვნული როუმინგული ხელშეკრულებები. ქალაქგარეთ, საქართველოში მობილური ქსელების მშენებლობა და ექსპლუატაცია მნიშვნელოვან ფიქსირებულ ხარჯებს მოითხოვს. პოპულაციის შედარებით დაბალ სიმჭიდროვესთან ერთად, ეს ნიშნავს, რომ ერთეულის ხარჯები შეიძლება იყოს არაპროპორციულად მაღალი, თუ გარკვეული ზომის მომხმარებელთა რაოდენობა საკმარისად სწრაფად ვერ იქნას მიღწეული.

მრავალფეროვნების ეკონომიის მიღწევის საუკეთესო შესაძლებლობებს განიხილავენ ფიქსირებული ქსელის ოპერატორები, რომლებიც ცდილობენ დაამატონ მობილური სერვისები თავიანთ საცალო სერვისებში. არსებულ ფიქსირებულ ოპერატორს შეუძლია ეროვნული მობილური დაფარვის მიღწევა MVNO დაშვების, ეროვნული როუმინგისა და თანალოკაციის გამოყენებით. ახალ ინტეგრირებულ ფიქსირებული და მობილური სერვისების პროვაიდერს საქართველოში კვლავ შეექმნება შესვლის მნიშვნელოვანი ბარიერები, რადგან მას მოუწევს საკუთარი მობილური ქსელის ინფრასტრუქტურის აშენება, ან მოლაპარაკება საბითუმო ხელშეკრულებებზე არსებული მობილური ქსელის ოპერატორთან (რომელმაც უკვე მიაღწია მასშტაბის უფრო მაღალ ეკონომიას და ორ შემთხვევაში - სილქნეტი და მაგთიკომი - მრავალფეროვნების ეკონომიასაც).

შესაბამისად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მასშტაბისა და მრავალფეროვნების ეკონომიის მიღწევა საქართველოში ბაზარზე ახალი მობილური ოპერატორების შესვლით რთული იქნება და ეს წარმოადგენს შესვლის მნიშვნელოვან ბარიერს.

- **ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობა**

ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობას დიდი მნიშვნელობა ექნება ოპერატორის შესაძლებლობაზე შევიდეს ბაზრებზე, რაც საჭიროებს დიდ საწყის ინვესტიციებს. როგორც ზემოთ აღინიშნა, კაპიტალ ტევადი იქნება საქართველოში ეროვნული დაფარვის მქონე არსებული მობილური ქსელების ადეკვატური ალტერნატივების ჩამოყალიბება, მათ შორის გაყიდვების ქსელის შექმნა.

საქართველოში ფინანსური დაკრედიტების ადგილობრივ ბაზრებს, როგორც წესი, აქვს უფრო მაღალი კომერციული დაკრედიტების განაკვეთები, ვიდრე ევროკავშირში, ამიტომ ითვლება, რომ ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობა მნიშვნელოვანი ბარიერია ახალი

ინვესტიციებისთვის საქართველოში. 2018 წელს ბანკების დაკრედიტების კვლევის მიხედვით<sup>64</sup>, რომელიც შეეხებოდა ბიზნესის ყველა სექტორს, საქართველოში შესამჩნევია სესხების უარყოფისა და კრედიტით შეზღუდული ფირმების რაოდენობა. სასესხო დაფინანსების ხელმისაწვდომობის ნაკლებობა განსაკუთრებით შესამჩნევია მცირე ზომის ფირმებისთვის, რის ერთ-ერთ მიზეზად სესხისთვის აუცილებელი უზრუნველყოფის არარსებობა გვესახება. საქართველოში კაპიტალის ალტერნატიული ბაზრების მეშვეობით დაფინანსება ჯერ არ არის განვითარებული. ნებისმიერ ადგილობრივ დაფინანსებას, როგორც წესი, უფრო მაღალი კომერციული დაკრედიტების განაკვეთები ექნება, ვიდრე ევროკავშირში, ამიტომ ითვლება, რომ ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობა მნიშვნელოვანი ბარიერია ახალი ინვესტიციებისთვის საქართველოში.

ბოლო 10 წლის განმავლობაში, შესყიდვებმა და მფლობელობის ცვლილებამ შეცვალა ქართული ოპერატორების დავალიანება და დაფინანსების სტრუქტურა. სატელეკომუნიკაციო სექტორში ინვესტიციებს, ძირითადად, ეროვნული ოპტიკურ-ბოჭკოვანი და LTE მობილური ქსელების მოწყობის მიზნით, მაგთიკომი უძღვება, რაც მას ბაზრის წამყვან პოზიციაზე აყენებს. სილქნეტმა ასევე განახორციელა ინვესტიცია ეროვნულ LTE ქსელში და აყალიბებს საკუთარ ოპტიკურ-ბოჭკოვან ქსელს. სელფი მობაილი რჩება მხოლოდ მობილურ ოპერატორად და ჯერ არ აქვს დასრულებული ინვესტირება LTE ქსელში.

მიჩნეულია, რომ ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობა არის მნიშვნელოვანი შესვლის ბარიერი საქართველოში ახალი ინვესტიციებისთვის.

- **გაყიდვების არხებზე წვდომა**

სადისტრიბუციო და გაყიდვების არხებზე წვდომა უკვე განხილულ იქნა საცალო ბაზრისთვის, სადაც დადგინდა, რომ ოპერატორის საცალო მაღაზიების სადისტრიბუციო ქსელის ზომას დიდი მნიშვნელობა აქვს მომხმარებელთა მოსაზიდად.

მოკლედ, გაყიდვების ვრცელი ფიზიკური არხების არსებობა, რომელსაც მართავენ ბაზარზე არსებული დამკვიდრებული მობილური ოპერატორები, კვლავაც წარმოადგენს ბაზარზე შესვლის მნიშვნელოვან ბარიერს.

საქართველოში ბევრი საბოლოო მომხმარებელი იყენებს ერთზე მეტი მობილური ოპერატორის სერვისს, რათა მას ჰქონდეს ყოველდღიური მოქნილობა, გამოიყენოს სხვადასხვა ოპერატორების საცალო პაკეტები, სატარიფო და სპეციალური შეთავაზებები. აქედან გამომდინარე, საქართველოში ბევრი მობილური მომხმარებლისთვის მომგებიანი იქნება, რომ შეძლოს გაყიდვების რამდენიმე არხის გამოყენება საერთო შესყიდვის პროცესში, იმისათვის რომ მიიღოს საკმარისი ინფორმაცია სერვისის ასორტიმენტთან დაკავშირებულ არჩევანსა და ფასის შესახებ, იქნება ეს ქსელზე დაფუძნებული, თუ ფიზიკური გაყიდვების არხები, თუ ამ ორის კომბინაცია. იგივე უპირატესობას წარმოადგენს მომხმარებლებისთვის (რამდენიმე ოპერატორის გაყიდვების არხის ერთად

<sup>64</sup> [https://www.eib.org/attachments/efs/smes\\_and\\_private\\_sector\\_financing\\_in\\_georgia\\_en.pdf](https://www.eib.org/attachments/efs/smes_and_private_sector_financing_in_georgia_en.pdf)

გამოყენების გამო) კონტაქტი სერვისის ფარგლებში, მათ შორის პირდაპირი მარკეტინგი, მომხმარებლის მხარდაჭერა, ბილინგი და გადახდა, პრობლემის მოხსენება და გადაჭრა.

მიჩნეულია, რომ ბაზარზე ახალი შემსვლელი სუბიექტისთვის შრომატევადი და ძვირი იქნება კომერციული გარიგებებთან დაკავშირებული მოლაპარაკების პროცესის წარმართვა გაყიდვების არსებულ ფიზიკურ არხებზე წვდომის მისაღებად, განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ამ არხებს ფლობენ ბაზარზე დამკვიდრებული არსებული მობილური ოპერატორები. დანახარჯი და დრო, რომელიც საჭირო იქნება არსებული ოპერატორების საცალო გაყიდვებისა და სადისტრიბუციო არხების გამოყენებასთან დაკავშირებული მოლაპარაკებების წარმოებისას, წარმოადგენს მნიშვნელოვან ბარიერს ბაზარზე ნებისმიერი ახალი შემსვლელი სუბიექტისთვის.

სამი ქართული მობილური ქსელის სერვისის ოპერატორიდან თითოეულს აქვს ფართო გაყიდვებისა და სადისტრიბუციო ქსელი, რომელიც შედგება საცალო მაღაზიებისგან. ისინი უზრუნველყოფენ მომხმარებლისთვის მოსახერხებელ ეროვნულ ხელმისაწვდომობას. გაყიდვების არხები შეიძლება იყოს ფიზიკური ან ვირტუალური. შედარებით დაბალი ინვესტიცია იქნება საჭირო ვირტუალური გაყიდვების არხის შესაქმნელად. მობილური ბაზრისთვის ფიზიკური (საცალო მაღაზიები) გაყიდვების არხების შექმნა მნიშვნელოვნად უფრო ძვირია. თუ არსებული მობილური სერვისის მიმწოდებლებს უკვე აქვთ კარგად დამკვიდრებული არხები მიმზიდველ ადგილებში, ამან შეიძლება გამოიწვიოს მნიშვნელოვანი უთანასწორობა დამკვიდრებულ და ახალ ოპერატორებს შორის.

ვირტუალური გაყიდვებისა და განაწილების არხები ახლა ყველგან არის გავრცელებული ევროპის უმეტეს ქვეყნებში და ბევრმა მომხმარებელმა ახლა ბუნებრივია აირჩია ინტერნეტი, როგორც მთავარი არხი სატელეკომუნიკაციო ოპერატორებთან ურთიერთობისთვის, მათ შორის სერვისების შესასწავლად, შესყიდვის, პრობლემების გადაჭრისა და გადასახადების გადახდისთვის. საქართველოში, სავარაუდოა, რომ დამკვიდრებული ოპერატორები შეინარჩუნებენ გაყიდვების ვრცელ ფიზიკურ არხებს, სულ მცირე, ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში. ბევრი საბოლოო მომხმარებელი საქართველოში მაინც ამჯობინებს ფიზიკური არხების გამოყენებას, თუმცა მოსალოდნელია, რომ მომავალში ვირტუალური არხების გამოყენება გაიზრდება სხვა ქვეყნების ტენდენციების მსგავსად.

### მარეგულირებელი შესვლის ბარიერები

მარეგულირებელი შესვლის ბარიერები არსებობს მობილური დაშვების ბაზარზე, თუ ბაზარზე დაშვება შეზღუდულია მარეგულირებელი პირობებით, მაგალითად, ოფიციალური ლიცენზიები და ავტორიზაციები, რესურსების შეზღუდვა, მაგ. რაც შეეხება სიხშირულ რესურსებს, ან შეზღუდვებს ჯანმრთელობასთან, გარემოსთან ან უსაფრთხოებასთან დაკავშირებით (პირდაპირი მარეგულირებელი შეზღუდვები). გარდა ამისა, ფასების რეგულირების სხვადასხვა ფორმებს შეიძლება ჰქონდეს შესვლის ბარიერის ეფექტი.

- ავტორიზაციები და სპექტრის ხელმისაწვდომობა

საქართველოში არ არსებობს მოთხოვნები ახალი მოთამაშისთვის ელექტრონული კომუნიკაციების ბაზარზე შესვლის ნებართვის მისაღებად. როგორც უმეტეს სხვა ქვეყნებში, აუცილებელია ოპერატორს ჰქონდეს ლიცენზია საკუთარ ქსელში საჯაროდ ხელმისაწვდომი მობილური სერვისებისთვის სიხშირეების კონტროლისა და გამოყენებისთვის. რადგან სიხშირის ლიცენზიები განიხილება სასრულ რესურსად, მაშინ სიხშირეებზე წვდომის ნაკლებობა შეიძლება იყოს მარეგულირებელი შესვლის ბარიერი. საქართველოში მხოლოდ სამი ოპერატორია (მაგთიკომი, სილქნეტი და სელფი მობაილი), რომლებსაც აქვთ მობილურ ქსელებში სიხშირული სპექტრით სარგებლობის უფლება.

მარეგულირებელი შესვლის ბარიერების შეფასებისას უნდა განიხილებოდეს არა მხოლოდ სიხშირეების ხელმისაწვდომობა, არამედ სთავაზობენ თუ არა ხელმისაწვდომი სიხშირეები პოტენციალს ოპერატორებს ბაზარზე შესვლისა და არსებულ ოპერატორებთან კონკურენციის მიმართულებით. ოპერატორმა, რომელიც განიხილავს შესაბამის ბაზარზე დამკვიდრებას, ასევე უნდა გაითვალისწინოს, რომ სიხშირის ლიცენზიები, როგორც წესი, გაიცემა შეზღუდული ხანგრძლივობით. საქართველოში, ეროვნული კონკურენტული დაფარვის მიღწევის მიზნით, გაიცემა მობილური სპექტრის ლიცენზიები, რომლებსაც აქვთ კონკრეტული და დროში შეზღუდული ვალდებულებები, რომ დაფარონ ყველა მოცემული დასახლება გარკვეული თარიღისთვის. სპექტრის უახლესი გამოშვების გამოყენებით სრული დაფარვის დაწესებული ვადა უკვე გავიდა.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ სპექტრის რესურსების ხელმისაწვდომობა კვლავ წარმოადგენს საქართველოში მობილურ ბაზარზე შესვლის ბარიერს.

### • ფასების რეგულირება

რაც შეეხება მობილური სექტორის ფასების რეგულირებას, ამჟამად რეგულირდება მხოლოდ საბითუმო ზარის დასრულების ფასები<sup>65</sup>. მიუხედავად იმისა, რომ მობილურის საცალო ტარიფები წარსულში რეგულირებას ექვემდებარებოდა, აღნიშნული რეგულაცია გაუქმებულია. მობილური დაშვების საფასური არ არის რეგულირებული. გასათვალისწინებელია, სატარიფო რეგულირების არარსებობა, ან ახალი სატარიფო რეგულაციის შემოღება გაზრდის თუ შეამცირებს მობილურ ბაზარზე შესვლის ბარიერებს. გაზრდის ახალ მონაწილეს სავარაუდოდ ექნება მიწოდების უფრო მაღალი ერთეულის ხარჯები, ვიდრე დამკვიდრებული გაზრდის მოთამაშეებს, რომლებიც უკვე სარგებლობენ მასშტაბის ეკონომიით. უფრო მაღალი საბითუმო ტარიფები ბაზარზე ახალი შემსვლელი სუბიექტებისთვის გამართლებულია, რაც განიმარტება მათი თავდაპირველად უფრო მაღალი ერთეული ხარჯებით და შესაბამისად, აღნიშნული ტარიფების ოდენობა ემსახურება ბაზარზე შესვლის ბარიერების შემცირებას.

ბევრ ქვეყანაში, მარეგულირებლებმა დააწესეს უფრო მაღალი მობილური ზარის დასრულების გადასახადი ბაზარზე ახალი შემსვლელი სუბიექტების მიერ გამოყენებისთვის, ვიდრე ბაზარზე უკვე არსებულ მობილურ ოპერატორებისთვის. ეს

<sup>65</sup> კომისიის გადაწყვეტილება 240/9 of 21<sup>st</sup> 2010 წლის მაისი და განახლებული 2017 წლის 19 ოქტომბერს



გამოიყენებოდა საქართველოშიც სელფი მობაილის შემთხვევაში 2007 წელს, მაგრამ მისი ტარიფები ახლა შემცირდა იმავე სიმეტრიულ განაკვეთზე, რომელიც გამოიყენება სამივე ოპერატორის მიმართ.

## დასკვნა - პირველი კრიტერიუმი

მიჩნეულია, რომ სტრუქტურული ბარიერების თვალსაზრისით, მობილურის საბითუმო ბაზარზე შესვლისთვის საქართველოში არსებობს მნიშვნელოვანი და არაგარდამავალი ბარიერები:

- არსებული ინფრასტრუქტურის კონტროლი, არადაბრუნებადი ხარჯების ჩათვლით;
- შინაარსის და მასშტაბის ეკონომია;
- ფინანსური რესურსების ხელმისაწვდომობა;
- გაყიდვების არხებზე წვდომა.

2023 წლის აგვისტოში კომისიამ გამოაცხადა აუქციონი 5G ქსელის სიხშირეებისთვის, თუმცა სიხშირული სპექტრის უმეტესობა არ გაყიდულა. ქსელის განაწილება აღწერილია 6.2.4 თავში. სიხშირული რესურსის განაწილების პროცესი ჯერ არ დასრულებულა, მაგრამ ამჟამად მოსალოდნელია, რომ იგივე პროცედურები იქნება დაცული, როგორც წინა შემთხვევებში. ადრეულმა აუქციონებმა არ გამოიწვია სპექტრის მინიჭება მობილური ბაზრის ახალი ოპერატორებისთვის. ითვლება, რომ მარეგულირებლის გადაწყვეტილებებმა შეიძლება გამოიწვიოს უფრო ხელსაყრელი პირობები უფრო მეტი კონკურენციისთვის მობილური დაშვების ბაზარზე ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

აქედან გამომდინარეობს, დასკვნა, რომ მარეგულირებელი ბარიერების თვალსაზრისით, საქართველოში მობილურ ბაზარზე შემოსვლის შემდეგი პოტენციური ბარიერები რჩება, მაგრამ არ ითვლება არაგარდამავალ ბარიერებად:

- სპექტრის რესურსებზე წვდომა;
- ფასების რეგულირება.

ფასების რეგულირება, რომელიც მიმართულია მობილური ბაზარზე შესვლის ბარიერების შემცირებისკენ, გამოყენებულ იქნა მობილური ბაზარზე ახალი შემსვლელი სუბიექტებისთვის და ხელმისაწვდომია, როგორც მარეგულირებელი ინსტრუმენტი, რომელიც ხელს უწყობს ბაზარზე შესვლის ბარიერის შემცირებას, რომელსაც წარმოადგენს მასშტაბის ეკონომია.

რამდენად მოხდება პოტენციური მარეგულირებელი ბარიერების შემცირება, დამოკიდებული იქნება იმაზე, თუ როგორ იქნება გამოყენებული სპექტრის და ფასების რეგულაცია.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ პირველი კრიტერიუმი, მაღალი და არაგარდამავალი ბარიერების არსებობა შესრულებულია.

## 5.5.2. მეორე კრიტერიუმი: სახეზეა ბაზრის სტრუქტურა, რომელიც დროის შესაბამის ჰორიზონტში არ არის ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი, ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული და სხვა სახის კონკურენტული გარემოებების გათვალისწინებით

გასათვალისწინებელია ნებისმიერი სტრუქტურული ფაქტორი, რომელმაც შეიძლება მიმართოს ბაზარი მდგრადი კონკურენციისკენ, მიუხედავად იმისა, რომ ბაზარზე გავლენას ახდენს შესვლის მაღალი, არაგარდამავალი ბარიერები (იხ. თავი 5.5.1). სამი კრიტერიუმის ტესტის მეორე კრიტერიუმი განიხილავს, აქვს თუ არა მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარს საქართველოში, შესვლის ბარიერების მიღმა, მახასიათებლები, რომლებიც მიაწინებენ იმაზე, რომ ბაზარი არ არის მიდრეკილი ეფექტიანი კონკურენციისკენ.

მეორე კრიტერიუმის მიხედვით, შეფასება უნდა განხორციელდეს მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში. ბაზრებზე მეორე კრიტერიუმი არ არის შესრულებული, თუ არსებობს საკმარისად მკაფიო მტკიცებულება არსებული დინამიკის შესახებ, რაც შეიძლება მიუთითებდეს, რომ ბაზარი მიისწრაფის მდგრადი კონკურენციისკენ წინასწარი რეგულირების გარეშე<sup>66</sup>. ეს მოითხოვს არსებული და მოსალოდნელი საბაზრო პირობების საკმაოდ ფართო შეფასებას. ამ კონტექსტში გაანალიზებული ბაზარი არის მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი.

ახალი MVNO-სთვის საჭირო დრო მობილურ ოპერატორთან მოლაპარაკებისა და აუცილებელი კომერციული ხელშეკრულების დასადებად იყო ზედმეტად დიდი. ეს დიდწილად იმიტომ მოხდა, რომ ეს იყო პირველი მსგავსი შეთანხმება საქართველოში და რომ მრავალი წლის განმავლობაში დამკვიდრებული მობილური ოპერატორები ეწინააღმდეგებოდნენ MVNO-ების შესვლას ბაზარზე, რათა დაეცვათ თავიანთი ბაზრის წილები. მხოლოდ კომისიის მიერ მხარდამჭერი ქმედებებით იყო განპირობებული ის რომ პოტენციურ MVNO-ებს შეეძლოთ დისკუსიების წამოწყება არსებულ მობილურ ოპერატორებთან. ეკლექტიკმა წარმატებას მიაღწია ბაზარზე, მაგრამ ჯერ ნაადრევია იმის თქმა, წარმატებული იქნება თუ არა მისი ბიზნესი მოდელი, რომელიც ძირითადად ნაკარნახევია სილქნეტთან კომერციული კონტრაქტით. MVNO-ების ბაზარზე შესვლის პლიუსები აშკარაა:

- არსებულ მომხმარებლებს აქვთ მეტი არჩევანი უფრო კონკურენტუნარიან ბაზარზე, რომელიც ხშირად ხასიათდება უფრო დიდი ინოვაციებითა და უკეთ მორგებული მობილური პაკეტებით მომხმარებლის სხვადასხვა საჭიროებებისთვის;
- მასპინძელ მობილურ ოპერატორს შეუძლია შეამციროს მისი მთლიანი ერთეულის ხარჯები ქსელის ტრაფიკის ნაწილის გაყიდვით თითქმის ნულოვან ფასად. ნებისმიერი დამატებითი ტრაფიკი, რომლის გატარება განხორციელდება მასპინძელი ქსელში MVNO მომხმარებლებისგან, გატარებულ იქნება თითქმის ნულოვანი ზღვრული დანახარჯებით.

<sup>66</sup> ERG-ის ანგარიში სახელმძღვანელოს შესახებ სამი კრიტერიუმის ტესტის გამოყენების შესახებ

ამიტომ, ახლა შესაძლებელი უნდა იყოს, ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, რომ პოტენციურმა MVNO-ებმა გააფორმონ კომერციული ხელშეკრულებები არსებულ მობილურ ოპერატორებთან და შევიდნენ მობილური წვდომის საცალო ბაზარზე. სამი არსებული მობილური ოპერატორის დამკვიდრებული ნეგატიური დამოკიდებულების გათვალისწინებით, რამდენიმე წლის განმავლობაში MVNO-ზე დაფუძნებულ ბაზრის განვითარებასთან და MVNO-ებთან თანამშრომლობის თვალსაზრისით, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ნებისმიერი ახალი MVNO წარმოდგენილი იყოს ბაზარზე, არსებული მობილური ოპერატორების ძირითადი საცალო მობილური სერვისის გადამყიდველისგან განსხვავებული ბიზნეს მოდელით. („საკუთარი ბრენდი“ ან „მეორე ბრენდი“ MVNO). ეს ნიშნავს, რომ MVNO სავარაუდოდ მიჰყვება მსგავს სატარიფო სტრუქტურებს და ექნება მხოლოდ შეზღუდული შესაძლებლობები, რათა განასხვავოს თავისი სერვისები მახასიათებლების მიხედვით (მაგალითად, შესთავაზოს მომხმარებლებს ინტერნეტის სხვადასხვა სიჩქარე, მომსახურების ხარისხის სხვადასხვა დონე და მნიშვნელოვნად დაბალი ფასები). ეს სერვისის ფაქტორები, სავარაუდოდ, მარეგულირებელი ჩარევის გარეშე, მჭიდროდ იქნება განსაზღვრული მობილური ოპერატორების მიერ შეთანხმებულ კომერციულ ხელშეკრულებებში, მცირე მოქნილობისა და შესწორებების შესაძლებლობით შედარებით ხანგრძლივი ხელშეკრულების პერიოდის განმავლობაში.

გრძელვადიან პერსპექტივაში, მომხმარებელთა ინტერესებიდან გამომდინარე, MVNO-ებს უნდა ჰქონდეთ მობილური სერვისების დიფერენციაციის უფრო ფართო შესაძლებლობა. ამის მიღწევა შეიძლება, პირველ რიგში, უფრო გამჭვირვალე კომერციული მოლაპარაკებების პროცესით (მაგალითად, მკაფიო საფუძვლით ორმხრივი ხარჯებისა და რისკის გაზიარებისთვის). შემდგომი პროგრესი შეიძლება მიღწეულ იქნას ბაზრის ახალი მონაწილეების მიერ საკუთარ ქსელურ ინფრასტრუქტურაში განხორციელებული ინვესტიციებით (მაგალითად, საერთაშორისო ჩართვისთვის), ან საკუთარი სპექტრის რესურსების მოპოვებით. ეს გაზრდის MVNO-ს საერთო კონტროლს სერვისებზე, რომლებიც მას შეუძლია შესთავაზოს საცალო ბაზარს და შეამცირებს მათ დამოკიდებულებას მასპინძელ მობილურ ოპერატორზე.

თუმცა, ზოგადად არ უნდა ვივარაუდოთ, რომ ყველა MVNO-ს სურს გაიაროს განვითარების ყველა ეს ეტაპი და გახდეს „მსუბუქი“ ან „სრული“ MVNO. MVNO-ს ზოგიერთი დამფუძნებელი არ გეგმავს, რომ მისი კომპანია გახდეს ქსელის ოპერატორი. ბევრი მეწარმე ან მმართველობითი ჯგუფი, რომელიც ოპერირებს MVNO ბაზარზე, წარმოდგენილია სხვა ბიზნეს ინდუსტრიებიდან. მაგალითად, ყველაზე წარმატებულ MVNO-ებს შორის არიან სუპერმარკეტების დიდი ქსელები, რომლებსაც უკვე აქვთ მნიშვნელოვანი მომხმარებელთა საკონტაქტო ბაზა, კუთვნილი საცალო მაღაზიების მეშვეობით და შეუძლიათ MVNO ბიზნესის განხორციელება იმით, რომ მათ მომხმარებლებს შეუძლიათ გადაიხადონ მობილური სერვისების სარგებლობის გადასახადი მათ სასურსათო გადასახადთან ერთად. ამ ბიზნეს მოდელის გამოყენებით, გაერთიანებული სამეფოს უმსხვილესი MVNO (Tesco -

გაერთიანებული სამეფოს მთლიანი მობილური ბაზრის 17%-ით<sup>67</sup>) შეიძლება კლასიფიცირდეს მხოლოდ როგორც "მსუბუქი" MVNO.

გასათვალისწინებელია შესაძლებლობა, რომ არსებულმა მობილურმა ოპერატორმა გადაწყვიტოს შექმნას MVNO, საკუთარი მობილური დაშვების საცალო შეთავაზებებისთვის. ეს შეიძლება მოხდეს იმ შემთხვევაში, თუ მობილურ ოპერატორს სურს ფოკუსირება მოახდინოს ბაზრის ახალ ნიშებზე და ამის მისაღწევად, მას მიაჩნია, რომ საუკეთესო სტრატეგია არის მკაფიო შიდა ხარჯების ცენტრის, ან ცალკე მარკეტინგისა და გაყიდვების ორგანიზება, რომელიც განხორციელდება MVNO-ს დაარსებით. ევროკავშირის ზოგიერთი ოპერატორი ფლობს და აარსებს MVNO-ებს, როგორც მათი მრავალბრენდული სტრატეგიის ნაწილს, რაც ხშირად ამ ერთეულებს საშუალებას აძლევს, დიდწილად დამოუკიდებლად იმუშაონ თავიანთ ცალკეულ მენეჯმენტთან და თანამშრომლებთან ერთად.

ასევე არსებობს შესაძლებლობა, რომ არსებულმა მხოლოდ ფიქსირებულმა ოპერატორმა გადაწყვიტოს შექმნას MVNO, რათა დაამატოს სერვისი საკუთარ საცალო ფიქსირებულ სერვისებში, მაგალითად, სამმაგი შეთავაზების ან ოთხმაგი შეთავაზების პაკეტებში. შედეგად, მიღებულ სერვისში ინტეგრირებულ ოპერატორს აქვს საკუთარი ქსელის ინფრასტრუქტურის უპირატესობა ფიქსირებული სერვისებისთვის, რომელიც შეიძლება გამოიყენოს, ნაწილობრივ მაინც, საკუთარი მობილური საცალო სერვისების მახასიათებლებზე მეტი კონტროლის მიღების მიზნით.

კიდევ ერთი ცალკეული, თეორიულად შესაძლო შემთხვევა (თუმცა ამ დროს პრაქტიკაში ძირითადად ჰიპოთეტური შემთხვევაა) იქნება ის, რომ არსებულმა მობილურმა ოპერატორმა გადაწყვიტოს შეცვალოს მობილური სერვისის მიწოდების მოდელი, გახდეს MVNO და აღარ იყოს მობილური ოპერატორი. ეს შეიძლება მოხდეს, მაგალითად, თუ არსებული მობილური ოპერატორი მიაღწევს ისეთ წერტილს, როდესაც მას არ ექნება სათანადო დაფინანსება, რათა შეინარჩუნოს პოზიცია კაპიტალ ტევადი მობილური ქსელის ინფრასტრუქტურის ბიზნესში, ან იმ შემთხვევაში, როდესაც არსებული მობილური ოპერატორი ვერ მოიპოვებს შემდგომ სპექტრის რესურსებს მომავალ აუქციონზე, ან რაიმე მიზეზით ვერ განაახლებს სპექტრის არსებულ ლიცენზიებს. თუ მობილურმა ოპერატორმა გადაწყვიტა შეწყვიტოს თავისი სპექტრზე დაფუძნებული ბიზნესი და გახდეს MVNO, მაშინ ეს სავარაუდოდ გამოიწვევს საერთო კონკურენციის დონის შემცირებას საცალო ბაზარზე. ეს იმის გამო მოხდება, რომ ქსელის ინფრასტრუქტურის მოხსნა შეამცირებს ტექნოლოგიური წინსვლის შესაძლებლობებს ბაზარზე, შეამცირებს მთლიანი მიწოდების ხარჯების ეფექტურობას და ასევე შეამცირებს შემდგომი ახალი MVNO ტიპის ოპერატორების საცალო ბაზარზე შესვლის შესაძლებლობებს. საჭირო მარეგულირებელი ქმედებები, რომლებიც უნდა იქნას გამოყენებული ამ შემთხვევაში (კონკურენციის პოტენციური დაკარგვისა და მომხმარებლებზე მავნე ზემოქმედების თავიდან

<sup>67</sup> <https://www.statista.com/statistics/375986/market-share-held-by-mobile-phone-operators-united-kingdom-uk/>

ასაცილებლად) მიჩნეულია წინამდებარე ბაზრის ანალიზის ფარგლებს გარეთ განხილვის საგნად.

აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, გაფორმდება მობილურ ქსელზე საბითუმო დაშვების ხელშეკრულებები, რომლებიც რეალურ გავლენას მოახდენენ კონკურენტულ სიტუაციაზე მობილურ საცალო ბაზარზე.

ამ მიზეზით, კონკურენცია საცალო დონეზე გარკვეულწილად ასახავს კონკურენციას საბითუმო დონეზე, ამიტომ ანალიზის ელემენტები მეორე კრიტერიუმით უნდა იყოს დაკავშირებული კონკურენციის სიტუაციასთან საცალო ბაზრებზე მობილური სერვისებისთვის, როგორც მითითებულია 6.1 თავში. ეს იმიტომ ხდება, რომ საქართველოს მობილური საბითუმო დაშვების ბაზარზე MVNO დაშვების მასშტაბი ჯერ კიდევ ძალიან მცირეა. აქედან გამომდინარე, მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი თითქმის ექსკლუზიურად შედგება მობილური ოპერატორების მიერ მათი ქსელის ოპერაციებიდან საკუთარი საცალო ორგანიზაციებისთვის თვითმომსახურებით. ამ შემთხვევაში, თითოეული ოპერატორის საბაზრო წილი მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე არსებითად იგივე იქნება, რაც მათი შესაბამისი საცალო ბაზრის წილები.

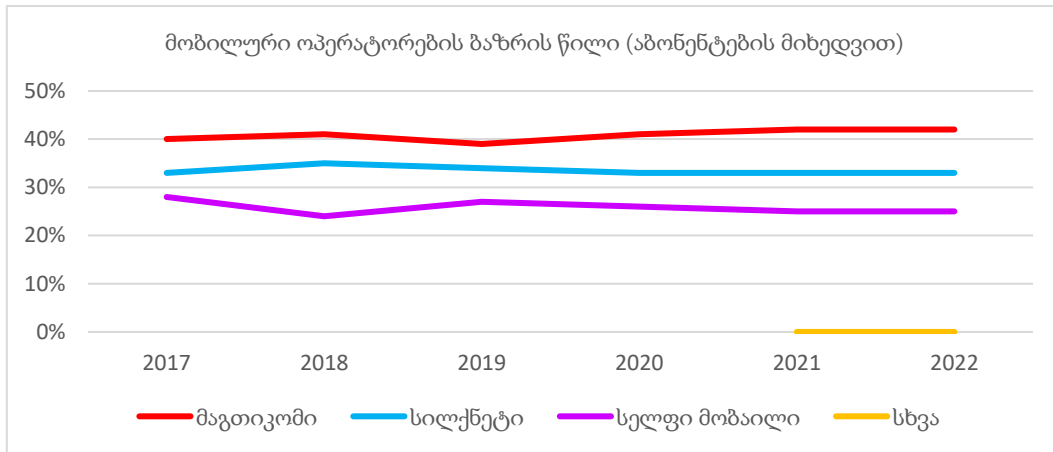
მეორე კრიტერიუმის ეს ანალიზი მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივას მიიღებს შემდეგი ასპექტების გათვალისწინებით:

- ბაზრის წილების განვითარება;
- ბაზრის კონცენტრაცია;
- ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა, გადართვის ხარჯები და ჩაკეტვის მექანიზმები;
- ბაზრის დინამიკა;
- ფასების განვითარება;
- ხელშეკრულების პირობები საბითუმო დონეზე;
- ბაზრის ქცევა;
- მესამე მობილური ქსელის მნიშვნელობა;
- პოტენციური კონკურენცია.

### ბაზრის წილების განვითარება

ბოლო 6 წლის განმავლობაში, სამი მობილური ოპერატორის საცალო ბაზრის წილი აბონენტთა რაოდენობის მიხედვით მნიშვნელოვნად არ შეცვლილა.

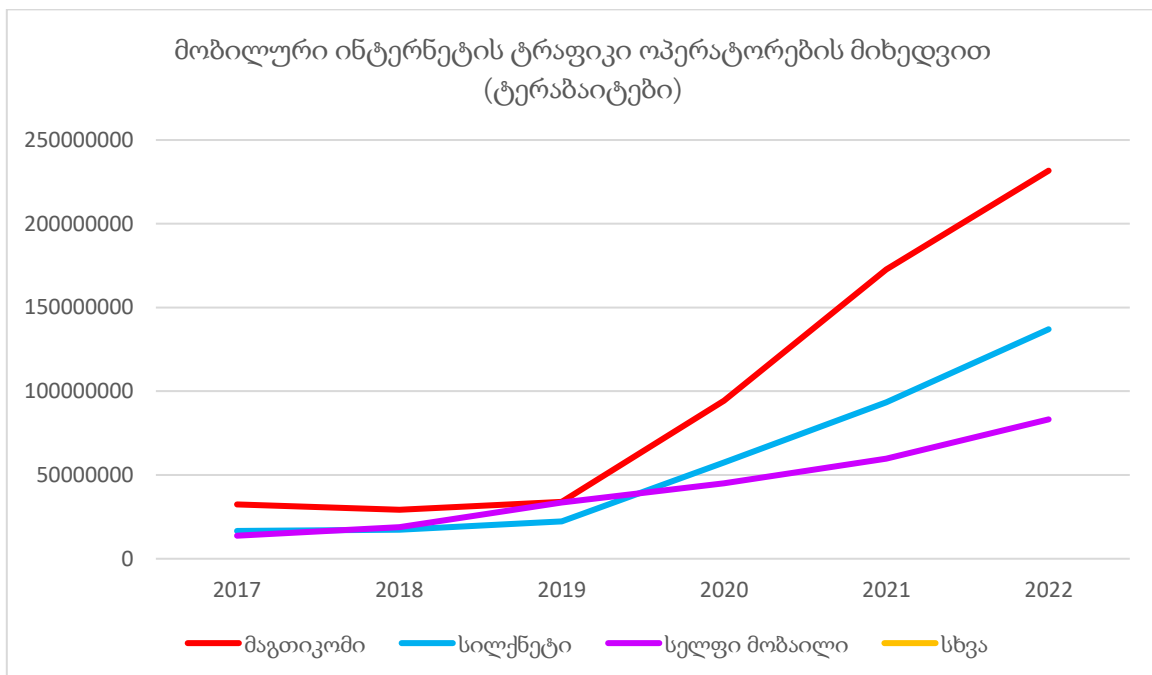
*დიაგრამა 9: მობილური ბაზრის წილის განვითარება*



წყარო: კომისია

პოტენციურად ხელმისაწვდომი მობილური ფართოზოლოვანი საბითუმო დაშვების შესაძლებლობების განვითარება მიჰყვება იგივე ტენდენციას, რომელსაც საცალო დონეზე გამოთვლილი ბაზრის წილები. ეს იმიტომ ხდება, რომ ბოლო 6 წლის განმავლობაში, მობილურ ქსელზე საბითუმო დაშვების ერთადერთი არსებითი საშუალება იყო თითოეული მობილური ქსელის ოპერატორის მიერ საკუთარი ქსელის მიწოდება საკუთარ საცალო ოპერაციებისთვის (თვითმომსახურება). ასე იყო 2022 წლის ბოლომდე, სანამ პირველი MVNO შემოვიდა ბაზარზე. რაც შეეხება მობილური საბითუმო დაშვების სხვა ფორმებს, ეროვნული როუმინგი მობილურ ოპერატორებს შორის საქართველოში არ არსებობს და ინფრასტრუქტურის გაზიარება კი - ძალიან დაბალ დონეზეა.

დიაგრამა 10: მობილური ინტერნეტის ტრაფიკის ზრდა



წყარო: კომისია

კონკურენციის ყველაზე მნიშვნელოვანი მაჩვენებელი დაფუძნებული იქნება მობილური ოპერატორების მიერ გატარებული მონაცემების მოცულობაზე. მობილური ოპერატორის



სამივე ქსელში მონაცემთა ტრაფიკის ზრდა ნაჩვენებია მე-10 დიაგრამაზე. 2019 წლიდან შპს „მაგთიკომის“ მონაცემთა ტრაფიკი უფრო სწრაფად გაიზარდა, ვიდრე სილქნეტისა და სელფი მობაილის. ინტერნეტის ტრაფიკი მნიშვნელოვნად იზრდება, როგორც ინტერნეტის მომხმარებლების ზრდის, ისე ინდივიდუალური აბონენტის მიერ მოხმარებული ინტერნეტის მოცულობის ზრდის ხარჯზე. 2022 წლის განმავლობაში, ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა 9.4%-ით გაიზარდა, ხოლო ინდივიდუალური მომხმარებლის ტრაფიკი - 26%-ით. მე-10 დიაგრამა გვიჩვენებს ინტერნეტის ტრაფიკის ტენდენციას თითოეული ოპერატორისთვის.

ახალი MVNO (ეკლექტიკი) მოიპოვებს ბაზრის გარკვეულ წილს, მაგრამ ეს სავარაუდოდ არ იქნება განპირობებული ახალი მობილური აბონენტების მოზიდვის გზით, არამედ არსებული ოპერატორებიდან პორტირებული მომხმარებლებით. ნებისმიერი არსებული მობილური აბონენტი, რომელიც გადაერთვება ახალ MVNO-ზე, სავარაუდოა, რომ პორტირებული იქნება სხვადასხვა MNO-დან, შესაბამისად, ბაზრის საერთო წილები დიდწილად უცვლელი დარჩება.

იმისათვის, რომ განხილულ იქნას, მიდრეკილია თუ არა მობილური დაშვების ბაზარი ეფექტური კონკურენციისკენ, აუცილებელია მომავალზე ორიენტირებული მიდგომის გათვალისწინება იმ პოტენციური ფაქტორების გასათვალისწინებლად, რომლებმაც შეიძლება გავლენა მოახდინოს ბაზრის წილების განვითარებაზე მომავალში. ბაზრის წილების შესაძლო განვითარების გათვალისწინებით, ჩვენ შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მობილური ბაზრის წილი, რომელსაც MVNO-ები ემსახურებიან, შეიძლება გაიზარდოს მომდევნო სამი წლის განმავლობაში მთლიანი აბონენტების 1%-დან - 5%-მდე, მსგავსად სხვა ქვეყნების მაგალითებისა. ნებისმიერი საბაზრო წილის დანაკარგი 3 არსებული მობილური ოპერატორისთვის (რომელიც შეიძლება გამოწვეულ იყოს მათი მომხმარებლების MVNO ოპერატორებზე გადასვლით) სავარაუდოდ, მცირე იქნება და თანაბრად განაწილდება მათ შორის.

ბევრი მომხმარებელი სავარაუდოდ შეიძენს დამატებით SIM ბარათებს ეკლექტიკისგან, სხვა არსებული ოპერატორებისგან პორტირების ნაცვლად. ნებისმიერ შემთხვევაში, მიჩნეულია, რომ MVNO-ების დანერგვა ბაზარზე, მიუხედავად იმისა, რომ დადებითად აისახება კონკურენციაზე საბოლოო მომხმარებლების კუთხით განხილვისას, არ მოახდენს მნიშვნელოვან გავლენას საერთო ბაზრის დინამიკაზე, საბაზრო სეგმენტზე ოპერატორების ფარდობითი წილების გათვალისწინებით, ყოველ შემთხვევაში, მოკლე და საშუალო ვადიან პერიოდში.

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საცალო მობილური წვდომის და საბითუმო მობილური დაშვების ბაზრის წილი დროთა განმავლობაში სტაბილური იქნება და არ არსებობს საფუძველი იმის პროგნოზირებისთვის, რომ ბაზრის წილები მნიშვნელოვნად შეიცვლება მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

ძირითადი პოტენციური ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ახდენს მობილური სერვისების ბაზრის წილებთან დაკავშირებით, შემდეგია:

- ახალი მობილური ოპერატორებისთვის სპექტრის მინიჭება;

- მნიშვნელოვანი ზრდა MVNO-ების რაოდენობაში;
- მობილური ოპერატორების ბიზნეს გეგმები 5G-ში ინვესტიციისთვის.

რაც შეეხება განაწილებულ ახალ სპექტრს, ეს უკვე გათვალისწინებულია ანალიზში, ბაზარზე შესვლის ბარიერებთან დაკავშირებით პირველი კრიტერიუმისთვის. მიუხედავად იმისა, რომ ბაზარზე ახალი შემომსვლელის საჭიროება შეიძინოს სპექტრის რესურსები, ნამდვილად წარმოადგენს ბარიერს ბაზარზე შესვლისთვის, ეს არის გარდამავალი ბარიერი, რადგან სპექტრის მინიჭებაზე გავლენას ახდენს კომისიის პოლიტიკა, რომელსაც შეუძლია სპექტრის მინიჭება ნებისმიერი ახალი მოთამაშისთვის უფრო გაამარტივოს, მაგალითად, გეოგრაფიული დაფარვის ვალდებულებების შემცირებით. მობილურის დაფარვის წინამდებარე ვალდებულება მოითხოვს, რომ სამივე მობილურმა ოპერატორმა დაფაროს საქართველოს მოსახლეობის გარკვეულ რაოდენობაზე მაღალი დასახლებების არანაკლებ 90%-ისა. მომავალი სპექტრის ლიცენზიის აპლიკანტისთვის დაფარვის ნებისმიერი მოთხოვნა დიდწილად განსაზღვრავს მათ საინვესტიციო მოთხოვნებს მობილურის ბაზარზე სრულად კონკურენტუნარიანი პოზიციის მისაღწევად. როგორც პირველი კრიტერიუმის ანალიზის პროცესში აღინიშნა, ეროვნული დაფარვის მიღწევას დიდად უწყობს ხელს მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი, რომელიც ახალ შემომსვლელებს აძლევს MVNO დაშვებას, ეროვნულ როუმინგს და/ან თანალოკაციას.

ბაზარზე შესვლის სტრუქტურული ბარიერები მაინც სახეზეა, მიუხედავად იმისა, განხილულ იქნება თუ არა სპექტრის შესყიდვა, როგორც ბაზარზე შესვლის არაგარდამავალი ბარიერი. შესაბამისად, ეს სტრუქტურული ბარიერები მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს მომავალში ბაზრის წილების განვითარებაში, რადგან ისინი ხშირად განსაზღვრავენ ნებისმიერი ახალი შემომსვლელის ინვესტიციის დონეს და ინფრასტრუქტურის გავრცელების მაჩვენებელს.

საქართველოში, მობილური სპექტრის უახლესი ლიცენზიები გაიცა ღია აუქციონის წესით, აუქციონზე დაჯავშნილი ფასებით, რომლებიც დროთა განმავლობაში მნიშვნელოვნად არის შემცირებული. შესაბამისად, მოსალოდნელია, რომ ახალი შემომსვლელი კონკურენციას გაუწევს სხვა ოპერატორებს, რომლებსაც აქვთ საკმარისი ფინანსური ძალა, რომ მინიმუმ სარეზერვო ფასი დააკმაყოფილონ. ფინანსური რისკი, რომელიც ემუქრება ბაზარზე პოტენციურ შემომსვლელს, ჯერ კიდევ დიდწილად უცნობია, რადგან პრეტენდენტები არ არიან მზად გადაიხადონ მაღალი ფასები სპექტრის მისაღებად. ამ თვალსაზრისით, რაც უფრო დიდია აუქციონზე ხელმისაწვდომი სპექტრის რაოდენობა (მაგალითად, თუ შეთავაზებული იქნება საჭიროზე მეტი სპექტრი არსებული მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად) და რაც უფრო დაბალი იქნება გამარჯვებულებისთვის განსაზღვრული ვალდებულებები, მით უფრო დაბალი იქნება რისკი და ფინანსური ხარჯი, რომელსაც წააწყდება ბაზარზე ახალი მონაწილე.

მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, 5G ტექნოლოგიის მიერ წარმოდგენილი შესაძლებლობები და მისი პოტენციური ახალი სერვისებისთვის (მათ შორის IoT შესაძლებლობები და სპექტრისთვის დამახასიათებელი ღირებულებები) მნიშვნელოვანს ხდის ახალ შემომსვლელთა დიდ ნაწილს (ტელეკომის სექტორიდან და მის ფარგლებს გარეთ) ჰქონდეს დაშვება სპექტრის ახალ რესურსებზე. მიუხედავად იმისა, რომ ანალიზის

შედეგად მივიღეთ დასკვნა, რომ 5G ტექნოლოგიაზე დაფუძნებული სერვისები ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ხელმისაწვდომი იყოს საქართველოში სულ მცირე მომდევნო 3 წლის განმავლობაში, საინვესტიციო გადაწყვეტილებები, რომლებიც საჭიროა მისი პოტენციალის ათვისებისთვის, ამ პერიოდში დაიწყება. ეს მიუთითებს სპექტრის შემდგომი მნიშვნელოვანი და იაფფასიანი განაწილების აუცილებლობაზე (სიმძლავრის განთავისუფლებისას) დაფარვის მსუბუქ ვალდებულებებთან ერთად, რათა შემცირდეს ბაზარზე შესვლის ბარიერები და მაქსიმალურად გაიზარდოს 5G ტექნოლოგიის ფართო გამოყენების პოტენციალი.

ისევე როგორც ბევრ სხვა ქვეყანაში, სპექტრის რესურსების გამცემი ორგანოსთვის, საქართველოსთვისაც აუცილებელია ორგანომ (საქართველოს შემთხვევაში - კომისია) აწარმოოს საჯარო კონსულტაციები შემოთავაზებული აუქციონის პროცესის შესახებ საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებამდე, გამოსაშვები სპექტრის ოდენობაზე, გადასახდელ ფასებზე და გამარჯვებულების მიერ შესასრულებელი ვალდებულებებზე<sup>68</sup>. ამ გადმოსახედიდან, ბაზარზე არსებული მოთამაშეების სტრატეგიები ამ საჯარო კონსულტაციების პროცესში, მოსალოდნელია, რომ არ შეიცვალოს. ბაზარზე არსებული ოპერატორების შეხედულებები ემხრობა პირობებს, რომლებიც ხელს უწყობს სპექტრის განაწილებას მხოლოდ არსებულ და არა ახალ ოპერატორებზე. შესაბამისად, მოსალოდნელია, არსებულმა მოთამაშეებმა აუქციონზე გადაიხადონ უფრო მაღალი ფასები, რათა შეამცირონ ახალი მოთამაშეების მიერ სპექტრის შესყიდვის შესაძლებლობა. ანალოგიურად, მოსალოდნელია, რომ ისინი მიემხრობიან არაბუნებრივად მკაცრი დაფარვის ვალდებულებებს, რომლის შესრულების შესაძლებლობაც მხოლოდ მათ ექნებათ.

ბაზრის მიმოხილვის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში და სამი კრიტიკული საკითხის გათვალისწინებით (ახალი სპექტრის მინიჭება, MVNO-ების განვითარება, ინვესტიციები 5G-ში), გამომდინარეობს დასკვნა, რომ საბაზრო წილების მნიშვნელოვანი ცვლილება ნაკლებად სავარაუდოა, რამეთუ:

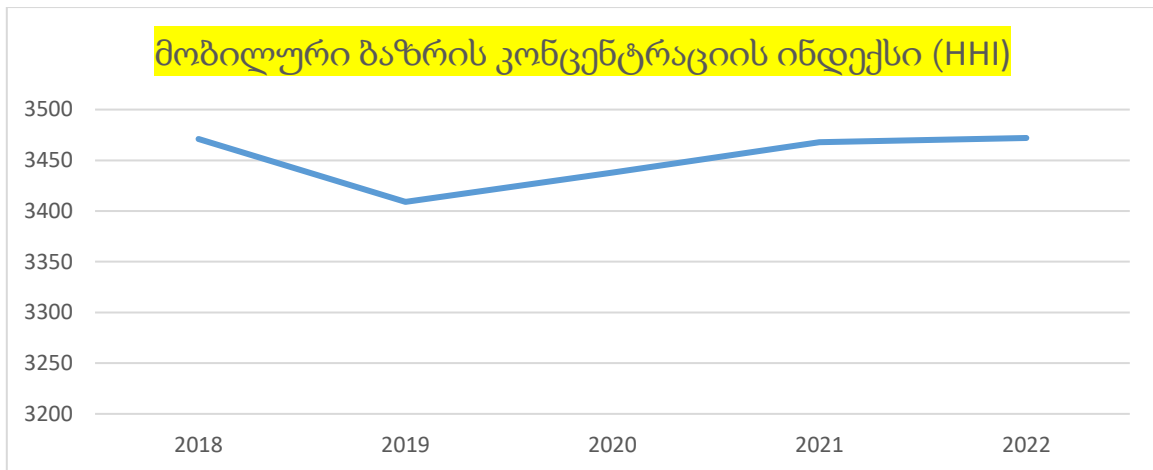
- ახალი სპექტრის რესურსების მინიჭება, სავარაუდოდ, კვლავ ხელს შეუწყობს „სტატუს-კვოს“, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, სპექტრის მთელი თუ არა უმეტესი ნაწილი, მიენიჭება არსებული მობილური ქსელის ოპერატორებს;
- არსებულმა ოპერატორებმა ნაკლებად სავარაუდოა, რომ შეცვალონ თავიანთი პოზიცია სრული MVNO-ების განვითარების მიმართულებით. ნებისმიერი ახალი MVNO, სავარაუდოდ, დარჩება მხოლოდ „ბრენდირებულ გადამყიდველად“, „მე-2 ბრენდის“ ან „მსუბუქ“ MVNO-ოდ, რომელთაგან ვერცერთი ვერ მოიპოვებს ბაზრის მნიშვნელოვან წილს;
- არსებული ოპერატორები გააგრძელებენ იმ მოსაზრების მხარდაჭერას, რომ არ არსებობს დამაჯერებელი კომერციული გამართლება 5G-ში ინვესტიციისთვის. ნებისმიერ პოტენციური ახალი 5G ოპერატორი კი, ბაზარზე შესვლის მნიშვნელოვან ბარიერებს წააწყდება.

<sup>68</sup> <https://comcom.ge/uploads/other/5/5484.pdf>

## ბაზრის კონცენტრაცია

კონცენტრაციის ინდექსის მიზანია შეაფასოს ბაზარზე არსებული ოპერატორების კონცენტრაცია. ბაზრის მხოლოდ 4 მოთამაშით (რომელთაგან ერთი სულ ახლახან შემოვიდა ბაზარზე და ჯერ კიდევ უმნიშვნელო ზომისაა), ყველაზე შესაფერის ინდექსად ითვლება ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსი (HHI). ის გამოითვლება ბაზრის თითოეული მოთამაშის საბაზრო წილის კვადრატების დაჯამებით. ეს ინდექსი უფრო მეტ წონას ანიჭებს ბაზრის უფრო მაღალი წილის მქონე მოთამაშეებს. შესაძლო შედეგის თეორიული დიაპაზონი არის 2,500-დან (ბაზარზე 4 ოპერატორით) 10,000-მდე. დაბალი მნიშვნელობა მიუთითებს ბაზრის ნაკლებ კონცენტრაციაზე და, შესაბამისად, უკეთეს საბაზრო კონკურენციაზე. HHI ინდექსის შემცირება ზოგადად მიუთითებს კონკურენციის გაზრდის ინტენსივობაზე და საბაზრო ძალაუფლების შემცირებაზე.

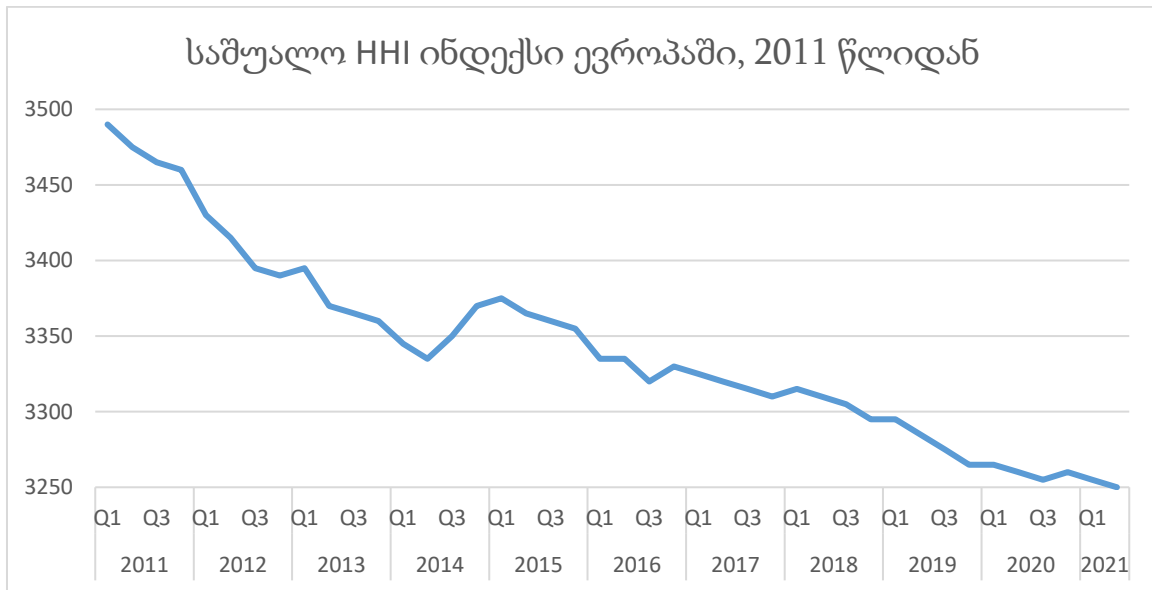
დიაგრამა 11: მობილური ბაზრის კონცენტრაცია საქართველოში (HHI-ს ინდექსი)



წყარო: კომისია

HHI ინდექსის თეორიული ქვედა ზღვარი არის 0 (შეესაბამება უსასრულო რაოდენობის ოპერატორებს ბაზარს). HHI-ის მაქსიმალური მნიშვნელობა არის 10,000, რომელიც შეესაბამება ერთ პროვაიდერს. ~~ზოგადად, HHI-ს 1,000-ზე ნაკლები მნიშვნელობა მიუთითებს უაღრესად კონკურენტუნარიან ბაზარზე.~~ ბაზრისთვის გამოთვლილი შედეგის შემცირება მიუთითებს კონკურენციის ზრდაზე. ბოლო 5 წლის განმავლობაში საქართველოს მობილური ბაზრისთვის გამოთვლილი HHI ინდექსის ცვლილების ნაკლებობა მიუთითებს ბაზრის დინამიკის ნაკლებობაზე და ტენდენციაზე, რომელიც არ მიუთითებს ბაზარზე, რომელიც მიდრეკილია ეფექტიანი კონკურენციისკენ. ბაზრის კონცენტრაციის შემცირების არარსებობა საქართველოს ბაზარზე, კონტრასტშია ევროპის ბაზრებთან შედარებით, აღნიშნული ნაჩვენებია მე-12 დიაგრამაზე.

დიაგრამა 12: მობილური ბაზრის კონცენტრაცია ევროპაში (HHI-ს ინდექსი)



წყარო: GSMA<sup>69</sup>

ევროპის მობილური ბაზრის კონცენტრაცია 2011 წელს 3,500-ამდე იყო. მას შემდეგ, ევროპის ბაზრებზე გაიზარდა კონკურენცია და კონცენტრაციამ 2021 წლისთვის 3,250 შეადგინა. საქართველოს მაჩვენებელი ამ კრიტერიუმით კვლავ 3,500-ზე რჩება 2022 წლისთვის (იხილეთ დიაგრამა 11), რაც ასახავს კონკურენტული დინამიკის არარსებობას.

**ინფორმაციაზე წვდომა, გადართვის ხარჯები და ჩაკეტვის მექანიზმები**

მობილური მომწოდებლებისგან ხელმისაწვდომი შეთავაზებების შესახებ ინფორმაციის მიღება შესაძლებელია თითოეული ოპერატორის ვებგვერდიდან (გარდა სპეციალიზებული ბიზნეს შეთავაზებებისა, სადაც მომხმარებლებს სთხოვენ დაუკავშირდნენ კომპანიას ინფორმაციის მისაღებად). პოტენციურ მომხმარებლებს შეუძლიათ მიიღონ ინფორმაცია და რჩევები ოპერატორების გაყიდვების ოფისებში დარეკვით. მაღაზიების ქსელი, რომელსაც მართავს თითოეული ჩამოყალიბებული 3 ოპერატორი, ფართოა, რაც უზრუნველყოფს ეფექტურ ეროვნულ დაფარვას. თითოეული ოპერატორის მიერ მიწოდებული ინფორმაცია შედარებით მკაფიოა, მაგრამ ეს სულაც არ იძლევა მარტივი შედარების საშუალებას სხვადასხვა ოპერატორის შეთავაზებებს შორის.

უფრო რთული მოთხოვნების მქონე იურიდიულ პირ მომხმარებლებს შეუძლიათ მიიღონ უფრო კონკრეტული რჩევა სპეციალისტთა ჯგუფისგან უფრო დიდი ოპერატორებიდან, რომლებსაც აქვთ გამოცდილება ფიქსირებული და მობილური სერვისების სექტორში.

მეოთხე მობილური ოპერატორი ახლახან შემოვიდა ბაზარზე და მის ვებ-გვერდზე მხოლოდ შეზღუდული ინფორმაციაა მომსახურების შეთავაზების შესახებ. კლიენტებთან

<sup>69</sup> <https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2022/11/Competition-Dynamics-in-Mobile-Markets.pdf>

კონტაქტის წყაროებია ტელეფონი, ელექტრონული ფოსტა, სოციალური ქსელი, ან ოფისში ადგილზე მისვლა.

საქართველოში, ბევრი სხვა ქვეყნისგან განსხვავებით, არ არსებობს სერვისების შედარების დამოუკიდებელი ვებ-გვერდები, რომლებიც მობილური სერვისების არჩევას ეძღვნება<sup>70</sup>. ამ ტიპის ონლაინ შედარების საიტები თვალყურს ადევნებენ ყველა ოპერატორის განახლებულ მობილურ სერვისებს და ეძებენ საუკეთესო მიმდინარე შეთავაზებებს ნებისმიერი მომხმარებლისთვის (მომხმარებელმა უნდა შეიყვანოს ზარების, ტექსტური შეტყობინებების და ინტერნეტის მოსალოდნელი გამოყენების მოცულობა). თუ ეს ფასების შედარების სახელმძღვანელოები საქართველოში დაინერგება, შესაძლოა ამან გააუმჯობესოს კონკურენცია, მომხმარებელთა ინფორმირებით და ასევე ოპერატორების წახალისებით, გააუმჯობესონ თავიანთი შეთავაზებები ბაზრის საჭიროებების შესაბამისად.

მობილურის ფიზიკური პირი მომხმარებლების აბსოლუტური უმრავლესობა და იურიდიულ პირ მომხმარებელთა დაახლოებით 60% იყენებს წინასწარ გადახდის მობილურ პაკეტებს. გადახდის შემდგომი პაკეტებისგან განსხვავებით, რომლებსაც ძირითადად იურიდიული პირი მომხმარებლები იყენებენ, წინასწარ გადახდილ პაკეტს არ აქვს „ჩაკეტვის“ მექანიზმი. შემდგომი გადახდით პაკეტები შექმნილია მომხმარებლის ჩაკეტვისათვის 12 თვის განმავლობაში, საჯარიმო პუნქტებით (ჩვეულებრივ მოხსენიებული როგორც „გასვლის გადასახადი“) აბონენტის მიერ კონტრაქტის ნაადრევად გაუქმებისთვის.

ნებისმიერი მომხმარებლისთვის, რომელიც ახორციელებს ერთი ოპერატორიდან მეორე ოპერატორის სერვისზე გადართვას (აბონენტის მობილური ნომრის შეცვლის გარეშე) ნომრის პორტაბელობის დამოუკიდებელი სერვისი უფასოა. ამ პროცესს ჩვეულებრივ ესაჭიროება 2 დღე ზედმეტი შეზღუდვებისა და ბიუროკრატიული პროცედურების გარეშე. აღნიშნული სერვისი შედარებით დაბალი მოთხოვნით ხასიათდება საქართველოში, რაც მომხმარებლის კლების მაჩვენებლით აისახება. სამაგიეროდ, როგორც უკვე აღინიშნა, ბევრი ქართველი მობილურის მომხმარებელი იყენებს ერთზე მეტ მობილურ ოპერატორს და მარტივად ცვლის სერვისებს SIM ბარათების ცვლილების მეშვეობით, ზოგიერთ შემთხვევაში კი მრავალ SIM-ბარათიანი მობილური მოწყობილობების გამოყენებით.

ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის, გადართვის ხარჯებისა და ჩაკეტვის მექანიზმებთან დაკავშირებით, ეფექტური კონკურენციის გაზრდის პოტენციალი შეზღუდულია.

### ბაზრის დინამიკა

მოთხოვნისა და მიწოდების ჩანაცვლებადობის ანალიზში (იხ. თავები 4.1. და 4.2), საბაზრო წილები (ბოლო 10 წლის განმავლობაში) აბონენტების თვალსაზრისით, იკვეთება, რომ ბაზარი განვითარდა საკმაოდ სტატიკური გზით, მხოლოდ უახლესი ოპერატორის შემოსვლამ (2016 წელს) მოახდინა გავლენა ბაზრის მთლიან დინამიკაზე. როგორც აღინიშნა პირველი კრიტერიუმისთვის ჩატარებული ბაზრის წილის განვითარების ანალიზში,

<sup>70</sup> მაგალითად:

<https://mobilephones.comparethemarket.com/?ref1=mobilelandingpage&AFFCLIE=CM01&apuid=undefined>



მიჩნეულია, რომ მობილური ბაზრის დინამიკა ნაკლებად სავარაუდოა, რომ მნიშვნელოვნად შეიცვალოს ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

პირობები, რომელიც უნდა შეიცვალოს იმისთვის, რომ მნიშვნელოვანი გავლენა იქონიოს ქართული ბაზრის დინამიკაზე, შემდეგია:

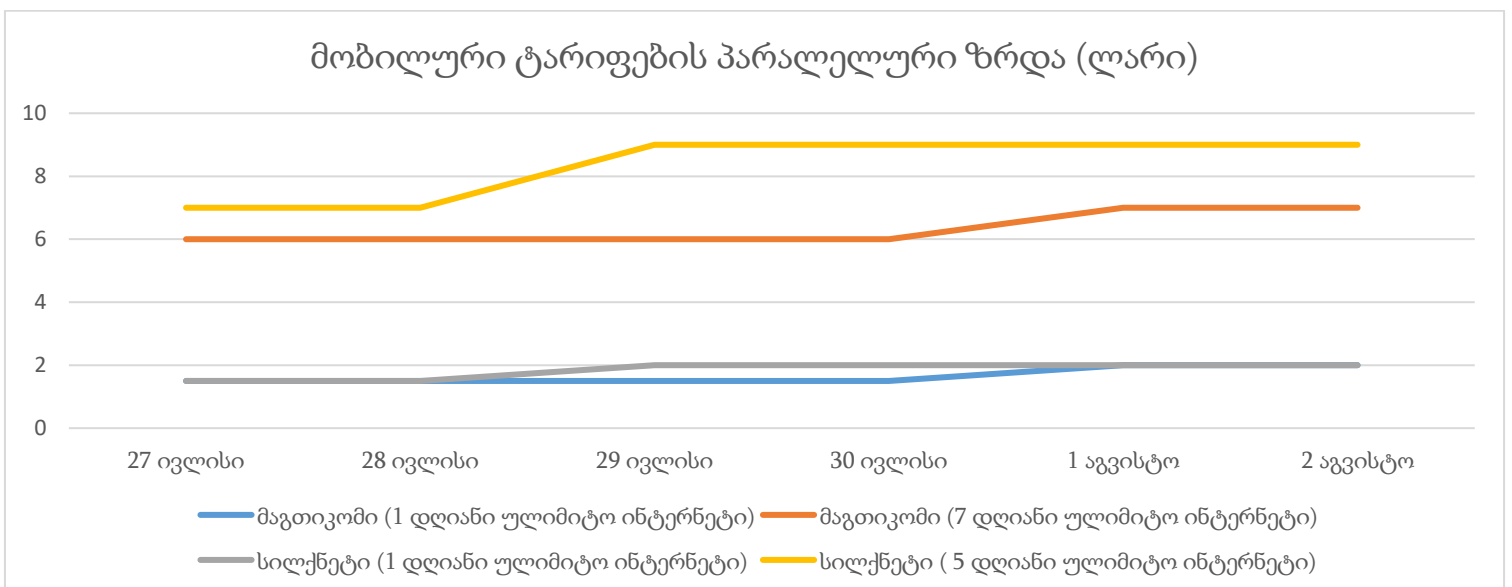
- სპექტრის მინიჭების წესის ცვლილება, რათა უზრუნველყოს, რომ სპექტრი უფრო ადვილად შეიძინოს ბაზარზე ახალმა შემომსვლელებმა;
- სპექტრის ლიცენზიებზე დაშვების უზრუნველყოფის ვალდებულებები;
- MVNO-ების განვითარება, რომლებსაც მეტი კონტროლი აქვთ საკუთარ ოპერაციებზე („მსუბუქი“ და „სრული“ MVNO - იხილეთ სურათი 8);
- არსებულმა ოპერატორებმა (და ბაზარზე ნებისმიერმა ახალმა შემომსვლელმა) შეიძლება სრულად გამოიყენოს 5G-ის განვითარებადი პოტენციალი.

### ფასების განვითარება

მობილური ქსელის ოპერატორების ძირითადი საცალო ფასების შეთავაზებები ასახავს სტრუქტურულ მსგავსებას, მაგალითად, თითოეული მომხმარებელს სთავაზობს 30-დღიან მობილური ინტერნეტის პაკეტებს შეზღუდული და შეუზღუდავი ჩამოტვირთვის მოცულობით, 1 დღიან, 5 ან 7-დღიან ინტერნეტ შეთავაზებებს და ინტერნეტის და ტელევიზიის პაკეტებს.

2022 წლის ზაფხულში, სილქნეტმა და მაგთიკომმა გაზარდეს მოკლევადიანი ინტერნეტ პაკეტების ტარიფები, როგორც ეს ნაჩვენებია მე-13 დიაგრამაზე.

დიაგრამა 13: მობილური სერვისის ფასების განვითარება



წყარო: კომისია

სილქნეტმა 2022 წლის 27 ივლისს გაზარდა 1 დღიანი და 5 დღიანი ულიმიტო ინტერნეტის პაკეტის ტარიფი, რასაც სწრაფად მოჰყვა 3 აგვისტოს შპს „მაგთიკომის“ პაკეტების

პარალელური ზრდა. მიუხედავად იმისა, რომ მხოლოდ ეს პარალელიზმი არ ადასტურებს ამ ბაზარზე ეფექტური კონკურენციის არარსებობას, ის მაინც შეიძლება ასახავდეს საფასო კონკურენციის არარსებობას. მაგთიკომმა იმის ნაცვლად, რომ ესარგებლა ბაზარზე არსებული ფასისმიერი უპირატესობით (გამოწვეული სილქნეტის ფასის ზრდით), აირჩია საკუთარი ტარიფების გაზრდა იგივე პროცენტული წილით 1 დღიანი პაკეტის შემთხვევაში (სილქნეტმაც და მაგთიკომმაც 33% - ით გაზარდეს ტარიფი) და 7 დღიანი პაკეტის უფრო მაღალი პროცენტული წილით (სილქნეტმა ტარიფი გაზარდა 17%-ით, რასაც მოჰყვა შპს „მაგთიკომის“ 29%-იანი ზრდა). მაგთიკომმა, როგორც ოპერატორმა, რომელსაც აქვს ყველაზე დიდი საბაზრო წილი მობილური საცალო ფართოზოლოვანი წვდომის ბაზარზე, გამოიყენა შესაძლებლობა, გაეზარდა თავისი შემოსავლები სიდიდით მეორე ოპერატორის გადაწყვეტილების შემდეგ. უფრო მაღალი ფასის ელასტიურობის შემთხვევაში, უფრო სავარაუდოა რომ კონკურენტი, შეინარჩუნებდა არსებულ საფასო პოზიციას, რათა გამოეყენებინა შესაძლებლობა გაეზარდა თავისი ბაზრის წილი უფრო მაღალი ფასისმიერი კონკურენციის ხარჯზე. ფასების სუსტმა ელასტიურობამ შეიძლება ხელი შეუწყოს ფასების უსიტყვო კოორდინაციას.

მობილური წვდომის საცალო ბაზრის ფასების დინამიკის ანალიზისას იკვეთება: მიუხედავად იმისა, რომ მომხმარებლები აწყდებიან ფასების, პაკეტებისა და შეთავაზებების შედარებით ფართო სპექტრს, ბევრი საბოლოო მომხმარებელი მაინც ყიდულობს ერთზე მეტ პაკეტს. ეს არ მიუთითებს დინამიური ბაზრის არსებობაზე, სადაც მომხმარებლები აკეთებენ არჩევანს ოპერატორებს შორის, უფრო მეტიც, ისინი იღებენ მაქსიმალურ სარგებელს თავიანთი არჩევანის რამდენიმე ოპერატორზე ერთდროულად გავრცელებით.

მიჩნეულია, რომ ბაზრის ეს შედარებით არადინამიური მახასიათებელი, სავარაუდოდ, შენარჩუნდება ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში. აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ ფასების განვითარება საცალო მობილური დაშვების ბაზარზე არ გამოიწვევს უფრო ეფექტურ კონკურენციას საცალო დონეზე.

მობილური საბითუმო დაშვების ბაზარზე არ არსებობს გამჭვირვალე საბითუმო ფასების შეთავაზებები და შესაბამისად, რაიმე ფასის განვითარების დინამიკა ჯერ კიდევ არ არის გამოვლენილი.

### ხელშეკრულების პირობები საბითუმო დონეზე

საქართველოში ამჟამად არსებულ ორი ტიპის საბითუმო კონტრაქტისთვის (MVNO დაშვება და თანალოკაცია) მხარეებს შორის კომერციული პირობების შეთანხმება მოხდა კონფიდენციალურად. ცნობილია, რომ ერთადერთი არსებული MVNO გარიგებაზე (ეკლექტიკსა და სილქნეტს შორის) მოლაპარაკებას ზედმეტად დიდი დრო დასჭირდა და აღნიშნული გარიგების ფარგლებში MVNO მოექცა შემზღვეველი პირობების გავლენის ქვეშ კონტრაქტით გათვალისწინებული ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში. საქართველოს ამჟამად აქვს მობილური საბითუმო დაშვების ძალიან შეზღუდული ბაზარი, შესაბამისად მივიჩნევთ, რომ რადგან მნიშვნელოვნად მეტი და უკეთესი კომერციული

შეთავაზებების წარმოშობა ნაკლებად სავარაუდოა, საბითუმო დონეზე არსებული შეთანხმება ხელს ვერ შეუწყობს ეფექტურ კონკურენციას.

### ბაზრის ქცევა

როგორც პირველი კრიტერიუმის ანალიზში აღინიშნა, არსებობს მთელი რიგი ფაქტორები, რომლებიც უნდა ფიგურირებდეს ქართულ მობილურ ბაზარზე, იმისათვის, რომ გაუმჯობესდეს ბაზრის ინოვაციურობა, დინამიკა და განვითარდეს კონკურენცია. ეს ფაქტორებია:

- მეტი მოტივაცია 5G-ში ინვესტირების მიმართულებით;
- სერვისების უკეთესი მორგება მომხმარებელთა სხვადასხვა ჯგუფის საჭიროებებზე;
- მაღალი მოტივაცია მობილურ ქსელზე საბითუმო დაშვების შესაძლებლობებისა და პირობების მიმართ;
- ხარჯების შემცირების შესაძლებლობების უკეთესი გამოყენება;
- მომხმარებელთან კონტაქტის ეფექტური ონლაინ არხების შექმნა;
- მეტი სერვისის განვითარება, კრეატიულობა და ინოვაცია;
- მომავალზე ორიენტირებული სტრატეგიული მიდგომა ციფრული საზოგადოების მიმართ, რომელიც გამოიყენებს ახალ შესაძლებლობებსა და სერვისებს, რომლებიც მოსალოდნელია 5G-ის განვითარების პარალელურად.

საქართველოში ბაზრის ასეთი ქცევების შედარებითი ნაკლებობის პირობებში (მიმდინარე გლობალური ტენდენციების გათვალისწინებით) არ არსებობს საკმარისი მტკიცებულება ბაზარზე არსებული აქტივობების თვალსაზრისით, რომლებიც გამოიწვევენ უფრო ეფექტურ კონკურენციას საცალო და განსაკუთრებით საბითუმო დონეზე.

### დამატებითი მობილური ოპერატორების მნიშვნელობა

მესამე მობილური ქსელის ოპერატორმა (სელფი მობაილმა) 2007 წელს მოირგო მესამე მობილური ოპერატორის როლი ბილანის ბრენდის გამოყენებით. სელფი მობაილის გამოჩენის მოკლევადიანი გავლენა იყო უმსხვილესი მობილური ოპერატორის ბაზრის წილის შემცირება 72%-დან 41%-მდე (აბონენტების მიხედვით) ერთი წლის განმავლობაში. ამ მნიშვნელოვანი ცვლილების შემდეგ, სამი მობილური ოპერატორის ბაზრის წილები შედარებით სტაბილური დარჩა. ბოლო 5 წელი ძალიან მცირე ცვლილებით გამოირჩევა ბაზრის წილების ცვალებადობის თვალსაზრისით (სურათი 4).

ახალი მობილური ოპერატორის (ეკლექტიკი) გამოჩენა 2022 წელს ძალიან ცოტაა იმისთვის, რომ რაიმე მტკიცე პროგნოზის გაკეთდეს ბაზრის საერთო დინამიკაზე მის გავლენასთან დაკავშირებით. თუმცა, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ერთი MVNO-ს ბაზარზე შესვლა საკმარისი იქნება ეფექტური კონკურენციის მისაღწევად.

ევროკავშირში ბაზრის დინამიკა და ეფექტური კონკურენცია საგრძნობლად გაუმჯობესდა ბაზრებზე, რომლებზეც ოპერირებს 3 ან 4 მობილური ქსელის ოპერატორი და რამდენიმე MVNO, რომელიც ამჟამად ემსახურება ჯამური აბონენტის დაახლოებით 10%-ს<sup>71</sup>.

საბაზრო სეგმენტზე მნიშვნელოვანი ახალი შემსვლელი ეკონომიკური აგენტის განვითარების გარეშე, საქართველოში ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ბაზარი ეფექტური კონკურენციისკენ იქნება მიდრეკილი.

### პოტენციური კონკურენცია

სამი კრიტერიუმის ტესტის შედეგად დადგინდა, რომ საცალო და საბითუმო დონეზე მობილური დაშვების ქართული ბაზარი ხასიათდება დაბალი დინამიურობით (ევროკავშირთან შედარებით), მცირე ინოვაციით და ბაზრის განვითარებით და ნაკლები პროგრესით 5G სერვისებში ინვესტიციების მიმართულებით. მოსალოდნელია შენარჩუნდეს მნიშვნელოვანი და არაგარდამავალი სტრუქტურული და მარეგულირებელი ბარიერები ბაზარზე შესვლისთვის.

ამჟამად ძალიან შეზღუდულია MVNO დაშვების გამოყენება, არ გამოიყენება ეროვნული როუმინგი და ბევრ სხვა ქვეყნებთან შედარებით, თანალოკაციის მომსახურების მიწოდებაც დაბალ დონეზეა. ბაზარზე დამკვიდრებული მოთამაშეები აგრძელებენ თავიანთი პოზიციების დაცვას საკუთარ ინფრასტრუქტურის გაზიარების გარეშე, ისინი აგრძელებენ MVNO დაშვების მოთხოვნების უარყოფას და არ იყენებენ ეროვნულ როუმინგს. ცოტა რამ მიუთითებს, იმაზე, რომ წინასწარი რეგულირების არარსებობის პირობებში, მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი ეფექტიანი კონკურენციისკენ იქნება მიდრეკილი.

მომავლის ანალიზმა იმის შესახებ, მიდრეკილია თუ არა მობილური დაშვების ბაზარი ეფექტიანი კონკურენციისკენ, აჩვენა, რომ მომავალშიც გაგრძელდება ბაზრის წილების დინამიკის ნაკლებობა და შესაბამისად, ბაზრის სტაბილური კონცენტრაცია, ბაზარზე ინფორმაციის მიმოქცევის გაუმჯობესების მნიშვნელოვანი პოტენციალის ნაკლებობა, არასახარბიელო ბაზრის დინამიურობა, ფასების განვითარების სიმწირე, საბითუმო ხელშეკრულებების პროგრესის ნაკლებობა, ოპერატორების ტენდენცია იყვნენ ზედმეტად ჩაკეტილნი თავიანთ საბაზრო ქცევაში, ასევე არ ჩანს რაიმე ნიშანი ბაზარზე ახალი შემოსვლელი ოპერატორის და მნიშვნელოვანი ახალი კონკურენტის გამოჩენის მიმართულებით.

წინასწარი რეგულირების არარსებობის შემთხვევაში (მაგალითად, დაავალდებულონ ბაზარზე არსებული ოპერატორები გამოაქვეყნონ MVNO შეთავაზებები) არ არსებობს იმის მკაფიო მაჩვენებელი, რომ მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი მიდრეკილი იქნება ეფექტური კონკურენციისკენ ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

---

<sup>71</sup> <http://mvnoeurope.eu/>

ამ ვითარებაში შეგვიძლია მივიჩნიოთ, რომ წინასწარი რეგულირების არარსებობის შემთხვევაში, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ გაჩნდეს კონკურენციის განვითარების შემდგომი პოტენციური მობილური დაშვების საცალო და საბითუმო ბაზრებზე.

### დასკვნა - მეორე კრიტერიუმი

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მეორე კრიტერიუმი (ბაზარი არ არის მიდრეკილი ეფექტური კონკურენციისკენ) - შესრულებულია.

### 5.5.3. მესამე კრიტერიუმი: - კონკურენციის სამართალი არ არის საკმარისი ბაზრის იდენტიფიცირებული ჩავარდნების აღმოსაფხვრელად.

საცალო ბაზარზე დროის შესაბამისი ჰორიზონტში კონკურენციის შეფასებისას მოიაზრება (იხილეთ თავი 4.5), რომ საცალო დონეზე კონკურენციის ჩავარდნა, მაგალითად ინვესტიციებისა და ინოვაციების ნაკლებობა, შესაძლებელია გამკლავებულ იქნას შესაბამისი ჩარევით საბითუმო დონეზე.

მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი შედგება ეროვნული როუმინგის, თანალოკაციისა და MVNO დაშვებისაგან. ეროვნულ როუმინგზე, თანალოკაციასა და საერთაშორისო როუმინგზე ამჟამად საქართველოში არ არსებობს რეგულაცია და არც არის მოლოდინი, რომ მოხდება მათი რეგულირება ეროვნულ დონეზე.

რაც შეეხება MVNO დაშვებას, კომისიის 2019 წლის 31 დეკემბრის განახლებული გადაწყვეტილება G-20-9/156 (შპს “მაგთიკომს”, სს “სილქნეტს” და შპს “სელფი მობაილს”) განსაზღვრავს ერთობლივად მნიშვნელოვანი ძალაუფლების მქონე კომპანიებს.

გადაწყვეტილება აწესებს შემდეგ ex-ante მარეგულირებელ მექანიზმებს:

1. დაშვების წინადადების გამოქვეყნების ვალდებულება მათ ქსელის ელემენტებზე წვდომის გასაცემად (ქვედა სისტემურ დონეზე) მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორებისთვის;
2. ვადები ხელშეკრულების შესათანხმებლად და ხელის მოსაწერად, მაგალითისთვის, შესაბამისი დაშვების მსურველის პირველი განცხადების შემოტანიდან 9 თვე, და 60 კალენდარული დღე ყოველ შემდგომ წინადადების შემთხვევაში. მომსახურების გაწევა დაშვების მსურველისთვის (ხმოვანი ზარები, ინტერნეტი, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები) დისკრიმინაციის აკრძალვის პრინციპებზე დაყრდნობით.
3. განცალკევებული აღრიცხვის ვალდებულება;
4. ფასების კონტროლი: თუ მხარეები ვერ შეთანხმდებიან საფასურზე, კომისია გადაწყვეტს დავას „საცალოს მინუს“ (Retail minus) მოდელის გამოყენებით, რომელიც საკონსულტაციო კომპანია PriceWaterhouseCoopers (PwC) ერთად შემუშავდა და გამოქვეყნდა კომისიის ვებ-გვერდზე.

მესამე კრიტერიუმის შეფასებისთვის, აუცილებელია განვიხილოთ, კომისიის მარეგულირებელი მექანიზმის არარსებობის პირობებში, კონკურენციის სამართლის

გამოყენებით, შესაძლებელი იქნებოდა თუ არა ეფექტური საბითუმო დაშვების მიღწევა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, იქნებოდა თუ არა „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი საკმარისი პასუხი პოტენციური ანტი-კონკურენტული ქმედებებისთვის მობილური ბაზრის საბითუმო დაშვებაზე.

პირველი ასპექტი, რომელიც გასათვალისწინებელია, არის კონკურენციის კანონის უფლებამოსილების აღსრულების დროულობა ex-ante რეგულირებასთან შედარებით. ამასთან დაკავშირებით, აღნიშნულია, რომ კომისიას შეუძლია კონკურენციის კანონის უფლებამოსილებით მოითხოვოს სასამართლოს დროებითი ზომების დაწესება. პრაქტიკაში, კომისიას შეუძლია მოსთხოვოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორ(ებ)ს მოლაპარაკება და მობილურზე ხელმისაწვდომობის ხელშეკრულებების დადება, საქმის არსებითად საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებამდე კი. ამდენად, კონკურენციის კანონის პროცედურები ვერ იქნება იმაზე ხანგრძლივი, ვიდრე ex-ante რეგულირება.

მეორე გასათვალისწინებელი ასპექტია არის აქვს თუ არა კომისიას შესაძლებლობა დააწესოს ზღვრული ტარიფები კონკურენციის კანონით მინიჭებული ძალაუფლების გამოყენებით. ამ მხრივ კონკურენციის კანონმდებლობას შეუძლია დაძლიოს მაღალი ფასები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორებისთვის ტარიფების დათვლისას „სამართლიანობის და გონივრულობის“ პრინციპის განსაზღვრით. კომისიას შესაძლებლობა აქვს კონკრეტულ მაგალითზე „სამართლიანი და გონივრული“ ტარიფების არსებობის დასადგენად მიმართოს კომისიის მიერ შემუშავებულ და შესაბამის ვებ-გვერდზე გამოქვეყნებულ „საცალოს მინუს“ მეთოდოლოგიას. მტკიცების ტვირთი, რომ ეს ზომა არ არის „სამართლიანი და გონივრული“, ეკისრება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს. ამგვარად, კონკურენციის კანონის პროცედურა ტარიფების კონტროლის საშუალებას, როგორც ეს დაწესებულია ამჟამინდელი ex-ante მარეგულირებელი მექანიზმის მიერ.

მესამე ასპექტი, რომელიც გასათვალისწინებელია არის თუ რამდენად ძალუძს კომისიას შეეჭიდოს დომინანტი ოპერატორ(ებ)ის მიერ შექმნილ შესაძლო ტექნიკურ წინაღობებს კონკურენციის კანონის მიერ მინიჭებული უფლებამოსილებებზე დაყრდნობით ისეთივე ეფექტურად, როგორც ეს შესაძლებელი იქნებოდა ex-ante მარეგულირებელი მექანიზმების არსებობის პირობებში. კონკურენციის კანონის უფლებამოსილებით კომისიას შეუძლია მოითხოვოს მოწვევის წინადადების გამოქვეყნება. თუმცა, კომისიას არ ექნება სამართლებრივი საფუძველი, მოსთხოვოს დომინანტურ ოპერატორ(ებ)ს კონკრეტული ტექნიკური პარამეტრების გამოყენება ან კონკრეტული წვდომის წერტილებისა და ინტერფეისების განსაზღვრა. მოწვევის წინადადების განხილვისას ასეთ ტექნიკურ საკითხებთან განმკლავების აუცილებლობის გათვალისწინებით, მხოლოდ ex-ante რეგულირებას შეუძლია კონკურენციის პრობლემის მოგვარება მობილურით საბითუმო დაშვების შემთხვევაში.

აღნიშნულ ანალიზზე დაყრდნობით, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მესამე კრიტერიუმი - რომ კონკურენციის კანონი არ არის საკმარისი საქართველოს მობილურ ბაზარზე კონკურენტული ჩავარდნების აღმოსაფხვრელად - მიღწეულია.



#### 5.5.4. დასკვნა ექვემდებარება თუ არა ბაზარი *ex-ante* რეგულირებას

დასკვნის სახით დგინდება, რომ ევროკავშირის კანონით<sup>72</sup> განსაზღვრული „სამი კრიტერიუმის ტესტი“ - დაკმაყოფილებულია. აღნიშნული ნიშნავს, რომ მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი ექვემდებარება *ex-ante* რეგულირებას.

---

<sup>72</sup> მუხლი 67(1) EECC

## 6. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების (SMP) შეფასება

### 6.1. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასების ფაზის საფუძველი და მიზანი

საცალო მობილური წვდომის ბაზარზე კონკურენციის პერსპექტიული შეფასებით, დადგინდა, რომ შესაბამისი ბაზარი არ არის საკმარისად კონკურენტუნარიანი (იხ თავი 4.5). ამ მიზეზით, საჭირო გახდა საბითუმო მობილური დაშვების ბაზრის შესწავლა, რომლებზეც მარეგულირებელი ჩარევა საშუალებას მოგვცემს მოგვარდეს საცალო ბაზარზე გამოვლენილი კონკურენციის პრობლემა.

მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრის „სამი კრიტერიუმის ტესტმა“ აჩვენა, რომ შემდგომი ანალიზისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენის გათვალისწინებით, მარეგულირებელი ჩარევა საბითუმო დონეზე იქნება საჭირო საცალო დონეზე კონკურენციის პრობლემების აღმოსაფხვრელად.

ამ ბაზრის ანალიზის მიზანია იმის დადგენა, აქვს თუ არა საბითუმო მობილური დაშვების ბაზარზე ოპერატორს (ან რამდენიმე ოპერატორს ერთობლივად) მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება.

ოპერატორს აქვს მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლება, თუ მისი პოზიცია საშუალებას იძლევა „...ცალმხრივად არსებითი გავლენა მოახდინოს ბაზრის ამ სეგმენტზე და შეზღუდოს კონკურენცია“<sup>73</sup>. მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრის შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეუძლია შეზღუდოს კონკურენცია საცალო მობილური წვდომის ბაზარზე.

### 6.2. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასება შესაბამისი კრიტერიუმების გამოყენებით

#### 6.2.1. ბაზრის წილი

პირველ რიგში, მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ანალიზისას, აუცილებელია განვსაზღვროთ როგორ გავზომოთ ბაზრის წილი.

რაც უფრო მაღალია ბაზრის წილი და ხანგრძლივი მისი ფლობის პერიოდი, მით მნიშვნელოვანია აღნიშნული ფაქტორი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების სტატუსის არსებობის დასადგენად.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ანალიზი შემოიფარგლება შესაბამისი ბაზრით, როგორც ეს განსაზღვრულია 5.4 თავში. მობილური დაშვების შესაბამისი საბითუმო ბაზარი მოიცავს მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორების (MVNO) დაშვებას, ეროვნულ როუმინგსა და თანალოკაციას, თვითმომსახურებასთან ერთად, წინა თავებში

<sup>73</sup> „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლი  
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/29620?publication=46>

განალიზებულ შესაბამის საცალო ბაზარზე არსებული ყველა ოპერატორის მიერ. გეოგრაფიული ბაზარი განისაზღვრება როგორ საქართველოს ეროვნული ტერიტორია.

ევროკავშირში, ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორების ბაზრების შემთხვევაში, რეკომენდებულია საბაზრო ძალაუფლების შეფასება (პირობით საბითუმო ბაზარზე) საცალო ბაზრის წილების საფუძველზე<sup>74</sup>.

ანალოგიური მიდგომა ასევე რეკომენდებულია **კომისიის მეთოდოლოგიური წესების პროექტის მე-7 მუხლში.**

საქართველოს კანონისა და კომისიის მეთოდოლოგიური წესების მიხედვით, ეს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის შეფასება, ერთი მხრივ, ითვლის საბაზრო წილს საბითუმო ბაზარზე ვერტიკალურად ინტეგრირებული მობილური ოპერატორების თვითმომსახურების შესაბამის საცალო ბაზარზე და, მეორეს მხრივ, აფასებს შეზღუდვებს, რომელიც დაკავშირებულია ოპერატორის მიერ ქსელის ხელმისაწვდომ სიმძლავრესთან (და ასევე თუ ოპერატორი ვერტიკალურად ინტეგრირებულია, საკუთარი შესაბამისი მობილურ ქსელებში). შესაბამისი სიმძლავრე ეხება მობილურ ქსელებს, რომლებიც პოტენციურად ხელმისაწვდომია საბითუმო დაშვების შეთავაზებისთვის (ეროვნული როუმინგის, თანალოკაციის, ან MVNO დაშვების საშუალებით).

საქართველოს კანონისა და კომისიის მეთოდოლოგიური წესების მოთხოვნების გათვალისწინებით, ბაზრის წილის ინფორმაცია შეიძლება გაანალიზდეს ორი ძირითადი ასპექტის საფუძველზე, მათ შორის:

1. მობილური ხმოვანი და ინტერნეტის სერვისების შემოსავლები თითოეული მიმწოდებლისთვის და აბონენტების რაოდენობა საცალო ბაზარზე მობილურზე წვდომის სერვისების გათვალისწინებით, ასევე მომხმარებელთა სხვადასხვა ჯგუფების გათვალისწინებით (მობილური სერვისების ფიზიკური და იურიდიული პირი მომხმარებლები);
2. თითოეული ოპერატორის სხვადასხვა სიმძლავრეები ქსელის ინფრასტრუქტურასა და აპარატურაში ინვესტიციების, ფაქტობრივი ტრაფიკის, მობილური ბაზრების მდებარეობების რაოდენობისა და გეოგრაფიული დაფარვის თვალსაზრისით.

პირველი ტიპის (საცალო) ბაზრის წილის ინფორმაციამ შეიძლება შემოგვთავაზოს გარკვეული მინიშნება ბაზრის შედარებითი სიმძლავრის შესახებ, რომელიც ექნება მობილურ ოპერატორს საბითუმო მობილურზე დაშვების ბაზარზე. ეს იმიტომ, რომ მობილური ოპერატორების მასშტაბური შესაძლებლობები გამომდინარეობს აბონენტების

---

<sup>74</sup> ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების უმრავლესობამ გამოიყენა მსგავსი მიდგომა მთლიან დონეზე თვითმომსახურებასთან გამკლავების მიზნით, რომელიც მიემართება თვითმომსახურებას როგორც ბაზრის განსაზღვრის, ასევე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ანალიზის ეტაპზე. [See IRG Report on self-supply \(europa.eu\)](http://See%20IRG%20Report%20on%20self-supply%20(europa.eu))

რაოდენობიდან, სერვისების მოხმარებიდან და მათთვის გადახდილი სახსრებიდან. ამ კატეგორიის ფარგლებში, ოპერატორის აბონენტების რაოდენობის მაჩვენებლების გამოყენება შეიცავს შედარებითი ბაზრის სიმძლავრის დასკვნების დამახინჯების რისკს, რამეთუ ერთი ქსელის აბონენტები შეიძლება ხასიათდებოდნენ სერვისების უფრო დაბალი გამოყენებით, ვიდრე სხვა ქსელის აბონენტები. ბაზრის შემოსავლების შესწავლისას, ყურადღება უნდა გამახვილდეს მზარდი სერვისების შემოსავლებზე (აღნიშნულ შემთხვევაში, მობილური ინტერნეტის სერვისების შემოსავლებზე) ვიდრე იმ შემოსავლებზე, რომლებიც მიიღება დაღმავალი ტენდენციის მქონე სერვისებიდან (მაგალითად, მობილური ხმოვანი სერვისების შემოსავლები).

მეორე ტიპის ბაზრის წილის ინფორმაცია (ტრაფიკის, ინვესტიციების და ინფრასტრუქტურის მდებარეობების მიხედვით) უფრო სავარაუდოა, რომ მოგვცემს უკეთეს მინიშნებას მობილური ოპერატორის საბითუმო დაშვების პოტენციური შესაძლებლობების შესახებ. ეს იმის გამო ხდება, რომ მიმდინარე ტრაფიკის დონე, მიმდინარე ინვესტიციების მოცულობასთან და მობილური ქსელის საბაზო სადგურების მდებარეობის რაოდენობასთან ერთად, პირდაპირ კავშირშია მობილური კომპანიის შედარებით შესაძლებლობებთან, იმოქმედოს მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე.

ამიტომ საბითუმო მობილური დაშვების ბაზარზე საბაზრო ძალაუფლების შესაფასებლად აუცილებელია შესწავლილ იქნეს:

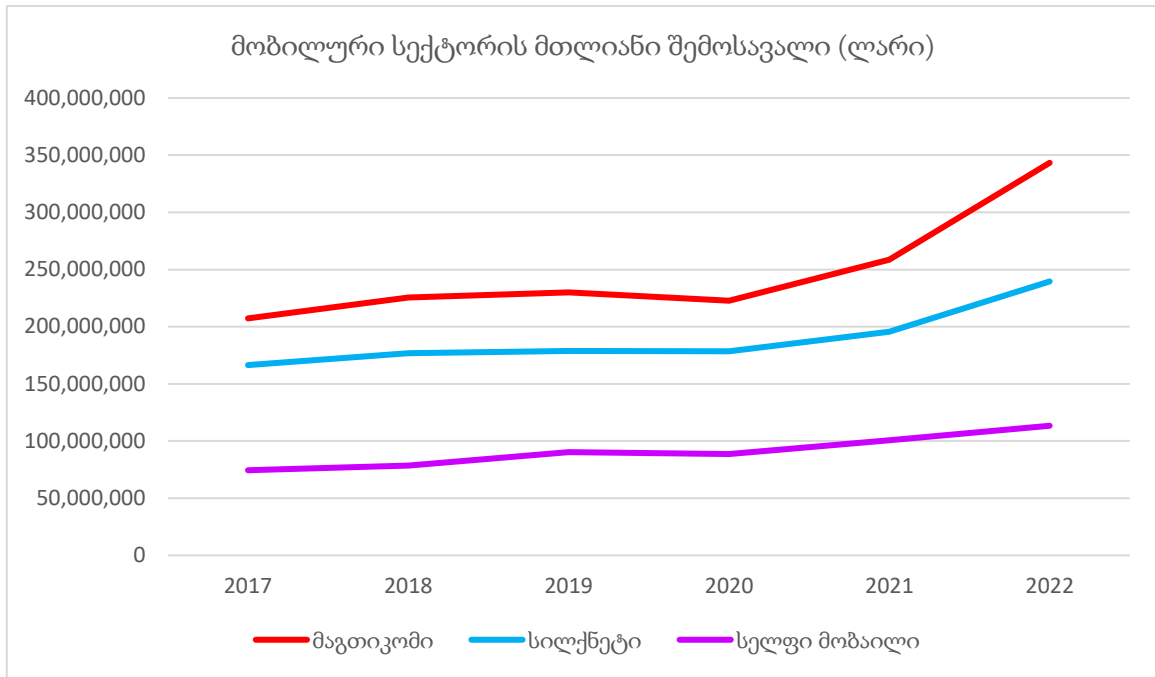
- (i) მობილური ოპერატორების შედარებითი საბაზრო წილები საცალო ბაზრებზე, რომლებზეც ისინი ოპერირებენ, ძირითადად, ბაზრის შემოსავლების თვალსაზრისით, უფრო მეტი ყურადღება უნდა გამახვილდეს მზარდი, ინტერნეტის მიწოდების ბაზრებზე, ვიდრე შემცირებად - ხმოვანი სერვისების ბაზარზე.
- (ii) მობილური ოპერატორების ქსელის ფარდობითი სიმძლავრე და დაფარვა ინვესტიციების, განხორციელებული ტრაფიკის, გეოგრაფიული დაფარვისა და ბაზის მდებარეობების რაოდენობის თვალსაზრისით, მეტი ფოკუსით მობილური ქსელების ინტერნეტის გადაცემის სიმძლავრეზე.

#### 6.2.1.1. ბაზრის წილი საცალო ბაზრის მიხედვით<sup>75</sup>

საქართველოს მობილური ოპერატორების საცალო ბაზრის შემოსავლები ნაჩვენებია მე-14 დიაგრამაზე.

*დიაგრამა 14: მობილური სექტორის მთლიანი შემოსავლები (2017-2022)*

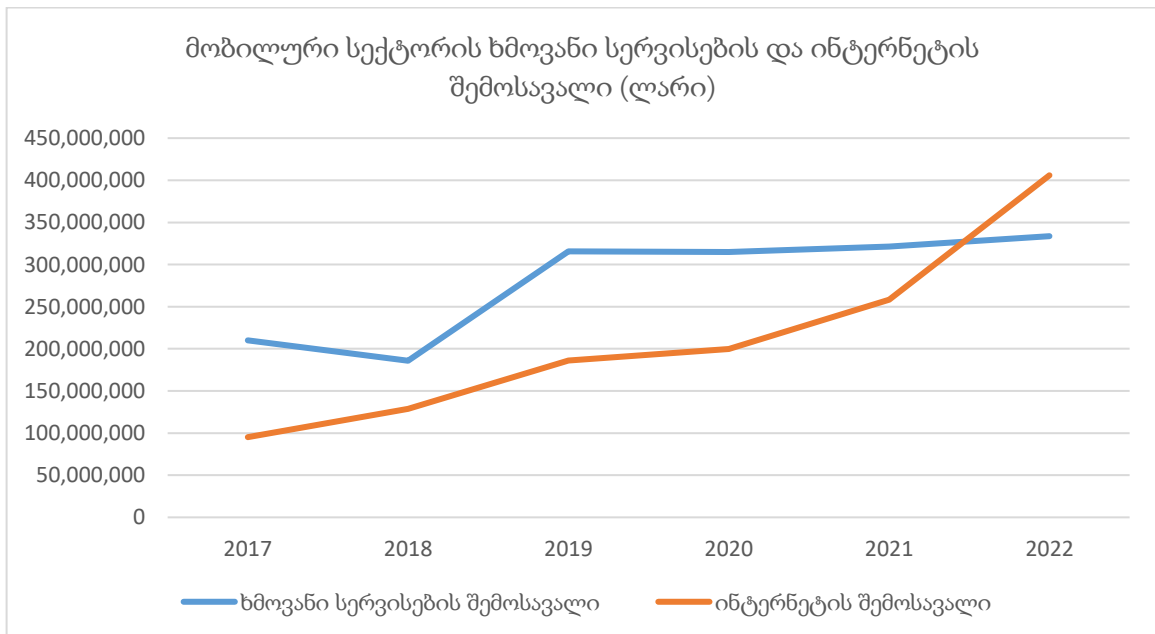
<sup>75</sup> შენიშვნა: ამ თავში საბაზრო წილების ანალიზი, ყველა შემთხვევაში იყენებს კომისიის მონაცემებს, რომლებიც შეგროვებულია მობილური ოპერატორებისგან 2022 წლის დეკემბრამდე. კომისიის მიერ 2022 წლის დეკემბრიდან შეგროვებული ბაზრის მონაცემები ასევე შესწავლილია და სადაც საჭიროდ იქნა მიჩნეული ახალი მონაცემების შედეგად, რაიმე ტენდენციის გადახედვა, დაემატა შესაბამისი სქოლიო. ყველა სხვა შემთხვევაში, მიჩნეულია, რომ ახალ მონაცემებს არ გააჩნია რაიმე გავლენა ბაზრის წილის საერთო ანალიზის კონტექსტში.



წყარო: კომისია

შემოსავლების ტენდენცია გვიჩვენებს მზარდ ბაზარს ყველა ოპერატორისთვის, რომლის ზრდის მთავარი მამოძრავებელი მობილური ფართოზოლოვანი სერვისები გვესახება, ხოლო ტრადიციული ხმოვანი სერვისები შედარებით სტატიკური რჩება, როგორც ეს ნაჩვენებია მე-15 დიაგრამაზე:

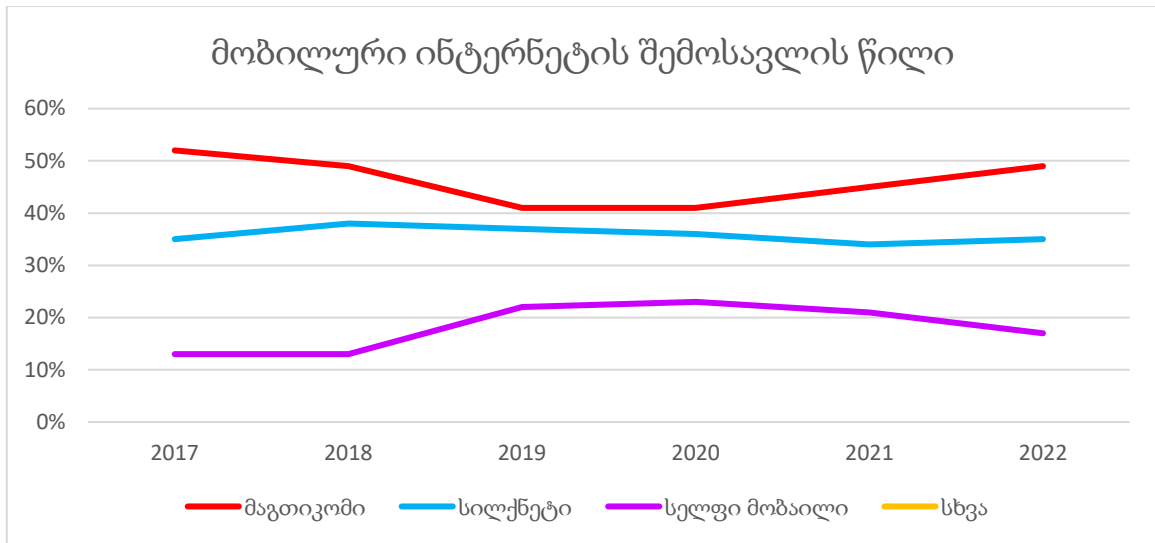
დიაგრამა 15: მობილური ხმოვანი სერვისებისა და ინტერნეტის შემოსავლები (2017-2022)



წყარო: კომისია

მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის შეფასებისას, მობილური ინტერნეტის სერვისების ბაზრის წილის ტენდენციას უდიდესი მნიშვნელობა ექნება. ეს ნაჩვენებია ქვემოთ მოცემულ დიაგრამაზე:

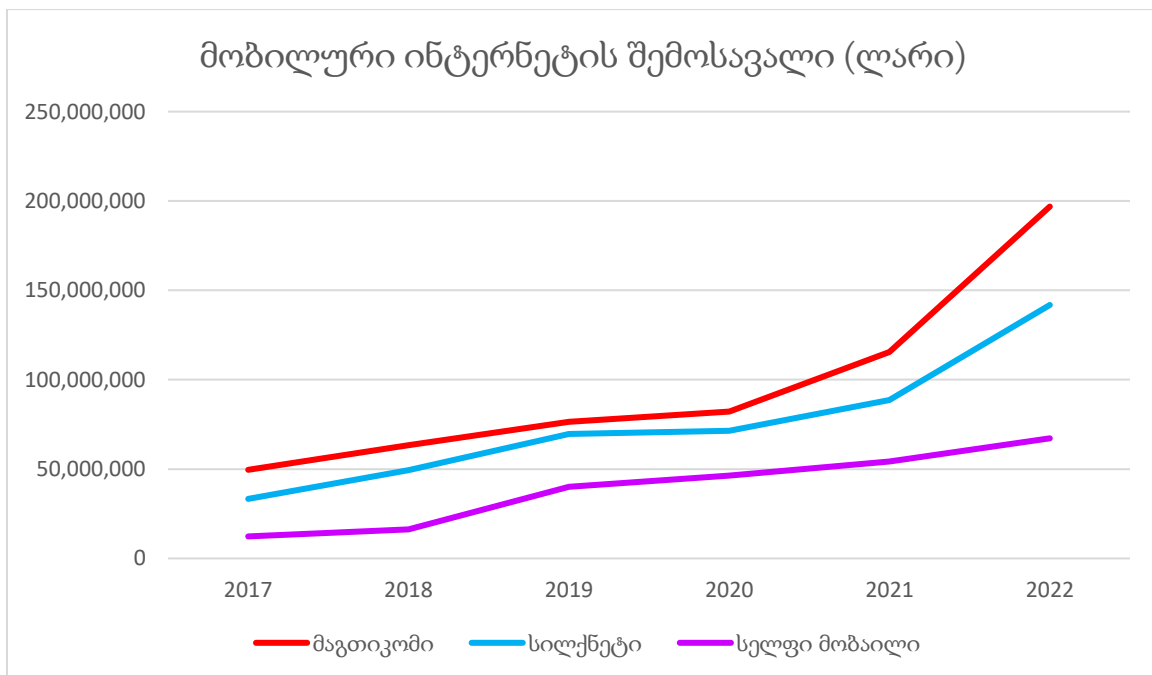
დიაგრამა 16: მობილური ინტერნეტის ბაზრის წილი შემოსავლების მიხედვით (2017-2022)



წყარო: კომისია

შენიშვნა: „სხვა“ მოცემულ მომენტში შეეხება მხოლოდ მეოთხე მობილურ ოპერატორს (ეკლექტიკი) რომელიც ბაზარზე 2022 წლის ბოლოს შემოვიდა.

დიაგრამა 17: მობილური ინტერნეტის შემოსავლები (2017-2022)



წყარო: კომისია

მნიშვნელოვანი ზრდა მობილური ინტერნეტის ტრაფიკში ჩანს თითოეული ოპერატორის ინტერნეტის მიწოდების სერვისებიდან მიღებულ შემოსავლებში. ზოგადად, ინტერნეტის ტრაფიკის მთლიანი ზრდა გამომდინარეობს ერთეული აბონენტის მიერ მოხმარების ზრდიდან, რასაც მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ინტერნეტის ულიმიტო და მაღალ-მოცულობიანი პაკეტები (რაც ასევე ხდება საქართველოს მაგალითზეც). გარდა

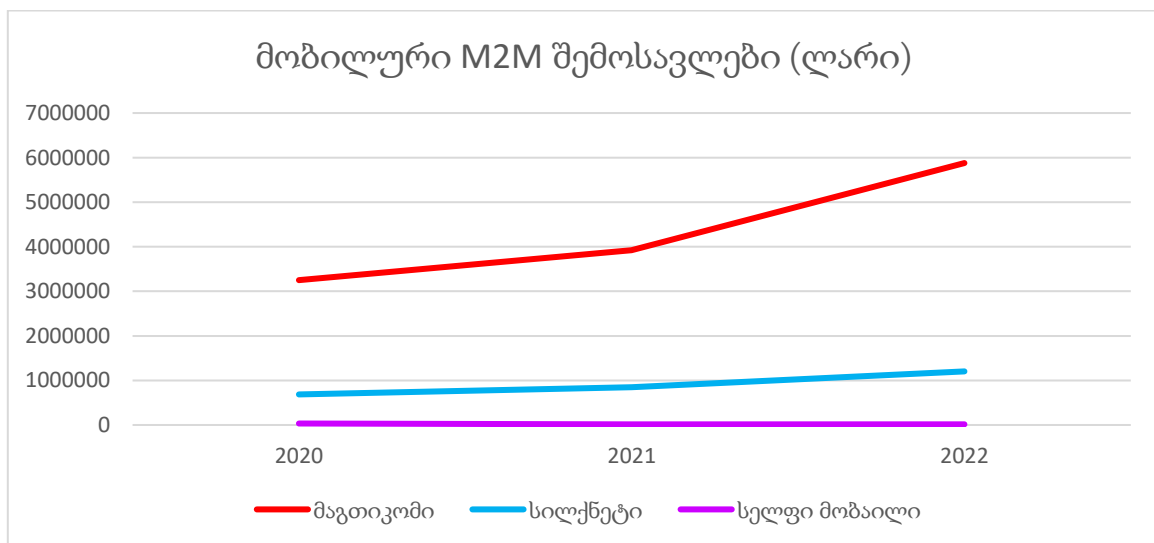


ზემოთხსენებულისა, თითოეული ოპერატორის შემოსავლების ზრდაზე გავლენას სხვადასხვა ფაქტორები ახდენს, მათ შორის აბონენტთა ზრდის და შენარჩუნების ტემპები, წინასწარი და შემდგომი გადახდის კონტრაქტების აბონენტების სხვადასხვა რაოდენობა და თითოეული ოპერატორის აბონენტების ტენდენცია, გადავიდნენ პაკეტებზე ინტერნეტის უფრო მაღალი მოხმარების შესაძლებლობით.

შპს „მაგთიკომის“ წილი მობილური ინტერნეტის შემოსავლებით, 2022 წლისთვის, 49%-ს შეადგენს, სილქნეტის 35%-თან და სელფი მობაილის 17%-თან შედარებით. მეოთხე მობილური ოპერატორი (ეკლექტიკი) ბაზარზე მხოლოდ 2022 წლის ბოლოს შევიდა და მისი გავლენა ბაზრის წილებზე გაურკვეველია. ამჟამინდელი შემოსავლების ტენდენციების მიხედვით, მაგთიკომი, სავარაუდოდ, გაზრდის საბაზრო წილს, ან, სულ მცირე, შეინარჩუნებს წილის 40%-ზე მეტს, ბაზრის კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში კიდევ ერთი მაჩვენებელია მნიშვნელოვანი, კერძოდ მოწყობილობებს შორის ინტერნეტის (M2M) მზარდი ბაზარი. მთლიანი ბაზრის შემოსავალი ამ შედარებით ახალი სერვისისთვის, ნაჩვენებია მე-18 დიაგრამაზე.

დიაგრამა 18: M2M/IoT ინტერნეტის შემოსავლები (2020- 2022)



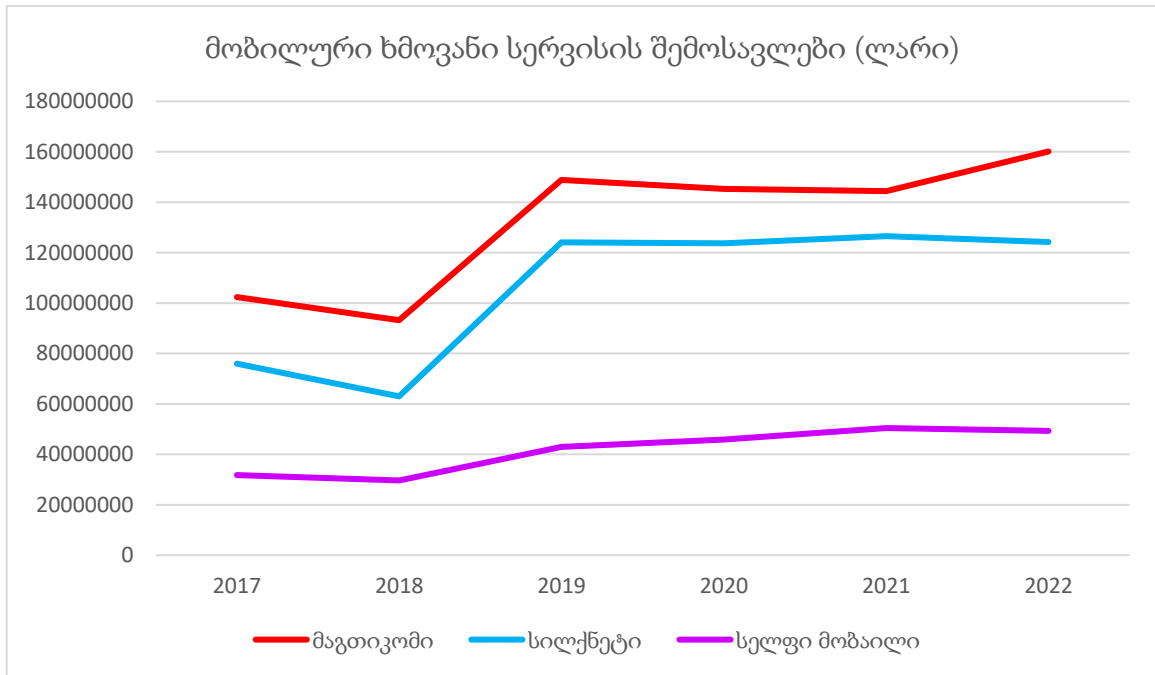
წყარო: კომისია

შენიშვნა: არც სელფი მობაილი და არც მეოთხე მობილური ოპერატორი (ეკლექტიკი) (წარმოდგენილი როგორც “სხვა”) მოცემულ მომენტში არ შესულა M2M/IoT ბაზარზე

მობილური M2M/IoT ბაზარი, მიუხედავად იმისა, რომ ამჟამად ბაზრის მთლიან შემოსავლებთან მიმართებაში მცირე ზომისაა, 5G ტექნოლოგიაზე დაფუძნებული მომავალი მობილური სერვისების სავარაუდო მოთხოვნისთვის მნიშვნელოვან მაჩვენებელს წარმოადგენს. მიუხედავად იმისა, რომ 5G ტექნოლოგია საქართველოში ჯერ არ არის ხელმისაწვდომი, ის მობილური სექტორის საინვესტიციო გადაწყვეტილებების ნაწილი სავარაუდოდ მომდევნო 3 წლის განმავლობაში გახდება. ამჟამად, მაგთიკომს აქვს M2M/IoT სექტორის შემოსავლების 82.8%, სილქნეტს 16.9%, ხოლო სელფი მობაილის -0.2%.

მობილური ხმოვანი სერვისების შემოსავლები ჯერ კიდევ მნიშვნელოვანია, თუმცა მათი შედარებითი ზრდა ბოლო 6 წლის განმავლობაში უფრო ნელია, ვიდრე მობილური ინტერნეტის შემოსავლები (იხ. დიაგრამა 15). მობილური ხმოვანი სერვისების შემოსავლების ტენდენცია ნაჩვენებია მე-19 დიაგრამაზე.

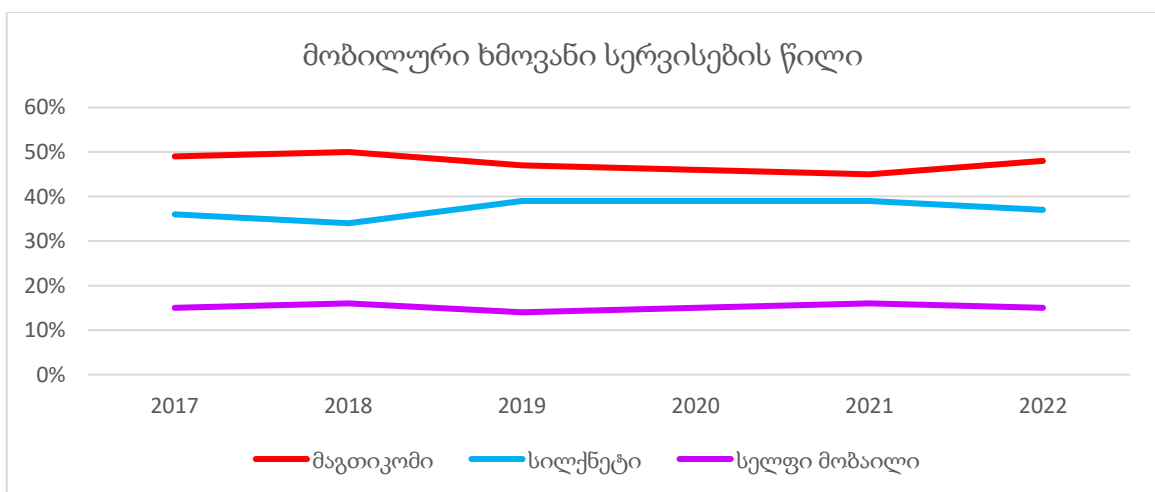
დიაგრამა 19: მობილური ხმოვანი სერვისების შემოსავლები (2017-2022)



წყარო: კომისია

მაგთიკომისა და სილქნეტის მიერ საცალო ტარიფების ზრდის შედეგად, 2022 წელს მობილური მომსახურებიდან მიღებული შემოსავალი გაიზარდა. მობილური ოპერატორების შედარებითი ბაზრის წილები ხმოვანი შემოსავლებისთვის ნაჩვენებია მე-20 დიაგრამაზე.

დიაგრამა 20: მობილური ხმოვანი სერვისების შემოსავლების ბაზრის წილი (2017-2022)



წყარო: კომისია

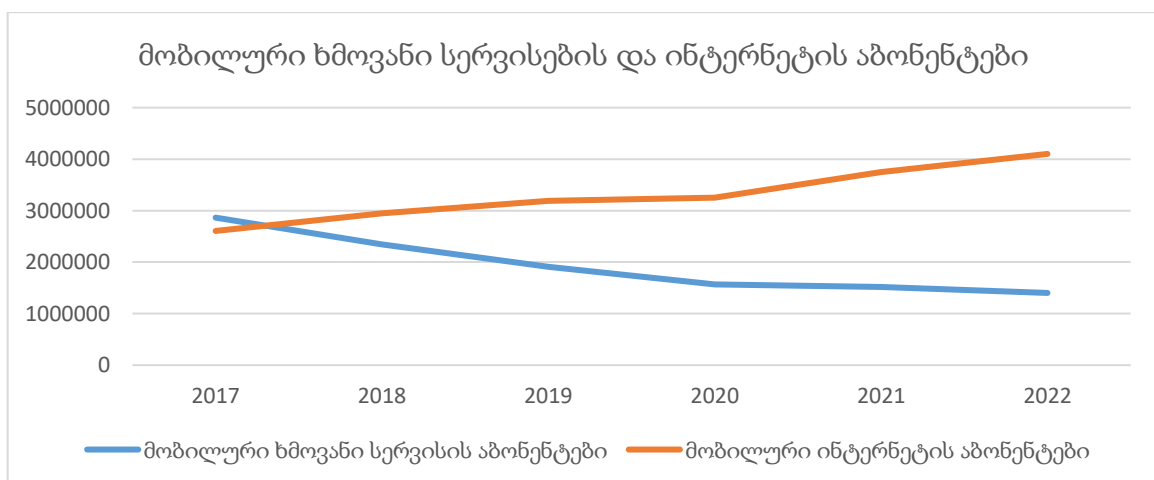
2022 წელს მაგთიკომს ჰქონდა 48% ბაზრის წილი ხმოვანი შემოსავლების მიხედვით, 37% სილქნეტს და 15% სელფი მობაილს. როგორც ჩანს, შპს „მაგთიკომის“ ბაზრის წილი ზღვრულად იზრდება და ამიტომ სავარაუდოა, რომ მაგთიკომი შეინარჩუნებს მობილური ხმოვანი შემოსავლების მინიმუმ 40%-ს, ამ ბაზრის კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

ბაზრის შემოსავლებზე (მობილური და M2M/IoT) დაფუძნებული საბაზრო წილის მაჩვენებელი ყველაზე ეფექტურია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის გამოსავლენად (საცალო ბაზრის პოზიციის საფუძველიდან).

თითოეული მობილური ოპერატორის აბონენტების ფარდობით რაოდენობაზე დაფუძნებული ბაზრის წილი ნაკლებად სასარგებლოა, რადგან ეს მონაცემი ზოგადად ნაკლებად არის დაკავშირებული ქსელის გამოყენებასთან. მობილური ინტერნეტის აბონენტების რაოდენობას (განსაკუთრებით იურიდიული პირი აბონენტებს) შეიძლება ჰქონდეს გარკვეული მნიშვნელობა მობილური ოპერატორების შედარებითი საბაზრო ძალაუფლების შესაფასებლად, რადგან იურიდიული პირი აბონენტები, ზოგადად უფრო მგრძობიარენი არიან ხარისხის მიმართ და ნაკლებად ფასის მიმართ, ვიდრე ფიზიკური პირები. აქედან გამომდინარე, ოპერატორი, რომელსაც აქვს ყველაზე მაღალი საბაზრო წილი იურიდიულ პირ აბონენტებში, ინტერნეტის მოხმარების ბაზარზე, აღიქმება, როგორც უფრო საიმედო ოპერატორი, მაღალი ხარისხის ქსელით. ეს მნიშვნელოვანი ფაქტორია მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე, რადგან დაშვების მსურველებს ენდომებათ ურთიერთობის დამყარება იმ ქსელის ოპერატორთან, რომლის სერვისიც უფრო მიზიდველია მობილური ინტერნეტის მომხმარებლისთვის (განსაკუთრებით კი იურიდიული პირებისთვის).

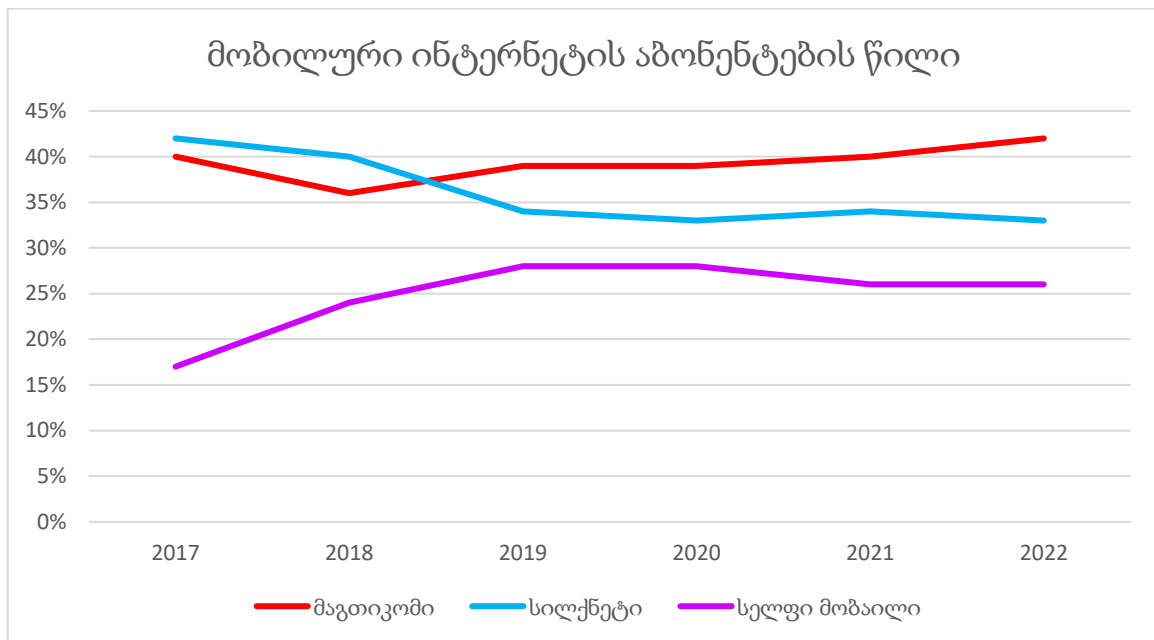
მობილური ხმოვანი და ინტერნეტ სერვისების აბონენტების ფარდობითი რაოდენობა და ინტერნეტით მოსარგებლე იურიდიულ პირ აბონენტთა ფარდობითი წილი ნაჩვენებია დიაგრამა 21-სა და დიაგრამა 22-ზე.

დიაგრამა 21: მობილური ხმოვანი სერვისებისა და ინტერნეტის აბონენტები (2017-2022)



წყარო: კომისია

დიაგრამა 22: მობილური ინტერნეტის მოხმარების ბაზრის წილი იურიდიული პირი აბონენტების მიხედვით (2017-2022)

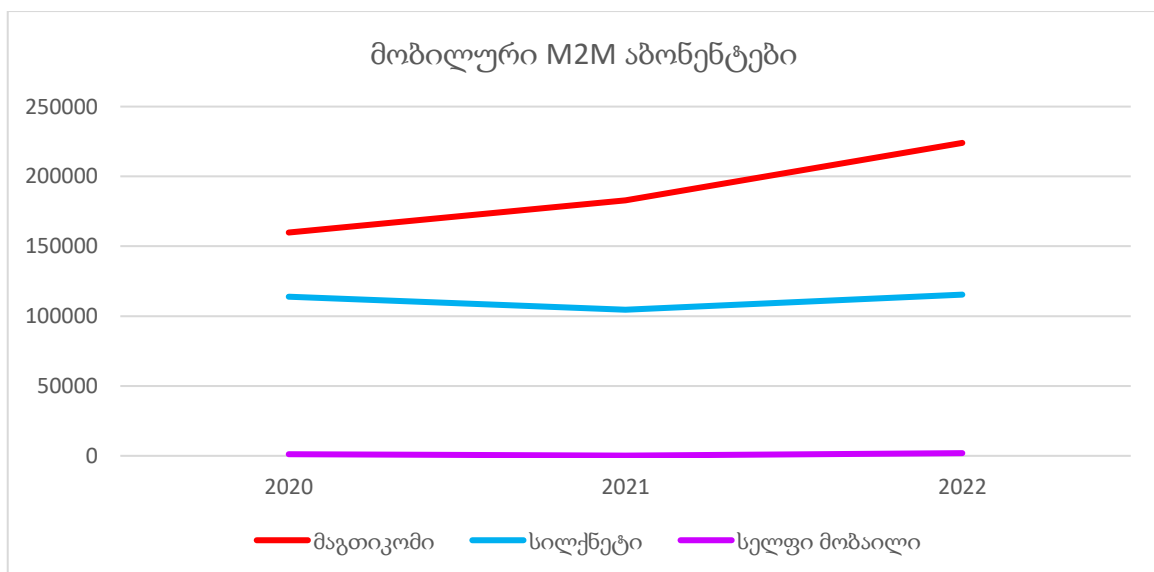


წყარო: კომისია

მობილური ინტერნეტის იურიდიული პირი აბონენტებით მაგთიკომს 2022 წელს ბაზრის 42% აქვს, სილქნეტს 33% და სელფი მობაილს - 26%. შპს „მაგთიკომის“ ბაზრის წილი, როგორც ჩანს, ოდნავ იზრდება ამ ბაზრისთვის, ძირითადად სილქნეტის აბონენტთა შემცირების ხარჯზე.

შედარებით ახალი მობილური M2M/IoT ბაზრისთვის, აბონენტების რაოდენობა სწრაფად იზრდება, როგორც ეს ნაჩვენებია 23-ე დიაგრამაზე.

დიაგრამა 23: მობილური M2M/IoT აბონენტები (2020-2022)

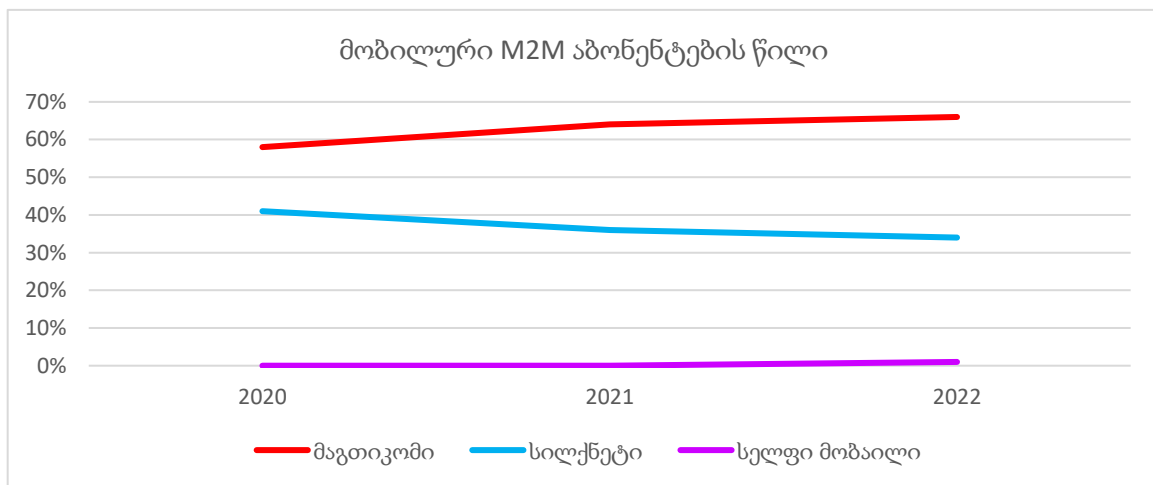


წყარო: კომისია

მიუხედავად იმისა, რომ ამჟამად მცირეა აბონენტებისა და შემოსავლების რაოდენობით (იხ. დიაგრამა 18), M2M/IoT მობილური ბაზარი მნიშვნელოვანია, რადგან ის წარმოადგენს 5G ტექნოლოგიის მობილურ ქსელებსა და სერვისებში დანერგვის მომავალ მნიშვნელოვან გავლენის ინდიკატორს. მოსალოდნელია, რომ შპს „მაგთიკომის“ ამჟამინდელი საბაზრო უპირატესობა შეზღუდავს ამ მზარდ ბაზარზე სილქნეტისა და სელფი მობაილის გაფართოებას.

ეს იმაზე მეტყველებს, რომ მაგთიკომი ფლობს ქსელს, რომელიც უკეთ პასუხობს ბიზნესის მოთხოვნას M2M/IoT სერვისებზე. ბაზრის ფარდობითი წილის ევოლუცია ნაჩვენებია 24-ე დიაგრამაზე.

დიაგრამა 24: მობილური M2M/IoT აბონენტების ბაზრის წილები (2020-2022)



წყარო: კომისია

მაგთიკომს 2022 წელს ქონდა მობილური M2M/IoT აბონენტების წილის 66%, სილქნეტის 34%-თან და სელფი მობაილის 1%-თან შედარებით.

### 6.2.1.2. საბაზრო წილების შეჯამება საცალო ბაზრის საფუძველზე

მაგთიკომს აქვს საცალო ბაზრის წილი მინიმუმ 40% მობილური შემოსავლების მიხედვით, მათ შორის მობილური ინტერნეტით მოსარგებლე იურიდიული პირი აბონენტებისა და M2M/IoT შემოსავლების ძირითად სწრაფად მზარდ ბაზრებში, სადაც შპს „მაგთიკომის“ წილი შესაბამისად 49% და 83% წარმოადგენს. ეს ძლიერი საბაზრო პოზიცია, სადაც მაგთიკომი, როგორც ჩანს, უკეთესად არის წარმოდგენილი, მას საშუალებას აძლევს გამოიყენოს თავისი ქსელის შესაძლებლობები ახალი ბაზრებისთვის. ნაკლებად სავარაუდოა, რომ სიტუაცია შეიცვლება მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

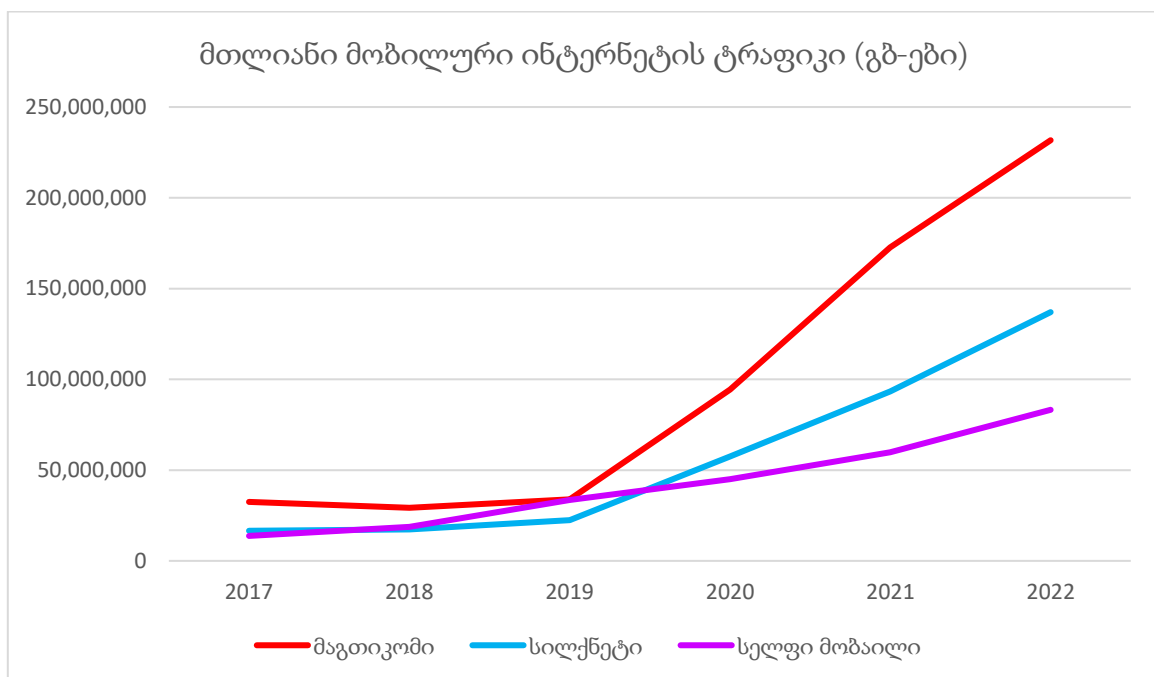
ბოლო 6 წლის ტენდენციიდან გამომდინარე, არ არის მოსალოდნელი, რომ სილქნეტი და სელფი მობაილი მიაღწევენ 40%-იან წილს შემოსავლებით, აბონენტთა რაოდენობით ან სერვისების მოხმარებით.

### 6.2.1.3. ინტეგრირებული კონკურენტი ოპერატორებისგან გამოწვეული ხელმისაწვდომი ქსელის სიმძლავრესთან და ქსელის დაფარვასთან დაკავშირებული შეზღუდვები

მიუხედავად იმისა, რომ საცალო ბაზრის წილის ინფორმაცია (თავში 6.2.1.1) მიუთითებს თითოეული მობილური ქსელის ოპერატორის შედარებით უპირატესობაზე მიაწოდოს ბაზარს საბითუმო სერვისი, მობილური ქსელის სიმძლავრის, ინვესტიციების მოცულობისა და დაფარვის შეფასება და ანალიზი, მიჩნეულია ქსელის ხელმისაწვდომი სიმძლავრის უფრო პირდაპირ ინდიკატორად, შესაბამის საბითუმო ბაზარზე მომსახურების მიწოდების პოტენციალის მხრივ.

თითოეული ოპერატორის მიერ გატარებული ტრაფიკი უზრუნველყოფს თითოეულ ქსელში არსებული სიმძლავრის ყველაზე პირდაპირ შედარებას. იმის გათვალისწინებით, რომ ხმოვანი სერვისები აღარ არის ქსელის ინვესტიციების ხარჯების განმსაზღვრელი, სიმძლავრეზე დაფუძნებული ანალიზის ყურადღება გამახვილდება ფაქტორებზე, რომლებიც მობილური ინტერნეტის მოხმარებაზე ახდენს გავლენას.

დიაგრამა 25: მობილური ინტერნეტის ტრაფიკი (2017-2022)

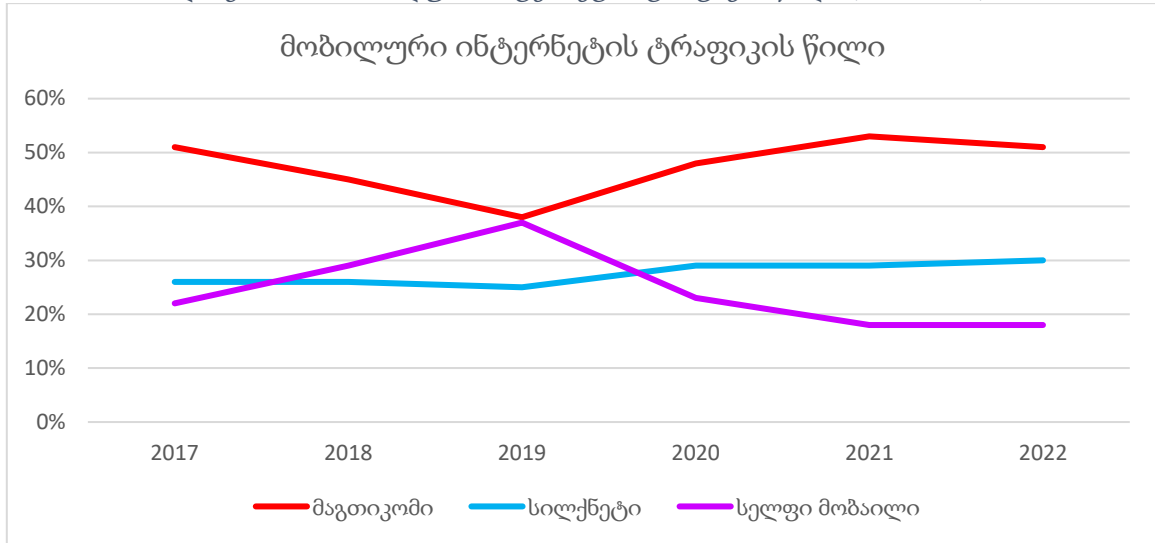


წყარო: კომისია

მობილური ოპერატორების ფარდობითი წილი ინტერნეტის მოხმარებაში ნაჩვენებია 26-ე დიაგრამაზე.



დიაგრამა 26: მობილური ინტერნეტის ტრაფიკის წილი (2017-2022)



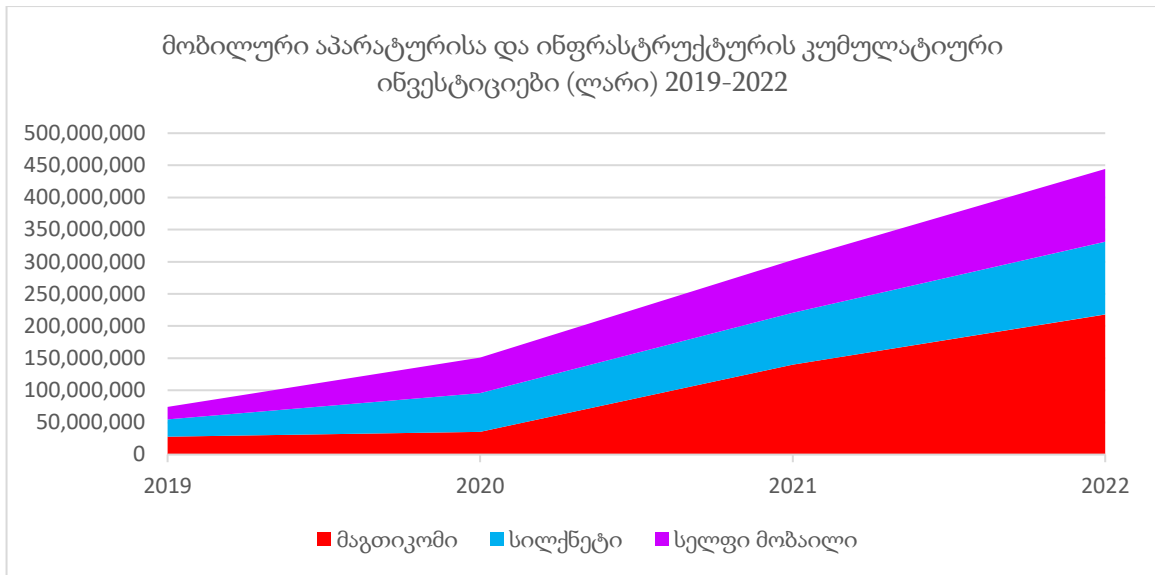
წყარო: კომისია

2022 წელს შპს „მაგთიკომის“ ინტერნეტის მოხმარების მცირე კლება (53.0%-დან 2021 წელს 51.3%-მდე 2022 წელს)<sup>76</sup> არ მიუთითებს იმაზე, რომ შპს „მაგთიკომის“ ქსელს კონკურენტებთან შედარებით, აქვს შემცირებული შესაძლებლობა ტრაფიკის გადასატანად. შედარებითი წილები მიუთითებს, რომ შპს „მაგთიკომის“ ინტერნეტის ტრაფიკი 60%-ით მეტი სილქნეტის ქსელთან შედარებით და 2,5-ჯერ აღემატება სელფი მობაილს.

დიაგრამა 27 აჩვენებს რომ მაგთიკომმა 2019-2022 წლებში მეტი ინვესტიცია განახორციელა მობილურ ინფრასტრუქტურასა და მოწყობილობებში (ტექნიკაში). ინვესტიციის ეს მოცულობა მიუთითებს უფრო დიდ პოტენციალზე საბითუმო მობილური დაშვების ტრაფიკის მოსაზიდად.

<sup>76</sup> შენიშვნა: კომისიის 2023 წლის ივნისის მონაცემებზე დაყრდნობით, მაგთიკომის წილი მონაცემთა გადაცემაში კიდევ უფრო შემცირდა 51.3%-დან 48.8%-მდე, სილქნეტში გაიზარდა 30.3%-დან 32.2%-მდე და Cellfie 18.4%-დან 18.9%-მდე. მაგთიკომის მიერ გადატანილი მობილური ინტერნეტის წილის კლება არ აისახება მაგთიკომის საბაზრო წილის ზარალში მონაცემთა შემოსავლებში ან მონაცემთა გამოწერებში იმავე პერიოდში. მაგთიკომის საერთო მონაცემების ზრდა რჩება ძალიან მაღალი (წლიური 20%-ზე მეტი). აქედან გამომდინარეობს, რომ არ არსებობს მითითება, რომ მაგთიკომის შედარებითი წილის შემცირება მონაცემთა ტრაფიკში გამოწვეულია ქსელის სიმძლავრის პრობლემებით. ამ მიზეზით, მიჩნეულია, რომ არ არსებობს საფუძველი, რომ შეიცვალოს SMP-ის საერთო ანალიზის შედეგები ბაზრის წილების მიხედვით.

დიაგრამა 27: მობილური ინფრასტრუქტურისა და მოწყობილობების ხარჯები (2019-2022)

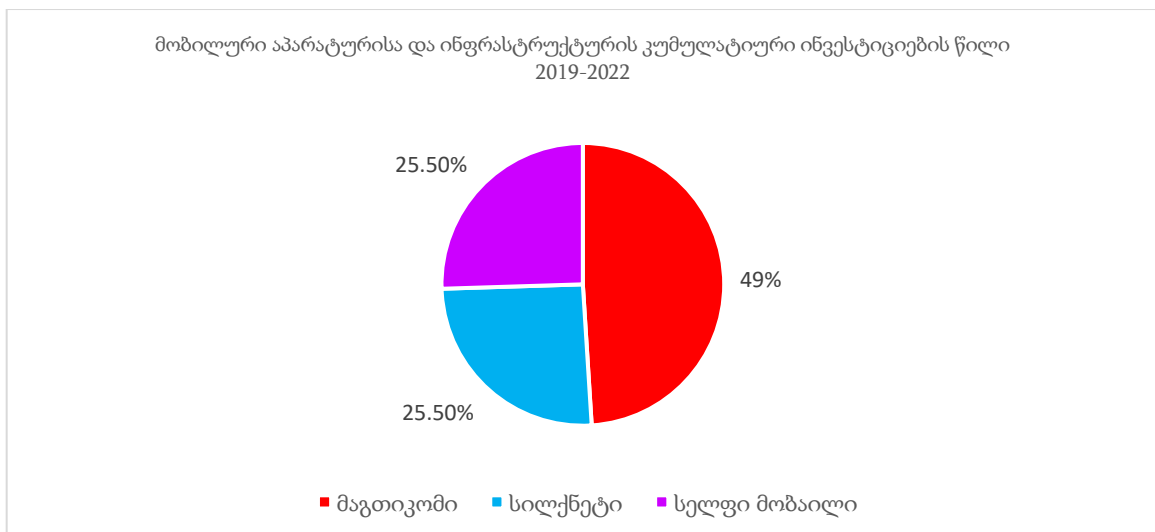


წყარო: კომისია

შენიშვნა: სხვადასხვა ოპერატორების ინვესტიციები ზოგიერთი ტიპის ქსელის ელემენტებში არ არის მკაცრად შედარებადი (მაგალითად, სელფი მობაილს იჯარით აქვს გარკვეული ტრანზიტული სიმძლავრე, ხოლო მაგთიკომმა და სილქნეტმა საკუთარი ინვესტიცია განახორციელეს)

მთლიანი ინვესტიციების ფარდობითი წილი 2019 წლიდან 2022 წლამდე ნაჩვენებია დიაგრამა 28-ზე.

დიაგრამა 28: მობილური ინფრასტრუქტურისა და მოწყობილობების ხარჯების წილი ოპერატორის მიხედვით (2019-2022)



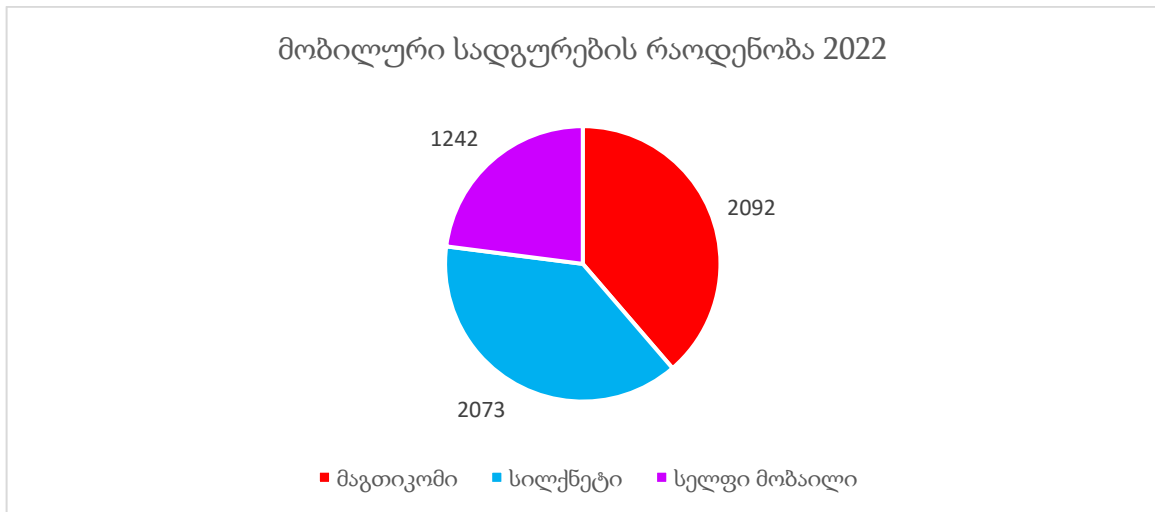
წყარო: კომისია

2019-2022 წლებში მობილურ ფიზიკურ ინფრასტრუქტურასა და აპარატურაზე გაწეული მთლიანი ხარჯებიდან, მაგთიკომმა თითქმის ორჯერ მეტი დახარჯა, ვიდრე თითოეულმა კონკურენტმა (ხარჯის 49.0% მაგთიკომმა განახორციელა, დარჩენილი 25.5% -25.5% მოდის

დანარჩენ კონკურენტებზე).

ქსელის დაფარვისა და მობილური ბაზის მდებარეობის გათვალისწინებით, ინფრასტრუქტურის ლოკაციების რაოდენობა საქართველოში ამჟამად 5,407-ია, აქედან 2,092 წერტილის ოპერირებას მაგთიკომი ახორციელებს (38.7%), 2,073 სილქნეტი (38.3%) და 1,242 სელფი მობაილი (21.0%).

დიაგრამა 29: მობილური სადგურების რაოდენობა (2022)

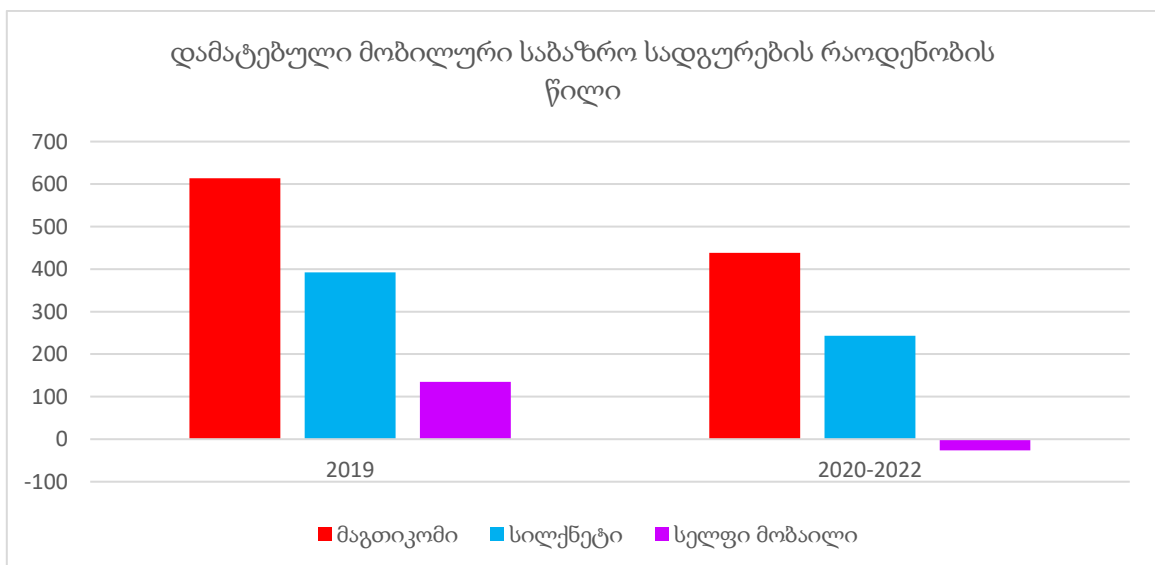


წყარო: კომისია

შენიშვნა: თითოეული ოპერატორის მფლობელობაში არსებული ინფრასტრუქტურის რაოდენობა არ არის შესწორებული ორ ან მეტ ოპერატორის მიერ ერთობლივად გამოყენებული ინფრასტრუქტურის მონაცემებით.

ბოლო 4 წლის განმავლობაში თითოეული მობილური ოპერატორის მიერ დამატებული საბაზო სადგურების რაოდენობა ნაჩვენებია 30-ე დიაგრამაზე.

დიაგრამა 30: 2019-2022 წლებში დამატებული მობილური სადგურების რაოდენობა



წყარო: კომისია

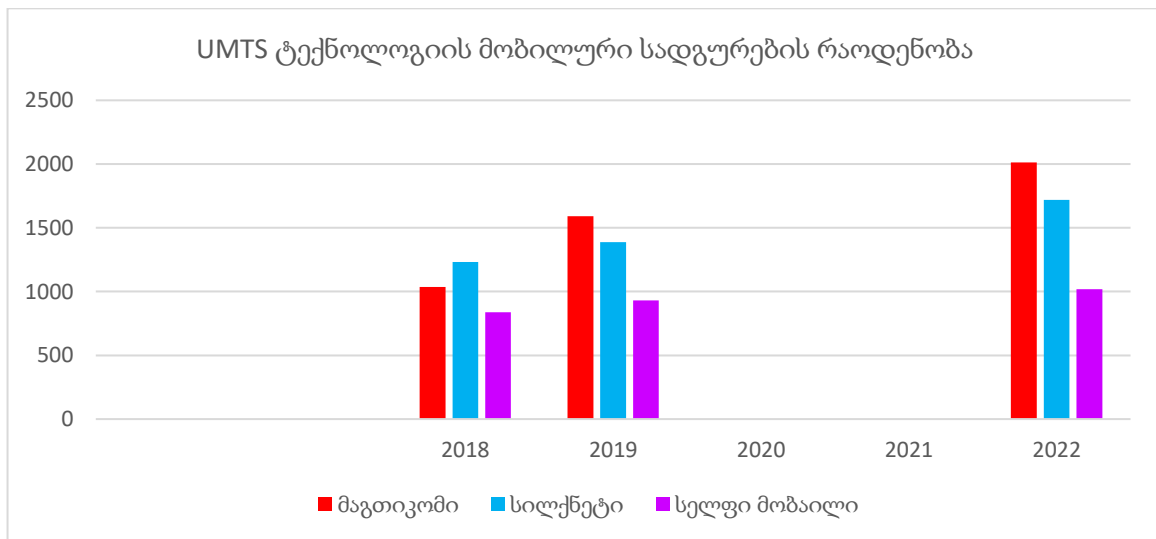
შენიშვნა 1: კომისიას არ მიუღია ცალკეული აღწერა 2020 და 2021 წლებისთვის, ამიტომ მარჯვენა შედარება წარმოადგენს მთლიან დამატებულ მობილურ საბაზო სადგურებს 2020 წლიდან 2022 წლამდე. მარცხენა შედარება გვიჩვენებს მხოლოდ 2019 წელს.

შენიშვნა 2: სელფი მობაილის მიერ სადგურების მცირე შემცირება 2020-2022 წლებში გამოწვეულია 2G ტექნოლოგიის ზოგიერთი სადგურის გამორთვით

მაგთიკომმა 2018 წლიდან მოყოლებული დამატებული საბაზო სადგურების რაოდენობის 58.6% შეადგინა, სილქნეტმა დაამატა 35.4%, ხოლო სელფი მობაილმა - 6.1%.

ამ კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, სავარაუდოა, რომ მობილური ქსელის ოპერატორები განახორციელებენ შემდგომ ინვესტიციებს, პირველ რიგში, მობილური ინტერნეტის სერვისებზე მზარდი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად. ამიტომაც, საბაზო სადგურების რაოდენობა რომელთაც ინტერნეტის გატარების შესაძლებლობა აქვთ (ხმოვანი სერვისების კომპონენტების საპირისპიროდ), ითვლება ქსელის სიმძლავრის ფარდობითობის მნიშვნელოვან ინდიკატორად მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრისთვის. გადამცემის სადგურების რაოდენობა მონაცემთა დამუშავების შესაძლებლობით (UMTS და LTE) თითოეული მობილური ოპერატორისთვის ნაჩვენებია დიაგრამებზე 31 და 32.

დიაგრამა 31: უნივერსალური მობილური ტელეკომუნიკაციების სერვისის (UMTS) სადგურების რაოდენობა (2018-2022)

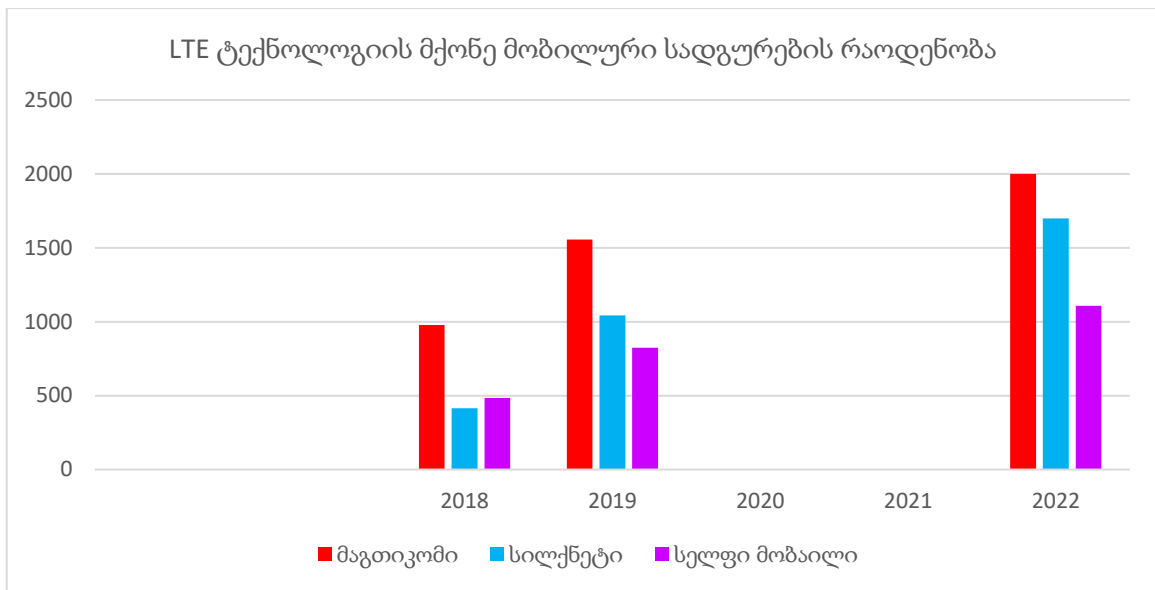


წყარო: კომისია

შენიშვნა: კომისიას არ მიუღია ცალკეული მონაცემი 2020 და 2021 წლებისთვის. ნაჩვენები საბაზო სადგურების რაოდენობა ჯამურია, შესაბამისად 2022 წლის მაჩვენებლები მოიცავს სადგურებს, რომლებიც დამატებულია 2020 და 2021 წლებშიც.

მაგთიკომს UMTS მობილური საბაზო სადგურების რაოდენობის 42.4% აქვს 2022 წლის მონაცემით, სილქნეტს 36.2% ხოლო სელფი მობაილს 21.4%.

დიაგრამა 32: მობილური LTE სადგურების რაოდენობა (2018-2022)



წყარო: კომისია

შენიშვნა: კომისიას არ მიუღია ცალკეული მონაცემი 2020 და 2021 წლებისთვის. ნაჩვენები საბაზო სადგურების რაოდენობა ჯამურია. შესაბამისად, 2022 წლის მაჩვენებლები მოიცავს სადგურებს, რომლებიც დამატებულია 2020 და 2021 წლებშიც.

2022 წლისთვის მაგთიკომს ქონდა LTE საბაზო სადგურების 41.6%, სილქნეტს 35.3% და სელფი მობაილს კი - 23.0%.

#### 6.2.1.4. არსებული სიმძლავრეების შეფასების შეჯამება

მაგთიკომი მნიშვნელოვნად მეტ ინტერნეტის ტრაფიკს აგენერირებს, ვიდრე სილქნეტი ან სელფი მობაილი (232 პეტაბაიტი 2022 წლისთვის, სილქნეტის 137 პეტაბაიტთან და სელფი მობაილის 83 პეტაბაიტთან შედარებით).

ბოლო 4 წლის განმავლობაში ქსელის ინფრასტრუქტურაში სიმძლავრის დამატების თვალსაზრისით, მაგთიკომმა შეადგინა მთლიანი კაპიტალური ინვესტიციების 49.0%, თითქმის ორჯერ მეტი, ვიდრე სილქნეტმა ან სელფი მობაილმა (თითოეული 25.5%). ეს ინვესტიციები კიდევ უფრო ზრდის შპს „მაგთიკომის“ ქსელის სიმძლავრის უპირატესობას. მობილური ქსელის დაფარვის კუთხით, მაგთიკომმა 2018 წლიდან დაამატა ახალი სადგურების 59%, სილქნეტის 35%-ისა და სელფი მობაილის 6%-თან შედარებით.

2022 წელს მაგთიკომი და სილქნეტი აკონტროლებდნენ საბაზო სადგურების 78.6%-ს საქართველოში. ამ ორი მობილური ოპერატორის მიერ კონტროლირებადი სადგურების საერთო რაოდენობა მნიშვნელოვანია მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრის ნაწილისთვის, რომელიც დაკავშირებულია თანალოკაციასთან. იმ საბაზო სადგურებისთვის, რომლებსაც აქვთ 3G და LTE ტექნოლოგიების მხარდაჭერა ინტერნეტის

სერვისებისთვის, მაგთიკომს უჭირავს მთლიანი რაოდენობის 42% სილქნეტს კი - 36%. ამის საფუძველზე, უნდა ვივარაუდოთ, რომ თანალოკაციის მხრივ, უფრო დიდი მოთხოვნა იქნება შპს „მაგთიკომის“ ქსელზე, სილქნეტთან შედარებით.

ინტერნეტის მხრივ, მაგთიკომი ამჟამად აგენერირებს გაცილებით მეტ ტრაფიკს თავის ქსელში, ვიდრე დარჩენილი ორი კონკურენტი ოპერატორი (იხ. დიაგრამა 10, 25 და 26). მოსალოდნელია, რომ ინტერნეტის ტრაფიკის მნიშვნელოვანი ზრდა შენარჩუნდება მომავალშიც. შპს „მაგთიკომის“ ქსელი, ბოლო წლების განმავლობაში უფრო დიდი ინვესტიციებით (იხ. დიაგრამა 27) დარჩება ტრაფიკის დიდი მოცულობის გადამტანად, სხვა ქსელებთან შედარებით. ეს დააყენებს მაგთიკომს ეროვნული როუმინგისა და MVNO დაშვების მსურველ ოპერატორებში ყველაზე სასურველი კონტრაქტი ოპერატორის პოზიციაზე, რამეთუ მაგთიკომმა აჩვენა, რომ მას შეუძლია მეტი ტრაფიკის გადატანა სხვა ოპერატორებთან შედარებით.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მაგთიკომი უკეთესად არის პოზიციონირებული მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე, მათ შორის MVNO დაშვების, ეროვნული როუმინგისა და თანალოკაციის კუთხით. ეს უპირატესობა გამოწვეულია ქსელში გატარებული ინტერნეტის მნიშვნელოვნად დიდი ტრაფიკით, მისი ინვესტიციებით ბოლო წლებში და იმ ლოკაციების რაოდენობით, სადაც ისინი ფიზიკურად აკონტროლებენ ინფრასტრუქტურას.

#### 6.2.1.5. ანალიზის საერთო შეჯამება

33-ე დიაგრამა ახდენს შპს „მაგთიკომის“ წილის ხაზგასმას შესაბამის საცალო მონაცემებში, მწვანედ მონიშნული მაჩვენებლები გვიჩვენებს, რომ მაგთიკომს აქვს ბაზრის წილის მინიმუმ 40%. ბოლო სვეტში შპს „მაგთიკომის“ წილის მიმართულება (მზარდი, სტაბილური ან კლებადი) მწვანედ არის მონიშნული.

მიმდინარე ანალიზის საინტერესო ასპექტია მობილური ინტერნეტის სერვისების ბაზრის მზარდი მნიშვნელობა. ინტერნეტის მომსახურების ბაზრის მნიშვნელოვანი ზრდა გავლენას ახდენს მობილური ქსელის ინვესტიციებსა და სიმძლავრეზე. ბაზრის თითოეული მახასიათებლის შედარებითი მნიშვნელობა მის მოსალოდნელ ზრდასთან მიმართებაში ილუსტრირებულია პირველ სვეტში (ბოლო 5 წლის ტენდენციიდან გამომდინარე).

ბაზრის მახასიათებლები დიაგრამის ზედა ნაწილში (გატარებული ტრაფიკით) ითვლება მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე წილის ყველაზე მნიშვნელოვან ინდიკატორად, დაწყებული ინტერნეტის ტრაფიკით. ცხრილის შემდგომი ფაქტორები, თუმცა მნიშვნელოვანი და მხარდამჭერია ბაზრის წილის ანალიზში, მაგრამ მათ არ აქვთ იგივე გავლენა შპს „მაგთიკომის“ საბითუმო სიმძლავრის განხილვაზე.

*ცხრილი 33: შპს „მაგთიკომის“ მობილური ბაზრის წილების შეჯამება სხვადასხვა მონაცემებზე დაყრდნობით*



მობილური ქსელის მახასიათებლები	ბაზრის ტენდენცია	შპს „მაგთიკომის“ წილი (2022)	იზრდება შპს „მაგთიკომის“ წილი? (2022)
გატარებული ინტერნეტის ტრაფიკი	↑↑↑	51%	→
იურიდიული პირი აბონენტების ინტერნეტის ტრაფიკი	↑↑	40%	→
ფიზიკურ პირი აბონენტების ინტერნეტის ტრაფიკი	↑↑↑	54%	→
ქსელში განხორციელებული ინჟინერიკი	→	49%	↑
საბაზო სადგურების რაოდენობა	↑	39%	↑
UMTS/LTE სადგურების რაოდენობა	↑	42%	→
დამატებული საბაზო გადამცემი სადგურები		67%	↑
ბაზრის შემოსავლები	↑↑↑	49%	↑
ინტერნეტიდან შემოსავლები	↑↑↑	49%	↑
ხმოვანი სერვისებიდან შემოსავლები	↑↑	48%	↑
M2M/IoT შემოსავლები	↑↑↑	83%	→
იურიდიული პირი აბონენტები	↑↑	42%	↑
M2M/IoT აბონენტები	↑↑	66%	↑

შენიშვნა: დამატებული სადგურების მიმდინარე ტენდენციიდან გამომდინარე მაგთიკომი გადააჭარბებს 40%-ს ამ ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში

აღნიშვნები:

↑↑↑=ძალიან მაღალი ზრდა (>20%)

↑↑=მაღალი (10% - 20%)

↑=ზომიერი ზრდა (5% - 10%)

→ =უმნიშვნელო ან ზრდის არ ქონა (-5% - +5%)

მწვანე შეფერილობა ნიშნავს, რომ შპს „მაგთიკომის“ შედეგები აკმაყოფილებენ კანონით დადგენილ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის ძირითად კრიტერიუმებს (ამჟამად და მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში)

მობილური ქსელის სიმძლავრის ყველა შესაბამის მნიშვნელოვან ინდიკატორის მიხედვით (ინტერნეტის ტრაფიკის მოცულობა, ინვესტიციები და სადგურების რაოდენობა) ასევე საცალო შემოსავლები და იურიდიულ პირ და M2M/IoT ინტერნეტის აბონენტებში, მაგთიკომს აქვს წილის მინიმუმ 40% (ზოგ შემთხვევაში მეტიც კი). შპს

„მაგთიკომის“ წილის შემცირება ნაკლებად სავარაუდოა, ისევე, როგორც სილქნეტის ან სელფი მობაილის მიერ ამ ინდიკატორებში 40%-იანი ზღვრის გადალახვა.

### 6.2.2. ოპერატორების აბსოლუტური და შედარებითი სიდიდე

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე-12 პუნქტში ნათქვამია, რომ: „მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირის დადგენისას და მისთვის სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრებისას ძირითადი კრიტერიუმის გარდა გამოიყენება მეორეული კრიტერიუმები, რომლებიც ობიექტურად განსაზღვრავს ძირითადი კრიტერიუმების შესაბამისად მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების მიერ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენციის შეზღუდვისა და არაკონკურენტული ქმედებების განხორციელების შესაძლებლობებს“.

ძირითადი მობილური ოპერატორების აბსოლუტური და ფარდობითი ზომის შედარება ხდება სხვადასხვა ბიზნესის მასშტაბის დასანახად. მაგთიკომი, მთლიანი მობილური შემოსავლების 49%-იანი წილით, 1,4-ჯერ დიდია ზომით (შემოსავლების თვალსაზრისით), ვიდრე მისი უახლესი კონკურენტი (სილქნეტი) მაშინ, როდესაც აბონენტთა რაოდენობით 1,2-ჯერ აღემატება მას (იხ. ცხრილი 34).

ცხრილი 34: მობილური სექტორის შემოსავლები და აბონენტები (2022)

ოპერატორი	მობილურის მთლიანი შემოსავლები (მლნ. ლარი)	მობილური აბონენტების მთლიანი რაოდენობა (მლნ)
მაგთიკომი	343.3	2.44
სილქნეტი	239.5	1.96
სელფი მობაილი	113.3	1.45

წყარო: კომისიის

თუ შევადარებთ მთლიანი შემოსავლებს (მათ შორის, ყველა სატელეკომუნიკაციო სერვისში) და აბონენტთა საერთო რაოდენობას (ყველა ტიპის აბონენტი - ფიქსირებული და მობილური), მაგთიკომი არის 1,24-ჯერ უფრო დიდი შემოსავლების თვალსაზრისით და 1,2-ჯერ დიდი აბონენტთა რიცხვით მის უახლეს კონკურენტზე (იხ. ცხრილი 35).

ცხრილი 35: შპს „მაგთიკომის“ და სილქნეტის შემოსავლები და აბონენტები (2022)

ოპერატორი	მთლიანი სატელეკომუნიკაციო შემოსავლები (მლნ. ლარი)	მთლიანი სატელეკომუნიკაციო აბონენტების რაოდენობა (მლნ)
მაგთიკომი	624	2.95
სილქნეტი	473	2.46

წყარო: კომისია და ოპერატორების ფინანსური ანგარიშგებები

მიჩნეულია, რომ სხვა მობილურ ოპერატორებთან შედარებით, შპს „მაგთიკომის“

აბსოლუტურ და შედარებით ზომაში (შემოსავლებისა და აბონენტების ბაზის მიხედვით) მნიშვნელოვანი განსხვავებაა (მათ შორის მისი უახლოესი კონკურენტის, სილქნეტის ჩათვლით). მაგთიკომიც და სილქნეტიც, ორივე ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორები არიან, მაგრამ რადგან მაგთიკომი უფრო მოცულობითია, (24%-ით მეტი შემოსავლებით და 20%-ით მეტი აბონენტით) მას აქვს უპირატესი მრავალფეროვნების და მასშტაბის ეკონომია ვიდრე სილქნეტს (იხ თავი 6.2.7 და 6.2.8). ითვლება, რომ შპს „მაგთიკომის“ ეს შედარებითი უპირატესობა შენარჩუნდება ამ კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

### 6.2.3 რთულად დუბლირებადი ინფრასტრუქტურის კონტროლი

კომისიის შესწორებული მეთოდოლოგიური წესების 15 მუხლის მე-3 პუნქტის ა ქვეპუნქტის მიხედვით, კომისიამ უნდა გაითვალისწინოს „... შეზღუდულ სიხშირულ სპექტრზე ხელმისაწვდომობა, ან საკუთარი ელექტრონული საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურის და ქსელის ისეთი გეოგრაფიული მასშტაბებით გავრცელება, რომელიც მოსახლეობის უდიდესი ნაწილისთვის მომსახურების მიღების საშუალებას იძლევა და კონკრეტულ ავტორიზებულ პირს სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით უპირატესობას ანიჭებს, ვინაიდან სხვა ალტერნატიული ავტორიზებული პირისათვის ამგვარი ინფრასტრუქტურის შექმნა შესაძლებელია მხოლოდ გრძელვადიან პერსპექტივაში, ან შეზღუდულ გეოგრაფიულ არეალში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბაზრის ანალიზისას კომისიამ უნდა მოახდინოს ასეთი ინფრასტრუქტურის იდენტიფიცირება და უნდა შეაფასოს საბაზრო ძალაუფლებისთვის მისი არსებობის მნიშვნელობა“

ეს კრიტერიუმი ძირითადად დაკავშირებულია იმ არსებულ ხარჯებთან, რომლებიც საჭიროა ბაზარზე შესასვლელად, როგორც არადაბრუნებადი ხარჯები (მათი დაბრუნება არ ხდება ბაზრიდან გამოსვლის შემთხვევაშიც). არსებულმა მობილურმა ოპერატორებმა ბაზარზე შესვლით უკვე გაიღეს მაღალი არადაბრუნებადი ხარჯები. პოტენციურმა ბაზარზე ახალმა შემსვლელებმა უნდა გადაწყვიტონ, განახორციელონ თუ არა ინვესტიცია ბაზარზე შესვლამდე იმ ოპერატორების წინააღმდეგ, რომლებმაც უკვე განახორციელეს ეს ინვესტიცია. ინფრასტრუქტურაში ინვესტირების აუცილებლობა, რომლის დუბლირებაც არ არის ადვილი, მნიშვნელოვანი ბარიერს წარმოადგენს ბაზარზე შესვლისთვის.

კომისიის მონაცემების მიხედვით, სამივე ოპერატორი ფლობს მოსახლეობის 99%-იან დაფარვას. ქსელის არსებული სიმძლავრის კონტროლს დიდი მნიშვნელობა აქვს, რადგან ახალ შემომსვლელს საკმაოდ დრო დასჭირდება მოსახლეობის სრული დაფარვისთვის. მობილური ბაზარზე შესვლისთვის საჭირო დროის ნაწილი დაკავშირებულია ხელმისაწვდომი სპექტრის მინიჭების აუცილებლობასთან. ვინაიდან რადიოსიხშირული სპექტრი ამოწურვადი რესურსია, სპექტრის არსებულ მფლობელებს (3 ამჟამინდელ მობილურ ოპერატორს) აქვთ დიდი კონკურენტული უპირატესობა ეროვნული დაფარვის მიღწევის თვალსაზრისით და ქსელის საკმარისი სიმძლავრით ყველაზე შესაფერისი სპექტრის გამოყენებაში.

კომისიის მონაცემებზე დაყრდნობით, მიუხედავად იმისა, რომ ყველა ოპერატორს აქვთ ერთნაირი დაფარვა, მაგთიკომს და სილქნეტის მობილურ ქსელს აქვთ სხვა მახასიათებლები, რისი დუბლირებაც არ არის ადვილი (სელფი მობაილის ქსელთან

შედარებით). ქსელის დაფარვა (რიცხოვრივი და სადგურის სიმჭიდროვის თავალსაზრისით) ითვლება ფარდობითი საბაზრო ძალაუფლების კარგ ინდიკატორად სხვადასხვა ოპერატორებს შორის მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე. მაგთიკომს და სილქნეტს აქვთ ერთიდაიგივე რაოდენობის საბაზო სადგურები, გაცილებით მეტი, ვიდრე სელფი მობაილს (იხ. დიაგრამა 29, 30 და 31). ეს საკმაოდ მნიშვნელოვანი უპირატესობა იქნება სამომავლო განვითარებისა და 5G მომსახურების დასაწერად.

მობილურის ბაზარზე შესაძლო ახალი მონაწილეების კონტექსტში მაგთიკომისა და სილქნეტის ქსელების დუბლირება ყველაზე რთულია, რადგან მათ აქვთ მობილური საბაზო სადგურების საკმაოდ დიდი რაოდენობა.

მაგთიკომი 2021 წლის უმლაუტის ანალიზზე<sup>77</sup> დაყრდნობით აცხადებს, რომ იგი წარმოადგენს საუკეთესო ხარისხის მქონე მობილურ ოპერატორს. კომისიის მიერ რეგულარულად ჩატარებული ხარისხის დამოუკიდებელი გაზომვების მიხედვით, შეფასებული ქსელის ხარისხის ინდიკატორების უმეტესობა აჩვენებს, რომ სილქნეტს აქვს უკეთესი შედეგები. ეს კვლევები არ არიან ერთსა და იმავე ინდიკატორებზე დაფუძნებულნი. უმლაუტის 2021 წლის კვლევა მნიშვნელოვნად დეტალური და ვრცელია მაშინ, როდესაც კომისიის ტესტები რეგულარულია, რათა მოხდეს ტენდენციების შეფასება. რადგან კვლევებში სხვადასხვა მეთოდოლოგიები გამოყენებული, შეუძლებელია გაკეთდეს რამე მყარი დასკვნა შპს „მაგთიკომის“ და სილქნეტის ქსელების ხარისხის განსხვავებაზე. რაც დამტკიცებით შეგვიძლია ვთქვათ არის ის, რომ მაგთიკომიც და სილქნეტიც, ორივე წარმოაჩენენ მომსახურების უკეთეს ხარისხს, ვიდრე სელფი მობაილი.

შპს „მაგთიკომის“ ქსელი ამჟამად მნიშვნელოვნად დიდი რაოდენობის ინტერნეტის მიწოდებას ახორციელებს ვიდრე სილქნეტი და სელფი მობაილი (იხ. დიაგრამა 25). იმ მტკიცებულებასთან ერთად, რომ მაგთიკომმა ბოლო 4 წლის განმავლობაში უფრო მეტი საბაზო გადამცემი სადგური დაამატა (იხ. დიაგრამა 28 და 39), შეიძლება ვთქვათ, რომ შპს „მაგთიკომის“ ქსელი უკეთესად იქნება პოზიციონირებული ბაზარზე გაზრდილი ინტერნეტის (გაზრდილი მოთხოვნის) ტრაფიკისთვის.

ვასკვნიტ, რომ მაგთიკომი და სილქნეტი ფლობენ მნიშვნელოვან კონტროლს ინფრასტრუქტურაზე და რომ ვერც ერთი სხვა ოპერატორი, თუ ახალი შემომსვლელი, ვერ შეძლებს ამ შედეგების გამეორებას (დუბლირებას) წინამდებარე კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

#### 6.2.4 წვდომა სიხშირულ სპექტრზე

სპექტრზე წვდომა ასევე გასათვალისწინებელია ბაზრის პირობების, MNO-ების შედარებითი კონკურენტული პოზიციების შეფასებისას (პოტენციური დომინირების ჩათვლით). მობილური ქსელების გასაშვებად საკმარისი სპექტრი უნდა იყოს ხელმისაწვდომი და ეს ძალიან მნიშვნელოვანია მობილური ინტერნეტის ტრაფიკის მიმდინარე და მოსალოდნელი მნიშვნელოვანი ზრდის ფონზე. ეს ზრდა მოითხოვს

<sup>77</sup> Umlaut - გლობალური საკონსულტაციო კომპანია და მსოფლიო ლიდერი მობილური ქსელების ტესტირებისა და ბენჩმარკინგის საკითხებში მაგთიკომის ქსელს აღიარებს, როგორც „საუკეთესო ტესტში“ საქართველოში, ხელმისაწვდომია: <https://www.magticom.ge/en/umlaut>  
ეს აღმოჩენა დაადასტურა ტურისტულმა ვებგვერდმა: „დარჩენა საქართველოში: როგორ ვიყიდოთ და გავააქტიუროთ ქართული SIM ბარათი 2023 წელს“, Emily Lush, 6 მაისი 2023, ხელმისაწვდომი: <https://wander-lush.org/georgian-sim-card-beeline-magti/>

დამატებით სპექტრს, მიუხედავად იმისა, რომ გარკვეულწილად შესაძლებელია ინტერნეტის ტრაფიკის ზრდის დაკმაყოფილება ქსელის დაფარვის სიმჭიდროვის გაზრდით, მაგალითად მეტი ლოკაციის, ან მეტი სადგურის დამატებით. არსებობს ტექნიკური და ეკონომიკური შეზღუდვები მობილური ქსელზე სიმჭიდროვის დამატებაზე და ამგვარად მობილური ოპერატორებისთვის, როგორც წესი, იქმნება საჭიროება მოიპოვონ მეტი სპექტრი, რომ დააკმაყოფილონ გაზრდილი ინტერნეტის ტრაფიკი. ზოგადად, ის მობილური ქსელის ოპერატორი (MNO), რომელსაც უფრო მეტი სპექტრი აქვს, არის მოწინავე კონკურენტულ პოზიციაზე, ნაკლები სიხშირული რესურსის მქონე MNO-ებთან შედარებით.

მობილური ქსელის ოპერატორისთვის ყველა სიხშირის დიაპაზონი არ არის თანაბარი მნიშვნელობის. 1 გჰც-ზე დაბლა სპექტრში სიხშირულ დიაპაზონებს აქვთ უკეთესი გავრცელების მახასიათებლები და როგორც წესი, მიიჩნევიან უფრო ღირებულად მობილური კომუნიკაციისთვის, რამეთუ მათ უფრო ცოტა საბაზო სადგურები ჭირდებათ უფრო დიდი ტერიტორიის დასაფარად. დამატებით, ეს სპექტრი ნაკლებად მოწყვლადია გავრცელების დაბრკოლებების მიმართ (როგორცაა დიდი შენობები და ტყეები) და ნაკლებად ექვემდებარება მეტეოროლოგიურ პირობებს, როგორცაა მაგალითად, უხვი ნალექი. თუმცა, 1 გჰც-ზე ნაკლები სპექტრი ოპტიმალურია ხმოვანი სერვისისთვის და არა ინტერნეტის ტრაფიკისთვის.

მობილური მომსახურებისთვის მინიჭებული სპექტრები (სანამ კომისიის აუქციონი დამთავრდებოდა 2023 წ. სექტემბერში) წარმოდგენილია 36-ე დიაგრამაზე. ამჟამად მობილური სერვისის სპექტრი მხოლოდ 3 არსებულ ოპერატორს აქვს მინიჭებული.

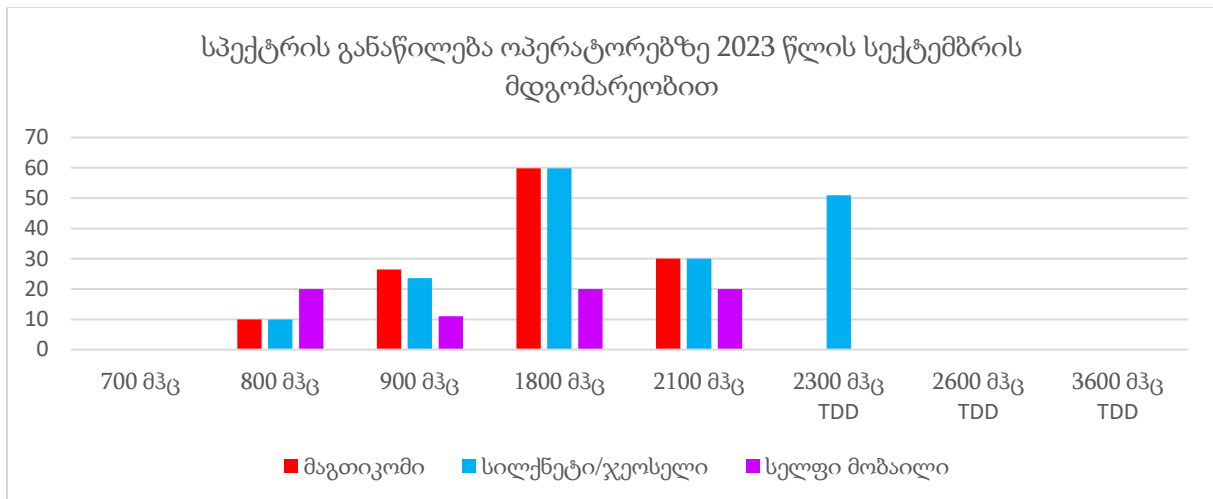
ცხრილი 36: მობილური სპექტრის განაწილება 2023 წლის სექტემბრის მდგომარეობით

ოპერატორი	განაწილებული სიხშირეები									
	800 მჰც		900 მჰც		1800 მჰც		2100 მჰც		2300 მჰც TDD	სულ მჰც
მათიკომი	2x5	10	2x13.2	26.4	2x29.9	59.8	2x15	30	0	126.2
სილქნეტი/ ჯეოსელი	2x5	10	2x11.8	23.6	2x29.9	59.8	2x15	30	51	174.4
სელფი მობაილი	2x10	20	2x5.49	10,98	2x10	20	2x10	20	0	70.98
<b>მთლიანი განაწილებული</b>		<b>40</b>		<b>60.98</b>		<b>139.6</b>		<b>80</b>	<b>51</b>	<b>371.58</b>
ხელმისაწვდომი, თუმცა არ განაწილებული	2x10	20	2x4.5	9	2x5	10	2x5;2x1 5	40	49	128
წილი განაწილებულში		67%		87%		93%		67%	51%	74%

წყარო: კომისია



დიაგრამა 37: სპექტრის განაწილება ოპერატორებზე 2023 წლის სექტემბრის მდგომარეობით



წყარო: კომისია

ოპერატორები, როგორც წესი, თანაბარ პირობებში იმყოფებოდნენ 1 გჰც-ზე დაბლა სიხშირის დიაპაზონში (სელფი მობაილს ჰქონდა სპექტრის ყველაზე მცირე წილი, მაგრამ განსხვავება შედარებით მცირეა), მაშინ როცა 1 გჰც-ზე მაღალი სიხშირის დიაპაზონში სელფი მობაილს ჰქონდა მნიშვნელოვნად ნაკლები სპექტრი, რაც დიდი მინუსი იყო განსაკუთრებით საქართველოს მჭიდროდ დასახლებულ (და უფრო მომგებიან) რაიონებში, მაგთიკომთან და სილქნეტთან შედარებით.

სილქნეტისთვის მინიჭებული 2,300 მჰც სიხშირის დიაპაზონის სპექტრი ვერ იქნება სრული მასშტაბით გამოყენებული, რადგან ქართულ ბაზარზე ბევრი მომხმარებლის ტერმინალი (მობილური ტელეფონი) ვერ აღიქვამს ამ დიაპაზონს. აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ მაგთიკომი და სილქნეტი თანაბარ პირობებში იმყოფებოდნენ 1 გჰც-ზე ზემოთ სპექტრთან მიმართებით, ხოლო სელფი მობაილის პოზიცია უფრო სუსტი იყო.

სპექტრების აუქციონზე, რომელიც კომისიამ ჩაატარა 2023 წლის სექტემბერში, მოწვეული იყო ყველა არსებული მობილური ქსელის ოპერატორი და ასევე ყველა პოტენციური ახალი შემომსვლელი. მხოლოდ სელფი მობაილმა მიიღო მონაწილეობა აუქციონში და მას მიენიჭა დამატებითი სპექტრი. არც მაგთიკომი და არც სილქნეტი აუქციონში არ მონაწილეობდა (მათ არ გააკეთეს განაცხადი არც ერთ სპექტრზე).

სპექტრის პოზიცია 2023 წლის სექტემბრის აუქციონის შემდეგ მოცემულია 38-ე ცხრილში.

ცხრილი 38: სპექტრის გადანაწილება 2023 წლის სექტემბრის აუქციონის დასრულების შემდეგ

	სილქნეტი	მაგთიკომი	სელფი მობაილი აუქციონამდე	სელფი მობაილი აუქციონის შემდეგ
სიხშირეები 1 გჰც-ს ქვემოთ (800 და 900 მჰც)	2 x 16.8	2 x 18.2	2 x 15.49	2 x 15.49
სიხშირეები 1,800-იან და 2,100 მჰც-იან სპექტრში	2 x 44.9	2 x 44.9	2 x 10	2 x 15
სიხშირეები 2,300 მჰც-იან სპექტრში	1 x 51			



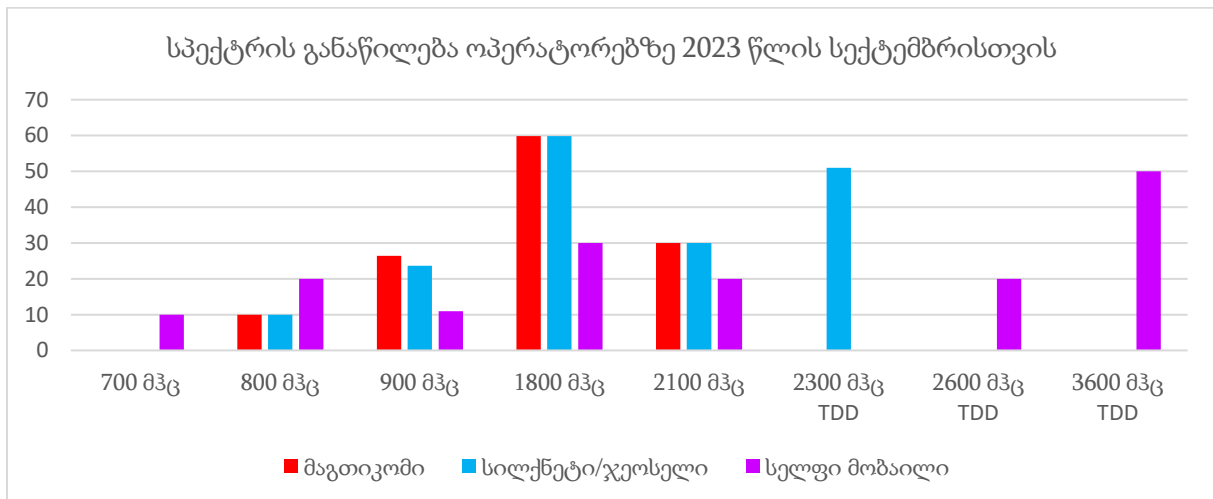
სიხშირეები 5G-სთვის 1გჰც-ს ქვემოთ (700 მჰც)				2 x 5
სიხშირეები 5G-სთვის 2,600 მჰც				1 x 20
სიხშირეები 5G-სთვის 3,600 მჰც				1 x 50

წყარო: კომისია

სპექტრი 1,800 მჰც დიაპაზონში შეიძლება გამოყენებულ იქნას LTE-ისთვის, მაშინ როცა სხვა ახალი სპექტრი მინიჭებულია 5G სერვისებისთვის (ეს მინიჭება არ არის ტექნოლოგიურად ნეიტრალური).

ამჟამად გაცემული სიხშირული რესურსი მოცემულია 39-ე დიაგრამაზე.

დიაგრამა 39: სპექტრის განაწილება 2023 წლის სექტემბრის აუქციონის დასრულების შემდეგ



წყარო: კომისია

აუქციონის შემდეგ, სამი მობილური ქსელის ოპერატორის საერთო ფარდობითი პოზიციები იგივე რჩება, მიუხედავად სელფი მობაილის მიღწევებისა. სელფი მობაილის მიღწევები 1 გჰც-ზე ზევით სპექტრში ბევრად უფრო მნიშვნელოვანია და ამის გამო, მაგთიკომი მეორე პოზიციაზე აღმოჩნდა. თუმცა, სილქნეტის სპექტრის 51 მჰც არის 2,300 მჰც დიაპაზონში, ~~(რაც ნაკლებად სასარგებლოა)~~, ხოლო სელფი მობაილისთვის ახლად მინიჭებული სპექტრის უმეტესი ნაწილი გამოყოფილია 5G გამოყენებისთვის.

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ამჟამად სელფი მობაილი (2023 წლის სექტემბრის შემდეგ) ნომინალურად საუკეთესო მდგომარეობაშია სპექტრის ორივე ნაწილში, 1 გჰც-ზე ქვემოთ და ზემოთაც. ეს იმიტომ ხდება, რომ ამჟამად სელფი მობაილს სპექტრის მნიშვნელოვანი რაოდენობა შეიძლება გამოყენებულ იქნას 5G-სთვის. თუ მხოლოდ LTE სპექტრებს შევადარებთ, სელფი მობაილი კვლავ შედარებით წამგებიან პოზიციაზეა მაგთიკომთან და სილქნეტთან შედარებით.

ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ სულ არის 500 მჰც სპექტრი, რომელიც არ არის განაწილებული საქართველოში მობილურ ოპერატორებზე (შედარებისთვის, მხოლოდ 411

მპკ არის განაწილებული). გაუნაწილებელი სპექტრი მოიცავს 2x25 მპკ სპექტრს ღირებულ 700 მპკ დიაპაზონში. ეს სპექტრი არის წინასწარ გამოყოფილი მობილურ კომუნიკაციებში გამოსაყენებლად, ამიტომ ის ხელმისაწვდომია აუქციონზე. ვინაიდან არსებობს უამრავი ხელმისაწვდომი თავისუფალი სპექტრი, როდესაც კომისიის მიერ მომავალში დაიგეგმება ახალი აუქციონები, სავარაუდოა, რომ MNO-ების ფარდობითი სპექტრის მდგომარეობა მნიშვნელოვნად შეიცვლება.

ცხრილი 40: გაუნაწილებელი მობილური სპექტრი

	განსაზღვრული, თუმცა გაუნაწილებელი								
	700 მპკ		2600 მპკ		3400 - 3600 მპკ		3600- 3800 მპკ		სულ მპკ
	FDD *	სულ	FDD+TDD *	სულ	TDD*	სულ	TDD*	სულ	სულ
ხელმისაწვდომი აუქციონამდე, მპკ	2x30	60	2x70 +40+2x5**	190	200	200	130	130	580***
ხელმისაწვდომი აუქციონის შემდეგ, მპკ	2x25	50	2x70 +20+2x5**	170	150	150	130	130	500

\*იხილეთ სქოლიო<sup>78</sup>

\*\* 2x5 მპკ TDD 2600 მპკ დიაპაზონში შეიძლება განაწილებულ იქნას TDD და FDD სახით, თითო 5 მპკ-ს რაოდენობით;

\*\*\* დამატებითი 2x5 მპკ სპექტრი 1800 მპკ დიაპაზონში, რომელიც განაწილდა სელფი მობაილზე, არ არის მითითებული ამ ცხრილში.

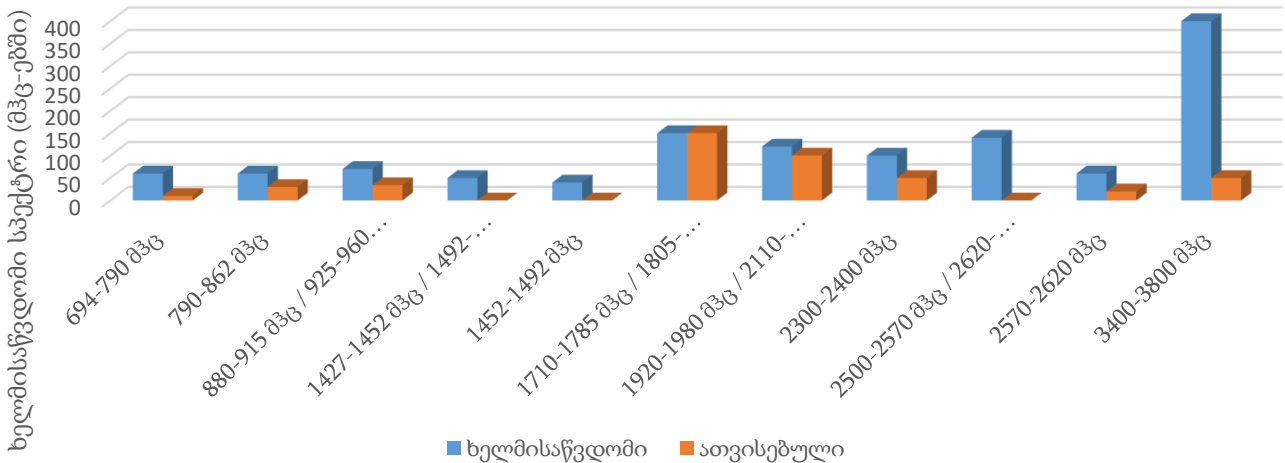
წყარო: კომისია

სპექტრის განაწილება საქართველოში ამჟამად ჩამორჩება ევროკავშირს. ზოგიერთი სიხშირული დიაპაზონი, რომლებიც გამოყოფილია საერთაშორისო მობილური ტელეკომუნიკაციებისთვის (IMT) ევროკავშირში, საქართველოში ჯერ არ არის გამოყოფილი. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ საქართველოში მომავალში მობილური კომუნიკაციისთვის კიდევ უფრო მეტი სპექტრი გახდება ხელმისაწვდომი.

დიაგრამა 41: ხელმისაწვდომი მობილური სპექტრი და მისი გამოყენება

<sup>78</sup> FDD იყენებს სხვადასხვა სიხშირის დიაპაზონს აღმავალი და დაღმავალი არხებისთვის (ოპტიმალურს ნმოვანი ტრაფიკისთვის) და TDD იყენებს იგივე დიაპაზონს აღმავალი და დაღმავალი არხებისთვის (ოპტიმალურს მონაცემთა გადაცემისთვის)

### მობილური სექტორის ათვისება



წყარო: კომისია და CEPT

ასევე მოსალოდნელია, რომ 2023 წლის მსოფლიოს რადიოს კონგრესზე<sup>79</sup>, დამატებით სპექტრები გამოიყოფა მობილური მომსახურებისთვის.

აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ საქართველოში არსებობს საკმარისი სპექტრი შემდგომი ამოცანებისთვის და ამ კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში, მოსალოდნელია, რომ შეიცვლება არსებული მდგომარეობა. სელფი მობაილის ამჟამინდელი წამყვანი პოზიცია 5G მიმართულებით დიდი ალბათობით, დროებითია. კომისიის მომავალ აუქციონებში შპს „მათიკომის“ (და ასევე სილქნეტი, სელფი მობაილთან შედარებით) შედარებით გაძლიერებული ფინანსური პოზიციები, სავარაუდოდ, მნიშვნელოვან ცვლილებებს გამოიწვევს MNO-ების ფარდობითი სიხშირის მფლობელობაში და მათიკომი და სილქნეტი დაუბრუნდებიან წამყვან პოზიციებს.

### 6.2.5 პოტენციური კონკურენციის არარსებობა

საბაზრო ძალაუფლების შეფასება კომისიის განახლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-15 მუხლის მე-3 პუნქტის „ლ“ ქვეპუნქტის პარაგრაფის მიხედვით ასევე უნდა ითვალისწინებდეს ამ ბაზარზე იმ ახალი ოპერატორების შესვლის გამარტივებას, რომლებიც არ არიან აქტიური.

საბითუმო მობილური დაშვების ბაზრის შეფასებისას აუცილებელია შესწავლილ იქნეს იმ ახალი შემომსვლელის შესაძლებლობა, რომელიც შეიძლება დამკვიდრდეს საბითუმო ბაზარზე და ეფექტური კონკურენცია გაუწიოს არსებულ ოპერატორს.

ასევე გასათვალისწინებელია დამკვიდრებული ოპერატორის მიერ მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზარზე მობილურ დაშვების საბითუმო ბაზარზე შესვლის გავლენა. ბაზარზე შესვლა უფრო სავარაუდოა, თუ ახალბედა ოპერატორი უკვე ოპერირებს მეზობელ ბაზარზე, ან აქვს ქსელის სიმძლავრე, და აქვს შესაძლებლობა მიაწოდოს, ან კონკურენცია

<sup>79</sup> მსოფლიო რადიოს კონგრესენცია გაიმართება 2023 წლის ნოემბერსა და დეკემბერში იხილეთ <https://www.itu.int/wrc-23/>

გაუწიოს შესაბამის საბითუმო დაშვების სერვისს. მაგალითად, არსებულ ქართულ FTTH ქსელის ოპერატორს (როგორცაა სქაიტელი) შეუძლია აირჩიოს, გახდეს კონვერგირებული (მობილური და ფიქსირებული ერთდროულად) ფართოზოლოვან ბიზნესში, რათა კონკურენცია გაუწიოს თავის მთავარ კონკურენტებს მაგთიკომსა და სილქნეტს. მობილურ ბაზარზე შესვლით სქაიტელს შეუძლია ბაზარს შესთავაზოს მობილური სერვისების საბითუმო მომსახურება. ამ მიზნის მისაღწევად, ახალ მონაწილეს დასჭირდება არსებული მობილური ქსელის სიმძლავრის დუბლირება. მობილური ქსელი კი მოითხოვს საკუთარ სპექტრულ რესურსებს და მაღალ საწყის ინვესტიციებს, რის მიღწევასაც გარკვეული დრო დასჭირდება, სანამ კონკურენტუნარიანი საბითუმო მობილური დაშვების სერვისი ეროვნულ დონეზე იქნება შეთავაზებული. ეს წარმოადგენს მნიშვნელოვან ბარიერს მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე შესვლისთვის და მკაცრად ზღუდავს ნებისმიერ პოტენციურ კონკურენციას, რადგან ითვლება, რომ იმავე ან მეზობელ ბაზრებზე არ არსებობენ მოთამაშეები (მაგალითად, სქაიტელი), რომლებსაც შეუძლიათ გამოიყენონ უკვე არსებული ინფრასტრუქტურა და სწრაფად შევიდნენ ბაზარზე.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე კვლავ დარჩება პოტენციური კონკურენციის ნაკლებობა, წინამდებარე კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

## 6.2.6 ვერტიკალური ინტეგრაცია

კომისიის განახლებული მეთოდოლოგიური წესების 15 მუხლის მე-3 პუნქტის „ი“ ქვეპუნქტში წერია, რომ მუშაობა ვერტიკალური ღირებულების ჯაჭვის როგორც საბითუმო, ისე საცალო დონეზე „... მათ ანიჭებს კონკურენტულ უპირატესობას სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით, რადგან მათ დამოუკიდებლად შეუძლიათ მომხმარებლებისთვის მომსახურების მიწოდება, მომსახურების მიწოდების კონტროლი და ბაზრის პოტენციურ ცვლილებებზე მყისიერი რეაგირება;“

ტელეკომუნიკაციაში ვერტიკალური ინტეგრაციის სარგებელი გამომდინარეობს ძირითადად ოპერატორის მიერ საკუთარი რესურსების კონტროლისგან, რომელსაც იყენებს საბოლოო მომხმარებლისთვის უკეთესი სერვისის შეთავაზებისთვის (და ამგვარად აუმჯობესებს საკუთარ კონკურენტუნარიანობას). მაგალითად, ინფრასტრუქტურის კონტროლით, ოპერატორს შეუძლია განსაზღვროს საკუთარი პრიორიტეტები ახალი მომხმარებლების მოსაზიდად და სერვისის პრობლემებზე რეაგირებისთვის. სხვა ოპერატორის ქსელზე საბითუმო დაშვებაზე დაყრდნობა ცვლის სიტუაციას, რადგან დაშვების მსურველის პრიორიტეტები შეიძლება არ ემთხვეოდეს ქსელის პროვაიდერის პრიორიტეტებს.

საბითუმო მობილური დაშვების მსურველს მოუწევს იპოვოს ბალანსი დაბალი დაფინანსებით წარმოშობილ უპირატესობებსა (რომელიც გამოწვეულია საბითუმო დაშვების არჩევადან) და ქსელზე კონტროლის დაკარგვას და სხვა ფაქტორებს შორის, რომლებიც გავლენას ახდენენ საბოლოო მომხმარებლებისთვის მიწოდებული სერვისის ხარისხზე, თვითმომსახურება გამოწვეულ მაღალი საოპერაციო ხარჯების საპირისპიროდ, რომელსაც გავლენა აქვს მომგებიანობაზე.

მაგთიკომი და სილქნეტი არიან ოპერატორები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ქსელის ინფრასტრუქტურას და საცალო მომსახურებას როგორც ფიქსირებულ, ისე მობილური ბაზრისთვის საქართველოში. ეს მაგთიკომს და სილქნეტს აყენებს სელფი მობაილისგან განსხვავებულ პოზიციაში, რომელსაც მხოლოდ მობილური სერვისი აქვს. მაგთიკომი, კერძოდ, უკეთეს მდგომარეობაშია ვერტიკალური ინტეგრაციის უპირატესობის გამოყენების თვალსაზრისით, რადგან მას უჭირავს წამყვანი პოზიცია საცალო სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე. მაგთიკომს აქვს ქსელის ინფრასტრუქტურის აშკარა უპირატესობა დაფარვის, სიმძლავრისა და სიმჭიდროვის თვალსაზრისით ფიქსირებულ ფართოზოლოვან ბაზარზე და ასევე ფლობს მობილური ქსელის ინფრასტრუქტურას, რომელიც ამჟამად იმაზე მეტ ინფორმაციას ატარებს თავის ინტერნეტ ქსელში, ვიდრე სილქნეტი და სელფი მობაილი ერთად.

კომისიის 2018 წლის 6 დეკემბრის 671/9 გადაწყვეტილებით, მაგთიკომს და სილქნეტს (სხვა ოპერატორებთან ერთად) მინიჭებული აქვთ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალის ოპერატორის სტატუსი სხვადასხვა ადგილობრივ ბაზარზე, „Leased Line“-ების მიწოდების და სხვა სერვისებისთვის (მაგისტრალური და ტრანზიტული სემენტები), რომლებსაც დიდი მნიშვნელობა აქვს მობილური ოპერაციებისთვის. მაგთიკომს და სილქნეტს შეიძლება ჰქონდეთ სტიმული, განასხვავონ საკუთარი მობილური აქტივობები და დაშვების მსურველი ოპერატორების მოთხოვნები იჯარით ხაზების (და „dark fiber“ სიმძლავრის) გაყიდვის საბითუმო ბაზარზე. ასეთი დისკრიმინაცია შეიძლება იყოს ვერტიკალური ინტეგრაციის, როგორც ანტიკონკურენტული ინსტრუმენტის გამოყენების ნათელი მაგალითი, რომელიც პირდაპირ გამომდინარეობს საბითუმო ბაზარზე დომინანტური პოზიციიდან.

ითვლება, რომ მაგთიკომს და სილქნეტს შეუძლიათ გამოიყენონ ვერტიკალური ინტეგრაცია როგორც უპირატესობა, მაგრამ სილქნეტის მიერ მიღებული სარგებელი ვერტიკალური ინტეგრაციიდან არ არის საკმარისი შპს „მაგთიკომის“ ლიდერის პოზიციასთან დასაპირისპირებლად. ეს ძირითადად იმის გამოა, რომ მაგთიკომი ინტერნეტის ქსელში ატარებს მნიშვნელოვნად დიდი მოცულობის მონაცემებს (იხ. დიაგრამა 25) და განხორციელებული აქვს მნიშვნელოვნად დიდი ინვესტიცია ქსელებში ბოლო 4 წლის განმავლობაში (იხ. დიაგრამა 28).

### 6.2.7 მასშტაბის ეკონომია

კომისიის განახლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-15 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტში აღნიშნულია, რომ: „დიდი მოცულობით მომსახურების მიმწოდებელ ავტორიზებულ პირებს აქვთ შესაძლებლობა, მიაღწიონ მასშტაბის ეკონომიას, რაც განპირობებულია ავტორიზებული პირის მთლიანი დანახარჯების მიწოდებული მომსახურების ერთეულებს შორის გადანაწილებით;“

მასშტაბის ეკონომია ხდება ბაზრებზე, სადაც საჭიროა მაღალი ინვესტიციები ბაზარზე არსებობისთვის, რაც საბოლოოდ იწვევს მიწოდების ერთეულის ფასის დაბალ ღირებულებას. მობილური ტელეკომუნიკაციების ბაზრებზე მნიშვნელოვანი



ინვესტიციებია საჭირო სპექტრის ფლობის უფლებების მოპოვებასა და ეროვნული ინფრასტრუქტურის მშენებლობისთვის.

საქართველოს მობილური ქსელის სამივე ოპერატორმა უკვე განათავსა ქსელები ეროვნული მასშტაბით. მაგთიკომი ფლობს მობილური აბონენტების 42%-ს, სილქნეტი - 33%-ს და სელფი მობაილი - 25%-ს (იხ. დიაგრამა 4). სწრაფად მზარდ საბაზრო სეგმენტში (მობილური ინტერნეტის ტრაფიკი - იხ. 26-ე დიაგრამა) შპს „მაგთიკომის“ შედარებითი წილი 51%-ია, სილქნეტის 30%-თან და სელფი მობაილის 18%-თან შედარებით. ბაზრის ეს უპირატესობა მაგთიკომს საშუალებას აძლევს გამოიყენოს მასშტაბის უფრო მნიშვნელოვანი ეკონომია. მაგთიკომს ასევე უფრო ეფექტურად შეუძლია გამოიყენოს მრავალფეროვნების ეკონომია (იხ. თავი 6.2.8) რადგან მას უკავია წამყვანი პოზიცია, ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ქსელის ბაზარზე.

მიწოდების მაღალი საცალო ღირებულება, სილქნეტსა და სელფი მობაილის ქსელს, არახელსაყრელ მდგომარეობაში აყენებს შეინარჩუნოს საცალო ტარიფები, რაც ეფექტურ კონკურენციას გაუწევდა მაგთიკომს. სილქნეტისა და სელფი მობაილის მთლიანი მომგებიანობა უკვე მაგთიკომზე დაბალ დონეზეა (იხ. ასევე 43-ე ცხრილი).

ამიტომ ვასკვნით, რომ მაგთიკომს მასშტაბის ეკონომიიდან უფრო მეტი სარგებელი აქვს, ვიდრე სილქნეტს და მნიშვნელოვნად მაღალი სარგებელი ვიდრე სელფი მობაილს.

#### 6.2.8 მრავალფეროვნების ეკონომია

**კომისიის განახლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-15 მუხლის მე-3 პუნქტის „ზ“ წერია, რომ მრავალფეროვნების ეკონომიკას აქვს: „...ანალოგიური ეფექტი, თუმცა ხარჯის შემცირება მიიღწევა ერთი და იმავე ინფრასტრუქტურის საშუალებით მიწოდებული სხვადასხვა ტიპის მომსახურებას შორის ფიქსირებული და ზედნადები დანახარჯების განაწილების შედეგად.“**

მრავალფეროვნების ეკონომია წარმოდგენილია ბაზარზე, როდესაც ოპერატორი აწვდის ერთზე მეტ მნიშვნელოვან სერვისს თითოეულ სერვისზე გარკვეული საერთო რესურსების გამოყენებით, მათ შორის ქსელების, მარკეტინგული და სადისტრიბუციო რესურსების დახმარებით. ტელეკომუნიკაციის სფეროში ოპერატორს უფრო იაფი უჯდება აწარმოოს ორივე, ფიქსირებული და მობილური სერვისი ერთად, ვიდრე ეს სერვისები ცალ-ცალკე. ბაზრის უპირატესობა შეიძლება მოპოვებულ იქნას მრავალფეროვნების ეკონომიით, რადგან ფირმებს შეუძლიათ ისარგებლონ დაბალი ერთეულის ფასით, რამეთუ მომხმარებლები შეიძენენ რამდენიმე სერვისს ერთი ოპერატორისგან. მრავალფეროვნების ეკონომიის შემთხვევაა ასევე, როცა ოპერატორს შეუძლია ბაზარს შესთავაზოს ორივე - როგორც საცალო, ასევე საბითუმო მომსახურება. ოპერატორს, რომელიც იმყოფება ყველა საცალო და საბითუმო სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე, შეუძლია გაანაწილოს თავისი საერთო ხარჯები მის ყველა პროდუქტსა და მომსახურებაზე.

მაგთიკომი არის ბაზრის ლიდერი ელექტრონული საკომუნიკაციო სერვისების უმეტესობის მიწოდებაში. ეს ეხება ყველა ფიქსირებულ და მობილურ საცალო მომსახურებას (იხ. დიაგრამა 42). მაგთიკომი არ არის ბაზრის ლიდერი



სატელეკომუნიკაციო-საკანალიზაციო არხების საბითუმო ინფრასტრუქტურისთვის, სადაც სილქნეტს უკავია წამყვანი პოზიცია (როგორც წინა მოქმედი ქსელის (Incumbent) ოპერატორს საქართველოში). ეს სერვისები მოიცავს, მაგრამ არ შემოიფარგლება, მობილურ სერვისებს, ფიქსირებულ ფართოზოლოვან, ციფრული ტელევიზიას და ა.შ. ეს აყენებს მაგთიკომს სპეციფიკურ მდგომარეობაში საქართველოს სხვა ოპერატორებთან და ძირითადად სილქნეტთან შედარებით

ცხრილი 42: საცალო ბაზრის წილი მობილური აბონენტების მიხედვით (2022)

ოპერატორი	საცალო ბაზრის წილი აბონენტების მიხედვით (2022)			
	მაღალ-სიჩქარიანი ფიქსირებული ფართოზოლოვანი	ყველა ფიქსირებული ფართოზოლოვანი	მობილური სერვისები	ციფრული ტელევიზია
მაგთიკომი	54.6%	48.3%	42.6%	56.06%
სილქნეტი	32.0%	29.9%	32.7%	36.99%
სელფი მობაილი			24.7%	
სხვა	13.4%	21.8%		6.95%
<b>სულ</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

წყარო: კომისია

შპს „მაგთიკომის“ აქციები მის ყველა ძირითად ბაზარზე იძლევა მნიშვნელოვნად უფრო მაღალ მრავალფეროვნების ეკონომიას. დარჩენილი ტელეფონზე-დაფუძნებული მომსახურება (რომელიც არ არის მოცემული 42-ე ცხრილში) შედარებით ნაკლებ მნიშვნელოვანია და მათი რიცხვი უფრო და უფრო მცირდება. სილქნეტსაც აქვს გარკვეული მრავალფეროვნების ეკონომია, რადგან იგი წარმოადგენს შპს „მაგთიკომის“ გარდა ერთდერთ ოპერატორს, რომელსაც შეუძლია ორივე - ფიქსირებული და მობილური სერვისების შეთავაზება ბაზრისთვის. ყველა სხვა ოპერატორი (მათ შორის მესამე უდიდესი, სელფი მობაილი და სხვა მცირე ფიქსირებული ქსელის ოპერატორები) დიდად ვერ სარგებლობენ მრავალფეროვნების ეკონომიით.

მაგთიკომსა და სილქნეტს ასევე აქვთ უპირატესობა, კერძოდ მათ შეუძლიათ რამდენიმე საცალო სერვისი ერთად შესთავაზონ კლიენტებს პაკეტებში. მათი კონკურენტული უპირატესობა პაკეტურ სერვისებში ძირითადად გამოწვეულია მათი უნარით, შესთავაზონ ფიქსირებული, მობილური და ციფრული ტელევიზიის სერვისების კომბინაციები ერთ პაკეტში და მიაღწიოს ხარჯების შემცირებას ამ სერვისებს შორის, ფიქსირებული ხარჯების განაწილების შედეგად და ერთიდაიგივე ზედნადები აქტივობების გაზიარებით. მესამე ოპერატორი (სელფი მობაილი) ბაზარს არ სთავაზობს მომსახურების პაკეტების ასეთ სრულ ასორტიმენტს.

ამიტომ ითვლება, რომ მაგთიკომი, როგორც ბაზრის ლიდერი საქართველოს ძირითადი სერვისების მთელ სპექტრში, თავის კონკურენტებისგან განსხვავებით, სრულად სარგებლობს მრავალფეროვნების ეკონომიით. მასშტაბის ეკონომიასთან ერთად (იხ. თავი

6.2.7) მაგთიკომი სარგებლობს უფრო დაბალი ერთეულის ხარჯებით თავისი მომსახურებისთვის, რაც მას უკეთეს კონკურენტულ პოზიციას ანიჭებს, უფრო მაღალი და სტაბილური მომგებიანობით (იხ. 43 ცხრილი).

### 6.2.9 დაბალი მსყიდველობითი ძალაუფლება ან მისი არარსებობა, გრძელვადიანი და მდგრადი ხელშეკრულებების შედეგი

კომისიის განახლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-15 მუხლის მე-3 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტი ადგენს, რომ: „რეგულაციის არარსებობისას საბითუმო მომსახურების მომხმარებელ ავტორიზებულ პირებს არ გააჩნიათ იმის შესაძლებლობა, რომ პოტენციურად მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირისგან მიიღონ მომსახურება კონკურენტული პირობებით. გარდა ამისა, მსყიდველობითი ძალაუფლების შეფასებისას მხედველობაში მიიღება ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მომსახურების მიმწოდებლების რაოდენობა;“

მობილური წვდომის ბაზრის მთლიანი სტრუქტურა შედგება სამი ვერტიკალურად ინტეგრირებული ქსელის ოპერატორისგან (საცალო და ქსელური ოპერაციების მქონე ბიზნესებით) რომლებიც ერთმანეთის კონკურენტები არიან, მაშინ როდესაც მათგან ერთ-ერთს (მაგთიკომს) აქვს ბაზრის უმეტესი წილი შემოსავლების, ინტერნეტის ტრაფიკისა და აბონენტების რაოდენობის მხრივ. ზოგადად, საბითუმო მობილური დაშვების მსურველებს შეიძლება ჰქონდეთ მსყიდველობითი ძალა, თუ ისინი შეისყიდიან დიდი მოცულობის სიმძლავრეს და ამგვარად წარმოადგენენ რეალურ საფრთხეს შეიცვალონ მომწოდებელი, ან დააკმაყოფილონ საკუთარი მოთხოვნები თვითმომსახურება გზით. იმისათვის, რომ დაშვების მსურველისთვის კონკურენტული საფრთხე ეფექტური იყოს მსყიდველობითი ძალის მოსაპოვებლად, მოცულობებს, რომლებიც შეიძლება დაკმაყოფილდეს სხვა მიწოდების წყაროდან, უნდა ჰქონდეს მატერიალური გავლენა საბითუმო მიმწოდებლის მომგებიანობაზე, საცალო შემოსავლების პოტენციური დანაკარგის გათვალისწინებით, რაც თან ახლავს ახალ საბითუმო შემოსავლებს. პრაქტიკულად, ეს მოითხოვს, რომ საბითუმო დაშვების მოცულობა იყოს მნიშვნელოვანი.

საბითუმო დაშვება შპს „მაგთიკომის“ საბაზო გადამცემ სადგურებზე (თანალოკაცია) ან ეროვნული როუმინგი შეიძლება მოიძიონ სხვა მობილურმა ოპერატორებმა (კერძოდ სელფი მობაილმა, რომელსაც საბაზო გადამცემი სადგურების რაოდენობა მნიშვნელოვნად ნაკლები აქვს, ვიდრე მაგთიკომს). მაგთიკომისთვის საბითუმო შემოსავლების შესაძლო დანაკარგი შეიძლება კომპენსირდეს სელფი მობაილის გამო საცალო შემოსავლების არდაკარგვის გზით.

ანალოგიურად, საბითუმო MVNO დაშვება შეიძლება მოითხოვონ მაგთიკომისგან მისმა კონკურენტებმა ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ქსელის ოპერატორებმა საცალო ბაზარზე. შპს „მაგთიკომის“ მიერ საბითუმო შემოსავლების შესაძლო შემცირება სავარაუდოდ, კომპენსირებული იქნება საცალო შემოსავლების დაკარგვის შემცირებული რისკით, რადგან მაგთიკომს აქვს მაღალი საბაზრო წილი ასევე საცალო ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ქსელის ბაზარზეც.

შპს „მაგთიკომის“ მიერ დადებული რაიმე საბითუმო MVNO ხელშეკრულების არარსებობა მიუთითებს იმაზე, რომ მაგთიკომი არ ექვემდებარება ეფექტურ კონკურენციულ შესყიდვის ძალას პოტენციური დაშვების მსურველებისგან, რომლებსაც სურთ მობილურ ბაზარზე შესვლა. ბაზრის გამოცდილება ბოლო წლების განმავლობაში, როდესაც პოტენციური მოთამაშეები ცდილობდნენ შემოსულიყვნენ საქართველოს მობილურ ბაზარზე MVNO დაშვების გზით, ძირითადად წარუმატებელი აღმოჩნდა. მხოლოდ ერთი MVNO გამოჩნდა ბაზარზე, (ეკლექტიკი) სილქნეტის ქსელზე დაშვებით. „ეკლექტიკი“ არის MVNO-ს ძალიან „მსუბუქი“ ფორმა და ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ის მნიშვნელოვან კონკურენტულ გავლენას მოახდენს მაგთიკომზე.

ამიტომ მიიჩნევა, რომ ნებისმიერ დაშვების პოტენციურ მსურველს არ აქვს საკმარისი მსყიდველუნარიანობა რომ გავლენა მოახდინოს მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე. *ex-ante* რეგულაციების არ არსებობის პირობებში, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ მცირე ოპერატორები, თავიანთი მცირე სავაჭრო შესაძლებლობით, შეძლებენ დადონ დიდ ოპერატორებთან გრძელვადიანი და მდგრადი მობილური საბითუმო დაშვების ხელშეკრულებები.

#### 6.2.10 კაპიტალის ბაზარსა და ფინანსურ რესურსებზე მარტივი ან პრივილეგირებული წვდომა

კომისიის განახლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-15 მუხლის მე-3 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტში წერია, რომ: „ავტორიზებული პირის მდგომარეობა, რომელიც მისი მოცულობიდან, საკუთრების ტიპიდან, ან ადგილობრივ და საერთაშორისო ჯგუფთან ურთიერთდამოკიდებულებიდან გამომდინარე, შესაძლებელს ხდის ამ ავტორიზებული პირის სხვებთან შედარებით მარტივ დაშვებას, როგორც შიდა, ასევე გარე კაპიტალთან და ფინანსურ რესურსებთან, ინვესტიციების განხორციელების, ქსელის განახლების ან/და ქსელის გაფართოების საჭიროებიდან გამომდინარე.“

სასესხო დაფინანსებაზე ხელმისაწვდომობა, ზოგადად უფრო რთულია საქართველოში, ვიდრე ევროკავშირში და ფირმებს, რომლებიც უკვე გამოიმუშავებენ საკუთარ ფულად სახსრებს მიმდინარე ოპერაციებიდან, ექმნებათ უპირატესობა იმავე ბაზარზე არსებულ ფირმებთან შედარებით, რომლებმაც უნდა მიმართონ დაფინანსების გარე წყაროებს ინვესტიციებისთვის და გაფართოებისთვის.

ცხრილი 43: ძირითადი ფინანსური ინდიკატორები 2019-2021 (მილ. ლარი)

	2019	2020	2021	2022
<i>EBITDA</i> <sup>80</sup> -				
- მაგთიკომი	306	295	353	466
- სილქნეტი	216	214	231	289
- სელფი მობაილი	45	45	54	63

<sup>80</sup> EBITDA: მოგება საპროცენტო გადასახადამდე, ცვეთა და ამორტიზაციამდე

<b>კაპიტალური ხარჯები</b>	115	31	138	105
- მაგთიკომი	99	105	71	73
- სილქნეტი	22	46	39	25
- სელფი მობაილი				
<b>სესხი</b>				
- მაგთიკომი		არა	არა	არა
- სილქნეტი		კი	კი	კი
- სელფი მობაილი		კი	კი	კი

წყარო: კომისია და ოპერატორების მიერ გამოქვეყნებული ანგარიშგებები.

შენიშვნა: ოპერატორებს შორის EBITDA მონაცემების ზუსტი შედარების განხორციელება შეუძლებელია, მათ მიერ ფულადი ნაკადების განსხვავებული ანგარიშგების გამო.

მაგთიკომმა გამოიმუშავა მეტი წმინდა ფული (EBITDA - იხილეთ დიაგრამა 43), ვიდრე მისმა კონკურენტებმა ბოლო ფინანსური ანგარიშგების სამი წლის განმავლობაში და განახორციელა მნიშვნელოვანი კაპიტალური დანახარჯები სესხით დაფინანსების აუცილებლობის გარეშე. ამის საპირისპიროდ, სილქნეტსა და სელფი მობაილს აქვთ მნიშვნელოვნად ნაკლები EBITDA და ისინი სარგებლობენ სესხის დაფინანსებით.

ოპერატორებს ბაზარზე, რომლებიც აბონენტებს სთავაზობენ როგორც მობილურ, ასევე ფიქსირებულ სერვისებს, ზოგადად ექმნებათ თვითდაფინანსების უფრო მყარი საშუალება მათი მაღალი საბაზრო წილის და მრავალფეროვნების და მასშტაბის ეკონომიების საფუძველზე.

ზოგადად, ბიზნესს აქვს უფრო ადვილი წვდომა ფინანსურ რესურსებზე, თუ ის საკმარისად უნარიანია ნებისმიერი სესხის დაფარვისთვის, პროცენტის ჩათვლით. არსებობს როგორც ფინანსური, ასევე არა-ფინანსური ასპექტები, რომლებიც განსაზღვრავს კომპანიის კრედიტუნარიანობას. მაშინ როდესაც, არა-ფინანსურ ასპექტებში მაგთიკომი, სილქნეტი და სელფი მობაილი შესაძლოა შედარდეს მდგრადი და არა-ელასტიური მოთხოვნის კუთხით (სამივე კომპანია მზარდ ბაზარზეა), ქვემოთ მოცემულ ცხრილში შეჯამებული ფინანსური მახასიათებლები გამოარჩევენ მაგთიკომს სხვებისგან.

**ცხრილი 44: ძირითადი ფინანსური ინდიკატორები 2020-2022**

კომპანიის სახელი	საოპერაციო ფულადი ნაკადები/ვალსი			EBITDA/პროცენტი			EBITDA/მთლიანი სესხი			ვალსი/კაპიტალი		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
მაგთიკომი	7.25	10.30	14.80	9.57	16.30	15.33	N/A	N/A	N/A	0.04	0.04	0.03
სილქნეტი	0.12	0.20	0.32	2.38	2.60	2.50	0.32	0.39	0.54	(14.41)	(19.25)	5.53
სელფი მობაილი	0.11	0.09	0.09	0.81	0.88	1.08	0.10	0.11	0.10	(1.11)	(1.16)	(1.14)

წყარო: კომისია და ოპერატორების მიერ გამოქვეყნებული ანგარიშგებები

როგორც წესი, 2.0-ზე მეტი ვალსი და კაპიტალის თანაფარდობა მიუთითებს სარისკო სცენარზე ინვესტორისთვის/კრედიტორისთვის. თუმცა, ეს საზომი შეიძლება განსხვავდებოდეს ინდუსტრიის მიხედვით. სილქნეტის ეს კოეფიციენტი 2.0-ზე მაღალია **2022 წელს და უარყოფითი კი 2020-21 წლებში**, ხოლო მათი საოპერაციო ფულადი ნაკადების ვალსი თანაფარდობის ტენდენცია უმჯობესდება **(0.20-დან 0.32-მდე)**. სილქნეტის ვალსი წილის სიდიდე გვიჩვენებს, რომ კომპანია შესაძლოა მიუახლოვდეს

ფინანსური რესურსების ლიმიტს თავისი აქტივებით, რომელიც უკვე გამოყენებული აქვს არსებული სესხების უზრუნველსაყოფად. 2022 წლის დეკემბრის მდგომარეობით, სილქნეტს აქვს ძირითადი საშუალებები 363 მილიონი ლარის ოდენობით, ხოლო სესხის ძირი 595 მილიონი ლარია, ხოლო მაგთიკომს არ აქვს სესხის საერთოდ და მათი ძირითადი საშუალებები შეადგენს 449 მლნ ლარს. შესაბამისად, მაგთიკომს აქვს უფრო დიდი შესაძლებლობა, რომ უზრუნველყოს ნებისმიერი მომავალი სასესხო ვალდებულება.

ამიტომ მიჩნეულია, რომ მაგთიკომს აქვს უფრო ადვილი წვდომა კაპიტალსა და ფინანსურ რესურსებზე, ვიდრე მის კონკურენტებს.

### 6.2.11 მომგებიანობა

EBITDA მარჯა (თავისუფალი ფულადი სახსრები გაყოფილი შემოსავლებზე) ითვლება საუკეთესო მაჩვენებლად კომპანიის ოპერაციებიდან მიღებული მომგებიანობის შესაფასებლად<sup>81</sup>. ოპერატორებს შორის ზუსტი შედარება შეუძლებელია გართულდეს მათ ანგარიშებზე თანხის ბრუნვის მიხედვით. EBITDA-ს უპირატესობა ისაა, რომ ის აქრობს ფაქტორების გავლენას (პროცენტები, გადასახადები, ცვეთა და ამორტიზაცია) სადაც ბიზნესებს აქვთ საშუალება გავლენა მოახდინონ განგარიშებაზე, მაგალითად ვალის დაფინანსების, კაპიტალის სტრუქტურის, ამორტიზაციის მეთოდებისა და გადასახადების (გარკვეული ზომით) დონეების ვარიაციების გზით. ამიტომ EBITDA აჩვენებს ფირმის ფინანსურ მაჩვენებელს მისი კაპიტალის სტრუქტურის გავლენის გარეშე.

მობილური სექტორის მომგებიანობაზე დიდ გავლენას ახდენს წარსული ინვესტიციები (რომელიც ძირითადად დაკავშირებულია ქსელის ინფრასტრუქტურის მოწყობასა და სპექტრის რესურსების მოპოვებასთან). შედარების საუკეთესო საშუალებაა ფულადი სახსრების ყველა შემოდინების აღება (საოპერაციო მოგება გადასახადამდე, პროცენტამდე, ცვეთა და ამორტიზაციამდე) და სხვადასხვა კომპანიის შედეგების შედარება, რათა თავიდან იქნას აცილებული ნებისმიერი განსხვავებული საგადასახადო, ფინანსური რეგულაციები და ამორტიზაციის დაშვებები, რომლებსაც ადგილი ქონდა წარსული ინვესტიციების შედეგად გარკვეული პერიოდის განმავლობაში. სატელეკომუნიკაციო ოპერატორების EBITDA-ს მარჯები, როგორც წესი, დაახლოებით 30% ან მეტია, რაც ზოგადად უფრო მაღალია, ვიდრე ტიპური EBITDA სხვა ბაზრებსა და ინდუსტრიებში<sup>82</sup>.

45-ე ცხრილი ადარებს შპს „მაგთიკომის“ და სილქნეტის მთლიანი ოპერაციების შემოსავლებს, მოგების მარჯას და EBITDA-ს მარჯას და მათ განვითარებას 2020, 2021 და 2022 წლებში. ეს გაკეთდა იმის გათვალისწინებით, რომ მხოლოდ მაგთიკომი და სილქნეტი არიან ისეთი მობილური ქსელის ოპერატორები, რომლებიც ოპერირებენ ტელეკომის სხვადასხვა ბაზრებზე (ფიქსირებული ფართოზოლოვანი, ფიქსირებული ხმოვანი, IPTV, საბითუმო ბაზრები, ფართო ინფრასტრუქტურა და ა.შ.)

<sup>81</sup> <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/valuation/what-is-ebitda/>

<sup>82</sup>

[https://researchchartsolutions.com/home/otts\\_vs\\_telcos/#:~:text=If%20we%20look%20at%20the,sectors%20in%20the%20value%20chain](https://researchchartsolutions.com/home/otts_vs_telcos/#:~:text=If%20we%20look%20at%20the,sectors%20in%20the%20value%20chain)



ცხრილი 45: მთლიანი ოპერაციები<sup>83</sup>

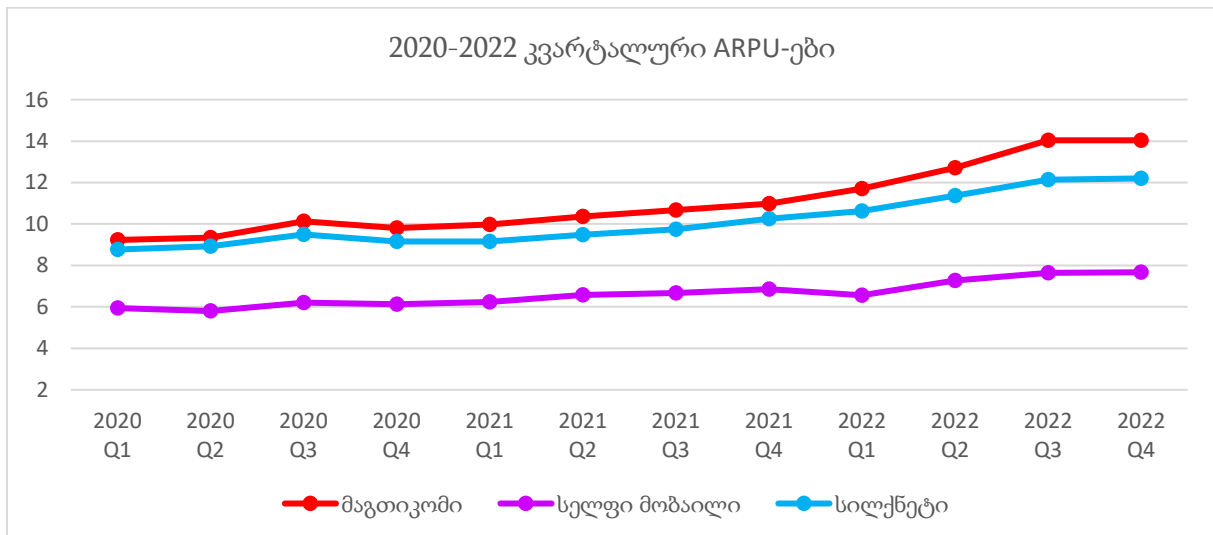
	შემოსავლები			წმინდა მოგების მარჟა (% შემოსავლიდან)			EBITDA მარჟა (% შემოსავლიდან)		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
მაგთიკომი	456	514	624	41%	44%	49%	65%	69%	75%
სილქნეტი	382	413	473	-21%	12%	30%	56%	56%	61%

წყარო: კომისია

45-ე ცხრილი გვიჩვენებს, რომ მაგთიკომს და სილქნეტს აქვთ მაღალი და სტაბილური EBITDA მარჟა. ეს მარჟები ზოგადად უკეთესია, ვიდრე საშუალოდ მობილური ქსელის ოპერატორებისთვის მსოფლიოში (იხ. თავი 4.2). შპს „მაგთიკომის“ EBITDA მარჟა მნიშვნელოვნად მაღალია სილქნეტის მარჟაზე და აგრძელებს ზრდას. 2022 წელს, შპს „მაგთიკომის“ EBITDA მარჟა გაიზარდა 75%-მდე. სილქნეტის წმინდა მოგების მარჟაზე მეტად ახდენს გავლენას პროცენტი, ცვეთა და ამორტიზაციის გადახდები, ვიდრე მაგთიკომზე, რადგან ამ უკანასკნელს არ აქვს ვალი.

EBITDA-ს მარჟის ზრდა მაგთიკომისა და სილქნეტისთვის მოხდა ერთ აბონენტზე საშუალო შემოსავლის ზრდის პარალელურად (ARPU იხ. დიაგრამა 46). ბოლო ორი წლის განმავლობაში შპს „მაგთიკომის“ საოპერაციო ხარჯებში (მაგალითად, ინფრასტრუქტურის გაზიარებით) არანაირი შემცირება არ მომხდარა. შპს „მაგთიკომის“ შემოსავლები 2022 წელს 12.6%-ით გაიზარდა, საოპერაციო ხარჯები კი - 2.0%-ით. შპს „მაგთიკომის“ ერთ აბონენტზე საშუალო შემოსავალი (ARPU) 2022 წელს გაიზარდა 24,6%-ით სილქნეტის 16,1%-ისა და სელფი მობაილის 8,6%-თან შედარებით.

დიაგრამა 46: ARPU-ები



წყარო: კომისია

მიუხედავად იმისა, რომ სამივე მობილური ქსელის ოპერატორს აქვს EBITDA-ს მარჟა 35%-ზე მეტი, შპს „მაგთიკომის“ EBITDA-ს მარჟა (75%) მნიშვნელოვნად აღემატება სილქნეტის ან სელფი მობაილისას (შესაბამისად 61% და 45% - იხილეთ ცხრილი 43).

<sup>83</sup> მომგებიანობა არის მთლიანი ოპერაციებისთვის, რაც იყო მიზეზი იმისა, რომ Cellfie-დან მონაცემები არ იქნა გამოყენებული



შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მაგთიკომს აქვს საგრძნობლად უკეთესი ფინანსური მდგომარეობა საერთო ფინანსური კუთხით, რომელიც ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობასთან და ბოლოდროინდელ ინვესტიციებთან ერთად მაგთიკომს, კონკურენტებთან შედარებით, ანიჭებს ბევრად უფრო ძლიერ პოზიციას მობილური საბითუმო დაშვების ბაზარზე. ნაკლებ სავარაუდოა, რომ ეს პოზიცია შეიცვლება წინამდებარე კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

### 6.3 დასკვნა მობილური საბითუმო დაშვების ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის აღმოჩენის შესახებ

ნაკლებად სავარაუდოა, რომ 2022 წლის შპს „მაგთიკომის“ საცალო ბაზრის წილი მობილური სერვისებისთვის (შემოსავლების 49%, აბონენტების 42% და გატარებული ინტერნეტის ტრაფიკის 51%) ჩამოვა საქართველოს კანონით განსაზღვრულ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ზღვრის, 40%-ის ქვემოთ, წინამდებარე კვლევის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში. ბაზრის წილის სხვა ძირითად სფეროებში, ბოლო 4 წლის განმავლობაში, მაგთიკომმა მობილურ სექტორში განახორციელა მთლიანი ინფრასტრუქტურისა და აპარატურის ინვესტიციების 59% და ამ პერიოდის განმავლობაში დაამატა ახალი საბაზო სადგურის გადამცემების 59%.

ბაზრის წილი, გაანგარიშების ყველა მეთოდით (იხ. თავი 6.2.1) მხოლოდ პირველი ნაბიჯია შესაძლო მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასებისას. გასათვალისწინებელია დამატებითი კრიტერიუმები (როგორც ეს მოითხოვება საქართველოს კანონის „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ 22-ე მუხლის 1 პუნქტის „დ“ პუნქტში), რათა შეფასდეს, აკმაყოფილებს თუ არა მაგთიკომი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის სტატუსს მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე. საბაზრო წილის მაჩვენებელი არ გამოყენებულა, როგორც გადამწყვეტი მაჩვენებელი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ის დასკვნის მხარდასაჭერად, ის არის დამხმარე საშუალება, კომისიის განახლებული მეთოდოლოგიური წესების მე-15 მუხლში ჩამოთვლილ მეორად კრიტერიუმებთან ერთად, რათა დადგინდეს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე სტატუსი. როგორც ბაზრის წილის მაჩვენებლით (სადაც ვერც ერთმა სხვა ოპერატორმა ვერ მიაღწია 40%-ს), ასევე, სხვა კრიტერიუმებით, მაგთიკომი მნიშვნელოვნად უკეთეს პოზიციასზეა ბაზარზე, ვიდრე მისი კონკურენტები.

აქედან გამომდინარე ვასკვნით, რომ მაგთიკომი ფლობს მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლებას მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე, რომელიც ეფუძნება მის მაღალ საბაზრო წილებს (ბაზრის წილის შესაბამისი ინფორმაციის ფართო სპექტრის შესაბამისად) და გამყარებულია რიგი მეორადი კრიტერიუმების ანალიზით, კერძოდ:

- შპს „მაგთიკომის“ აბსოლუტური და ფარდობითი ზომა კონკურენტებთან შედარებით;
- შპს „მაგთიკომის“ კონტროლი ინფრასტრუქტურაზე, რომელიც არ არის ადვილად დუბლირებული საჭირო ეროვნული დაფარვისა და სიმძლავრის თვალსაზრისით (მსგავსად სილქნეტისა);
- ბაზარზე შესვლისა და გაფართოების არსებული ბარიერები - დასტურდება მნიშვნელოვანი კონკურენციის და პოტენციური კონკურენციის არარსებობით მომავალი 3 წლის პერსპექტივაში;
- შპს „მაგთიკომის“ მნიშვნელოვანი მასშტაბის და მრავალფეროვნების ეკონომია, რომელიც მოიპოვა ეროვნული ინფრასტრუქტურის საშუალებით, როგორც ფიქსირებული, ასევე მობილური სერვისებისთვის (მისი წამყვანი პოზიცია ყველა ძირითად ფიქსირებულ და მობილურ ბაზარზე, ყველაზე დიდი შემოსავალი, ყველაზე დიდი აბონენტთა ბაზა, ყველაზე დიდი ინტერნეტის ტრაფიკი), მისი

ეროვნული სადისკრიმინაციო არხებით და მისი ძლიერი ვერტიკალურად ინტეგრირებული საცალო და ქსელური ბიზნესით;

- დაშვების მსურველების საპასუხო შემსყიდველი ძალაუფლების არარსებობა და შპს „მაგთიკომის“ ინტერესის ნაკლებობა, დადოს გრძელვადიანი და მდგრადი საბითუმო ხელშეკრულებები მათთან;
- შპს „მაგთიკომის“ უფრო ადვილი წვდომა ფინანსურ რესურსებზე - გამყარებული უფრო მაღალი მომგებიანობის მაჩვენებლებით.

#### 6.4 ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობა

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი საბაზრო წილის ზღვრის გარდა, კომისიის შესწორებული მეთოდოლოგიური წესების მე-16 მუხლის მე-4 პუნქტი<sup>84</sup> ევროკავშირის კანონმდებლობის შესაბამისად, ადგენს სამ პირობას,

<sup>84</sup> 4. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენისთვის შემოადინებულ ძირითად კრიტერიუმთან ერთად საჭიროა „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე-12 პუნქტით გათვალისწინებული მეორეული კრიტერიუმების დაკმაყოფილება. კერძოდ, საჭიროა ქვემოთ მოცემული სამი წინაპირობის ერთობლივად დაკმაყოფილება:

ა) პირველ რიგში, უსიტყვო კოორდინაციის თითოეულ მონაწილეს უნდა შესწევდეს უნარი, იცოდეს, როგორ იქცვიან უსიტყვო კოორდინაციის სხვა მონაწილეები, რათა დააკვირდეს, ნერგავენ თუ არა ისინი საერთო პოლიტიკას. საკმარისი არ არის უსიტყვო კოორდინაციის თითოეულმა მონაწილემ იცოდეს, რომ ურთიერთდამოკიდებული საბაზრო ქცევა ყველა მათგანისთვის მომგებიანია, თითოეულ მონაწილეს ასევე უნდა ჰქონდეს საშუალება იცოდეს, რომ მონაწილეებს გააჩნიათ იგივე სტრატეგია და მიზნები მას. ამდენად, უნდა არსებობდეს საკმარისი საბაზრო გამჭვირვალობა, რათა უსიტყვო კოორდინაციის თითოეულმა მონაწილემ საკმარისად ზუსტად და სწრაფად მიიღოს ინფორმაცია, იმის შესახებ, თუ როგორ ვითარდება სხვა მონაწილეების საბაზრო ქცევა (გამჭვირვალობა);

ბ) მეორე – უსიტყვო კოორდინაციის მდგომარეობა უნდა იყოს მდგრადი. კერძოდ, უნდა არსებობდეს საკმარისი წამახალისებელი/მასტიმულირებელი ფაქტორები, რომ არ მოხდეს საერთო პოლიტიკიდან გადახვევა. აღნიშნული სახეზეა, თუ კოორდინირებული ქცევის შენარჩუნება სარგებელიანია უსიტყვო კოორდინაციის ყველა მონაწილისთვის. შესაბამისად, ამ მდგომარეობისთვის დამახასიათებელია საერთო პოლიტიკიდან გადახრილი ქცევის მიმართ უკუქმედების (დამსჯელი ღონისძიებების) მექანიზმი. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების სიცოცხლისუნარიანობისთვის უნდა არსებობდეს ადეკვატური შემაკავებელი მექანიზმები და მასტიმულირებელი ფაქტორები, რათა უსიტყვო კოორდინაციის თითოეულმა მონაწილემ არ გადაუხვიოს საერთო პოლიტიკიდან. ე.ი. თითოეულმა მონაწილემ უნდა იცოდეს, რომ მისი მხრიდან კონკურენტული, საბაზრო წილის გაზრდისკენ მიმართული ქმედება გამოიწვევს სხვების იდენტური ქმედებების პროვოცირებას, რაც მას არ მოუტანს სარგებელს (მდგრადობა);

გ) მესამე – უნდა დასტურდებოდეს, რომ მოქმედი ან პოტენციური კონკურენტები ან მომხმარებლები საფრთხეს ვერ შეუქმნიან იმ სარგებელს, რომელსაც უსიტყვო კოორდინაციის მონაწილე ავტორიზებული პირები მოუღიან საერთო პოლიტიკიდან (გარე ფაქტორების არარსებობა).

5. კომისიამ ბაზრის შესაბამის სემენტზე არსებული საკმარისი გამჭვირვალობის პირობის განსაზღვრისას უნდა გამოიკვლიოს და შეაფასოს შემდეგი გარემოებები:

ა) არსებობს თუ არა ბაზარზე ძლიერი მასტიმულირებელი მექანიზმები იმისათვის, რომ ოპერატორებმა იმოქმედონ კოორდინირებულად და თავი შეიკავონ კონკურენტული ქცევისგან. ეს ის შემთხვევაა, როდესაც ანტიკონკურენტული ქცევის გრძელვადიანი სარგებელი აღემატება კონკურენტული ქცევის შედეგად მიღებულ ნებისმიერ მოკლევადიან სარგებელს;

ბ) ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის შეფასების კონტექსტში ამ მუხლის მე-4 პუნქტში აღწერილი კრიტერიუმების გარდა, ფასების, განსაკუთრებით კონკურენტულზე მაღალი ფასების ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში მჭიდრო თანხვედრა, ერთობლივი საბაზრო ძალაუფლების დამახასიათებელ სხვა ფაქტორებთან ერთად, ალტერნატიული გონივრული ახსნა-განმარტების არარსებობის პირობებში, საკმარისია ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების არსებობის დემონსტრირებისთვის, მაშინაც კი, როდესაც არ არსებობს ამის მკაფიო პირდაპირი მტკიცებულება ბაზრის გამჭვირვალობასთან დაკავშირებით, რადგან ასეთი გამჭვირვალობა

შეიძლება ნაგულისხმევი იქნეს. ასეთი გარემოებების გამოკვლევა უნდა განხორციელდეს სარწმუნო კოორდინაციის შესაძლო სტრატეგიების ანალიზზე დაყრდნობით. კოორდინაციის მექანიზმის გამოკვლევა ამ შემთხვევაში არ არის აუცილებელი, თუმცა მას, შესაძლოა, ადგილი ჰქონდეს, განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ბაზრის მახასიათებლები შესამჩნევად არ შეცვლილა ან/და ნაკლებად სავარაუდოა ეს მოხდეს ბაზრის მომდევნო განხილვის პერიოდამდე;

გ) როდესაც ბაზრის მონაწილეების წარსული ქცევა მიუთითებს მომავალი განხილვის პერიოდისთვის ბაზრის სავარაუდო განვითარების დინამიკაზე, კომისიამ მხედველობაში უნდა მიიღოს ის ფაქტი, რომ წინასწარი რეგულირების არსებობის შემთხვევაშიც კი, საბითუმო დაშვების პროდუქტებზე სატარიფო რეგულირების დაწესება შეიძლება საკმარისად ვერ ხსნიდეს საცალო დონეზე ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში ფასების თანხვედრას. ასეთი თანხვედრა ალტერნატიული გონივრული ახსნის არარსებობის შემთხვევაში, შეიძლება იყოს უსიტყვო კოორდინაციასთან დაკავშირებული ქცევის ნიშანი, თუ ამავდროულად არსებობს სხვა ფაქტორებიც, რომლებიც დამახასიათებელია ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლებისთვის. სატარიფო რეგულირების სპეციფიკური ვალდებულებების გარდა, ალტერნატიული გონივრული ახსნა-განმარტება შეიძლება იყოს, მაგალითად, ეკონომიკური ხასიათის, თუ ფასების დონე გამომდინარეობს ბაზარზე არსებული ხარჯების სტრუქტურიდან;

დ) ქსელის მფლობელების უარი გონივრული პირობებით საბითუმო დაშვებაზე შეიძლება იყოს უსიტყვო კოორდინაციის მონაწილეების მიერ მიღებული საერთო პოლიტიკის ფოკუსური წერტილი გამჭვირვალობის პირობის დაკმაყოფილების თვალსაზრისით. ქსელის ოპერატორების ასეთი უარი შეიძლება მიუთითებდეს საერთო პოლიტიკის არსებობაზე, რომელიც, სხვა ფაქტორებთან ერთად, მხედველობაში მიიღება ერთობლივი მნიშვნელოვანი ძალაუფლების ანალიზისას. შესაძლოა, კონკრეტული პირობების გათვალისწინებით, დაშვების უარყოფაზე დაფუძნებული ფოკუსური წერტილი დაფიქსირდეს მიუხედავად იმისა, დაკისრებულია თუ არა სავარაუდო კოორდინაციის მონაწილე ავტორიზებულ პირებზე დაშვების სპეციფიკური ვალდებულება. ამ თვალსაზრისით გასათვალისწინებელი პირობები მოიცავს საცალო ბაზრებზე განხორციელებულ ინვესტიციებთან და გაწეულ რისკებთან მიმართებით არაგონივრულად და არაპროპორციულად მაღალი მოგების შენარჩუნებასთან დაკავშირებულ საერთო სტიმულს.

6. კომისიამ მდგრადობის პირობის შეფასების მიზნით უნდა გამოიკვლიოს და შეაფასოს შემდეგი გარემოებები:

ა) იმისათვის, რომ საერთო პოლიტიკა დროთა განმავლობაში მდგრადი გახდეს, უსიტყვო კოორდინაციის თითოეულ წევრს უნდა გააჩნდეს სტიმული, რომ არ გადაუხვიოს კოორდინაციის პირობებს. აღნიშნული განპირობებულია იმ გარემოებით, რომ უსიტყვო კოორდინაციის მონაწილეებს შეუძლიათ მიიღონ სარგებელი მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ თითოეული მათგანი შეინარჩუნებს ჰარალელურ ქცევას.

ა.ა) კოორდინაციის მექანიზმის მდგრადობის უზრუნველსაყოფად აუცილებელია უკუქმედების (დამსჯელი) მექანიზმის დამატებითი საფრთხის არსებობა. მაგალითისთვის, ერთობლივი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორების მხრიდან არსებული უკუქმედების (დამსჯელი) მექანიზმების არსებობაზე, სხვა გარემოებებთან ერთად შესაძლოა, მიუთითებდეს ორ ან მეტ კომპანიას შორის მოკლევადიანი საფასო ომის წარმოშობა ძირითად ან მასთან დაკავშირებულ სხვა საცალო საბაზრო სეგმენტზე;

ბ) საბოლოო მომხმარებლების რეაგირება, რომელიც გამომდინარეობს ფასების ცვლილებიდან და გამოინატება მომხმარებლის პორტაბელურობით ან მომსახურების მოხმარების შეწყვეტით, შესაძლოა მიუთითებდეს ბაზრის კონკრეტულ სეგმენტზე უკუქმედების (დამსჯელი) მექანიზმის არსებობაზე.

7. კომისიამ გარე ფაქტორების არარსებობის პირობის შეფასებისთვის უნდა გამოიკვლიოს და შეაფასოს შემდეგი გარემოებები:

ა) ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე უსიტყვო კოორდინაციის მიღმა მოქმედი კონკურენტი ავტორიზებული პირების ან მომხმარებლების არსებობა, რომლებსაც გააჩნიათ საკმარისი მსყიდველობითი ძალაუფლება იმისათვის, რომ საფრთხე შეუქმნან უსიტყვო კოორდინაციის მექანიზმს;

ბ) უნდა შეფასდეს, აქვთ თუ არა უსიტყვო კოორდინაციის მიღმა არსებულ ეკონომიკურ აგენტებს (პოტენციური და არსებული კონკურენტები) უსიტყვო კოორდინაციის მოსალოდნელი სარგებლისთვის საფრთხის შექმნის შესაძლებლობა, მათი ბაზარზე შესვლის/გაფართოების ბარიერების შეფასების შემდეგი პარამეტრების გათვალისწინებით: ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე პოტენციური და არსებული კონკურენტების დაკავებული ფარდობითი წილი, მასშტაბის ეკონომია, მომხმარებელთათვის ყველა

რომელიც კუმულატიურად უნდა შესრულდეს ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გამოსავლენად.

ეს სამი კუმულაციური პირობაა (i) საკმარისი ბაზრის გამჭვირვალობა ისე, რომ თითოეულმა ერთობლივად დომინანტურმა საწარმომ იცოდეს, რომ დანარჩენები სავარაუდოდ არ გადაუხვევენ სავარაუდო უსიტყვო შეთანხმებას; (ii) გრძელვადიანი სტიმულის არსებობა თითოეული დომინანტი ოლიგოპოლიისთვის რომ არ გამოეთიშოს შეთანხმებას და შესაბამისი საფრთხე აღნიშნული გადაწყვეტილების მიღების შემთხვევაში; და (iii) შეუძლებლობა პოტენციური კონკურენტების და მომხმარებლების მხრიდან, საფრთხე შეუქმნან შეთანხმების მონაწილე კომპანიების გეგმებს. როგორც შემდგომი ანალიზი გვიჩვენებს, საქართველოში ამ დროისთვის შესაძლოა მხოლოდ მესამე კრიტერიუმი სრულდებოდეს.

(i) საკმარისი გამჭვირვალობა, რომელიც ნებას მისცემს ერთობლივად დომინირებულ საწარმოს მონიტორინგი გაუწიოს შეთანხმებული კოორდინირების ცენტრიდან შესაძლო გადახვევას

ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენის პირველი პირობაა, რომ არსებობდეს საკმარისი ბაზრის გამჭვირვალობა იმისათვის, რომ ბაზრის თითოეულ მონაწილეს შეეძლოს ჰქონდეს შესაძლებლობა, სწრაფად და ზუსტად მიიღოს ინფორმაცია თუ როგორ მოქმედებს ბაზრის სხვა მონაწილე.

შესწავლილ მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე, ცენტრი, რომლის გარშემოც სხვა ქსელის ოპერატორები უსიტყვო კოორდინაციას განახორციელებენ, იქნებოდა საბითუმო დაშვების კომერციული ხელშეკრულებ(ებ)ის დადებაზე უარი. თუმცა, სილქნეტმა უკვე დადო MVNO საბითუმო დაშვების ხელშეკრულება ბაზრის ახალ მოთამაშე, ეკლექტიკთან. შეიძლება ითქვას, რომ ამ ტესტის გადამწყვეტი მომენტი იქნებოდა MVNO-ს შემდგომი გარიგებების არ დადება, მაგრამ ეს უნდა დასაბუთდეს კანდიდატი MVNO-ების მაგალითებით, რომლებსაც უარი ეთქვათ დაშვებაზე, და ამის მტკიცებულება ჯერჯერობით არ არსებობს.

(ii) მდგრადი სტიმულები შეთანხმებიდან გასვლის წინააღმდეგ და შესაბამისი საფრთხე

იმისათვის, რომ საერთო პოლიტიკა დროთა განმავლობაში მდგრადი გახდეს, ოლიგოპოლიის თითოეულ წევრს უნდა ჰქონდეს სტიმული, რომ არ გადაუხვიოს კოორდინაციის პირობებს. ეს გამომდინარეობს იქიდან, რომ დომინანტური ოლიგოპოლიის წევრებს შეუძლიათ ისარგებლონ მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ისინი შეინარჩუნებენ შეთანხმებულ ქცევას. პირობების დარღვევის ეფექტური საფრთხის არსებობა, აუცილებელი მოთხოვნაა, რათა უზრუნველვეყოთ, რომ კოორდინაციის მექანიზმი დროთა განმავლობაში მდგრადი დარჩება.

რაც შეეხება სანქციის გამოყენების აუცილებლობას, გენერალურმა სასამართლომ განმარტა, რომ მხოლოდ ეფექტური შემაკავებელი მექანიზმის არსებობა, პრინციპში, საკმარისია, რადგან თუ ოლიგოპოლიის წევრები ეთანხმებიან საერთო პოლიტიკას, შესაბამისი სანქციის გამოყენება საჭირო არ არის. ყველაზე ეფექტური შემაკავებელი მექანიზმი არის ის, რომელიც ჯერ არ გამოყენებულა.

ეს განმარტება განსაკუთრებით აქტუალურია მაგალითის სახით, იმ შემთხვევებში, როდესაც რეგულატორი მიიჩნევს, რომ საბითუმო დონეზე უსიტყვო შეთანხმების საგანი არის (კონსტრუქციული) უარი საბითუმო დაშვებაზე და სადაც საბითუმო ტრანზაქციები, როგორც წესი, მწირია. ასეთ შემთხვევებში, რეგულატორებს არ სჭირდებათ იმის დადგენა, რომ შემაკავებელი მექანიზმი ამუშავდებოდა შეთანხმების მონაწილე სხვა ოპერატორ(ებ)ის მიერ დაშვების შეთანხმების დადებას, მაგრამ მათ შეიძლება განსაზღვრონ სხვა

მოთხოვნილი პროდუქტის საცალო ბაზრის სეგმენტებზე შესვლის პოტენციალი, საქმიანობის ძირითად არეალში მათი ფარდობითი ძალა და ა.შ.



შემაკავებელი მექანიზმის არსებობა შესაბამის საცალო ბაზრებზე (მაგალითად მცირე ხნიანი საფასო ომები) კონკრეტულ გარემოებებში პორტაბელურობასთან და შეფერხებასთან დაკავშირებულმა მოსაზრებებმა შეიძლება კიდევ უფრო დაადასტუროს მომხმარებელთა სავარაუდო რეაგირება ფასების ცვლილებებზე და დაეხმაროს რეგულატორს წინასწარ განსაზღვროს შესაბამისი სანქციის განხორციელების ალბათობა საცალო ბაზარზე.

რეგულატორების მიერ ჩატარებულ ანალიზში გასათვალისწინებელია შესაბამისი სანქციის (შემაკავებელი მექანიზმის) სანდოობა ან საერთოდ მისი არსებობა.

(iii) გარე ეფექტური შემზღვეველი ფაქტორის არარსებობა

კრიტერიუმი შესრულდება იმ შემთხვევაში, თუ ამჟამად არსებობენ ოპერატორები, რომლებიც იმყოფებიან ბაზარზე შეთანხმებული ოლიგოპოლიის მიღმა ან შესაძლო ახალი შემომსვლელები, რომლებსაც აქვთ უნარი წინააღმდეგობა გაუწიონ ანტი კონკურენტულ კოორდინირებულ მდგომარეობას და აიძულონ ერთი ან მეტი მონაწილე დატოვონ შეთანხმება, რათა დაიცვან საკუთარი ბაზრის წილი. კრიტერიუმი ასევე შესრულდება მომხმარებელთა მნიშვნელოვანი მსყიდველობითი ძალის არსებობისას, რომელიც საფრთხეს შეუქმნის კოორდინაციის მექანიზმს. მასობრივ ბაზრებზე ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ინდივიდუალური მომხმარებლები იქნებიან მსგავსი ძალის მატარებლები, თუმცა ეს არ ეხება იურიდიულ პირ აბონენტებს.

ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორში *ex-ante* რეგულირების ფარგლებში, იმ არსებული ან პოტენციური კონკურენტების პოზიცია და ძალა, რომლებიც არ შეადგენენ ბაზარზე მოქმედი კოლექტიური სუბიექტის ნაწილს, შეიძლება შეფასდეს სხვადასხვა ფაქტორების გათვალისწინებით. ეს ფაქტორებია ბაზარზე შესვლის ბარიერები პოტენციური კონკურენტებისთვის და კონკურენტული სიტუაცია და გაფართოების ბარიერები არსებული ბაზრის მოთამაშეებისთვის. ამ ყველაფრის შესაფასებელი პარამეტრებია შესაბამისი ბაზრის წილი, მრავალფეროვნების ეკონომია - შესაძლებლობა ბაზარს მიაწოდო ყველა სახის პროდუქტი რასაც მოითხოვენ მომხმარებლები, ფარდობითი სიძლიერე მოქმედების კონკრეტულ სფეროებში, აგრესიული კონკურენტების არსებობა ბაზარზე, და სხვა. ამ თვალსაზრისით, რეგულატორებმა თავიანთ შეფასებაში უნდა განსაზღვრონ, რამდენად აქვთ აგრესიულ კონკურენტებს შესაძლებლობა წინააღმდეგობა გაუწიონ კოორდინირებულ ანტი კონკურენტულ ქმედებებს.

ელექტრონული საკომუნიკაციო სერვისების მიწოდების ბაზრებს შესვლისთვის მაღალი ბარიერები აქვს, განსაკუთრებით ეკონომიკური ხასიათის, რადგან ქსელის გაშვება, საბითუმო დაშვების არარსებობის შემთხვევაში, ძვირი და შრომატევადია; მაგრამ ასევე მნიშვნელოვანია იურიდიული ბარიერების არსებობაც, რამეთუ კონკრეტულმა სპექტრის მართვის პოლიტიკამ შეიძლება შემოფარგლოს არსებული მობილური ოპერატორების რაოდენობა. ამის გამო, თეორიული ახალი მონაწილე, რომელსაც შეუძლია ხელი შეუშალოს ბაზარზე არსებულ უსიტყვო შეთანხმებას, ნაწილობრივ მაინც უნდა ემყარებოდეს სხვა ოპერატორების ინფრასტრუქტურას. მარეგულირებელი მექანიზმების არარსებობის პირობებში, ან მდგრადი კომერციული ხელშეკრულებების არარსებობის პირობებში, ან შესაბამისი ტექნოლოგიური ინოვაციების არარსებობის პირობებში, ნორმალურია ვივარაუდოთ, რომ მსგავსი ხელისშემშლელი ფაქტორის არსებობა მსგავსი შეთანხმებისთვის ნაკლებ სავარაუდოა მოკლე და საშუალო დროის პერიოდში.

რაც შეეხება მომხმარებელს, ზოგიერთ კომერციულ აბონენტს, რომლებიც ყიდულობენ იურიდიულ პირებზე მორგებულ ინდივიდუალურ პროდუქტებს, შეიძლება შესწევდეთ ძალა წინააღმდეგობა გაუწიონ მსგავს შეთანხმებებს და ეს შესაძლებლობა უნდა იქნას გაანალიზებული

## 7. რეგულირების არარსებობის პირობებში შესაბამის საბითუმო ბაზარზე შესაძლო კონკურენციის პრობლემების ანალიზი

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე პროვაიდერს შეეძლება განახორციელოს ქცევა კონკურენციის შეზღუდვის მიზნით, ან კონკურენციის შეზღუდვის შედეგით, კონკურენტების ბაზრიდან გამეფების ჩათვლით, ახალი ოპერატორების ბაზარზე შესვლის აკრძალვის, ან მომხმარებლების ექსპლუატაციის მიზნით. ამ სახის ანტი-კონკურენტულ ქცევას ასევე მოიხსენიებენ, როგორც "კონკურენციის პრობლემებს".

ამ თავში გაანალიზებული იქნება ყველა შესაძლო კონკურენციის პრობლემა, რომელიც შეიძლება დაფიქსირდეს შესაბამის საბითუმო ბაზარზე<sup>85</sup> რეგულირების არარსებობის პირობებში და წარმოდგენილი იქნება ნათელი მაგალითებით. ეს თავი აკავშირებს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის აღნიშვნისა (მე-6 თავი) და მარეგულირებელი ვალდებულებების განსაზღვრის თავებს. თითოეულმა მარეგულირებელმა ვალდებულებამ პროპორციულად უნდა მოაგვაროს ამ თავში გამოვლენილი კონკურენციის ერთი (ან მეტი) პრობლემა.

კონკურენციის პრობლემები შეიძლება წარმოიშვას მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის უნარიდან, ან სტიმულიდან, გამოიყენოს თავისი მაღალი წილი ან დომინანტური პოზიცია შესაბამის საბითუმო ბაზარზე, შესაძლოა მის დომინანტურ პოზიციასთან ერთად მიმდებარე ბაზრებზე.

კომისიას არ შეუძლია წინასწარ განსაზღვროს ყველა პოტენციური კონკურენციის პრობლემა, რომელიც შეიძლება წარმოიშვას რეგულირების არარსებობის პირობებში. იმისათვის, რომ მოხდეს რაც შეიძლება მეტი პოტენციური სიტუაციის აღბეჭდვა, რომელიც შეიძლება წარმოიშვას, კონკურენციის თითოეული პოტენციური პრობლემა ზოგადი ტერმინებით იქნება აღწერილი.

მე-6 თავში ჩატარებული ანალიზის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მაგთიკომი, თავის მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლებას შესაბამის ბაზარზე განაპირობებს ქსელის კონტროლიდან, რომელიც აღემატება მის კონკურენტებს რამდენიმე ასპექტში, მათ შორის, უფრო მაღალი ინვესტიციებით ქსელის ინფრასტრუქტურასა და აპარატურაში. გარდა ამისა, მაგთიკომს აქვს მოწინავე ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ქსელი დაფარვით, რომელიც არსებითად უფრო დიდია, ვიდრე მისი უახლოესი კონკურენტები, რაც მაგთიკომს საშუალებას აძლევს მიიღოს მეტი სარგებელი მრავალფეროვნების და მასშტაბის ეკონომიიდან, კერძოდ, ფიქსირებული, მობილური კომუნიკაციების და ფასიანი ტელევიზიის ერთობლივი შეთავაზებით.

<sup>85</sup> მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ით უფლებამოსილი საწარმოს მიერ საბაზრო უპირატესობის უხეში ბოროტად გამოყენების (ბოროტად გამოყენების) გზით



მაგთიკომმა გააერთიანა აქტივობები რამდენიმე ბაზარზე, რომლებიც შეიძლება ცალკე კონტროლდებოდეს სხვადასხვა ოპერატორების მიერ. მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ის აღმოჩენის კონტექსტში, ვერტიკალური ინტეგრაციის საკითხი, შესაბამისად, მნიშვნელოვან როლს თამაშობს იმდენად, რამდენადაც მაგთიკომს შეუძლია მიიღოს კონკრეტული უპირატესობები ვერტიკალური ინტეგრაციისგან, რაც გააძლიერებს მის საბაზრო ძალას შესაბამის საბითუმო ბაზარზე. კონკურენციის პრობლემები წარმოიქმნება შპს „მაგთიკომის“ სტიმულიდან, გამოიყენოს თავისი პოზიცია ერთ ან მეტ საბითუმო ბაზარზე, რათა თავიდან აიცილოს ახალი კონკურენტები ან იმოქმედოს ანტიკონკურენტულად არსებული კონკურენტების მიმართ სხვადასხვა საცალო ბაზრებზე. ეს შესაძლებლობა შეიძლება შედგებოდეს დაშვებაზე უარის თქმისგან, მაღალი საბითუმო ფასების დაწესების ან დაბალი ხარისხის შეთავაზებისგან. ამგვარად, მაგთიკომს შეუძლია დაშვების მსურველი დატოვოს ალტერნატივის გარეშე, გარდა საკუთარი ქსელის აშენებისა.

ბაზრის ახალი მოთამაშე, რომელსაც არ აქვს მობილური ქსელის ინფრასტრუქტურა, რომელსაც სურს შემოვიდეს ბაზარზე, ან არსებული ოპერატორი შეზღუდული სიმძლავრით და/ან დაფარვით, რომელსაც სურს გააუმჯობესოს საცალო შეთავაზებები და ოპერაციები დამატებითი აქტიურ აპარატურაში და/ან სპექტრში ინვესტირების გარეშე, დაექვემდებარება ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორის, როგორცაა მაგთიკომი, გადაწყვეტილებებს.

ტელეკომუნიკაციებში ვერტიკალური ინტეგრაციის სარგებელი ძირითადად წარმოიქმნება ოპერატორის საკუთარი რესურსების კონტროლიდან, რომელიც გამოიყენება საბოლოო მომხმარებლების მომსახურების უკეთესი ხარისხის უზრუნველსაყოფად (და შესაბამისად, მისი კონკურენტუნარიანობის გასაუმჯობესებლად). მაგალითად, საკუთარი ინფრასტრუქტურის კონტროლით, ოპერატორს შეუძლია განსაზღვროს საკუთარი პრიორიტეტები ახალი მომხმარებლების დასაკავშირებლად და სერვისის პრობლემებზე რეაგირების დროს. სხვა ოპერატორის ქსელზე საბითუმო დაშვება ცვლის სიტუაციას, რადგან დაშვების მსურველის პრიორიტეტები შეიძლება ეწინააღმდეგებოდეს ქსელის პროვაიდერის პრიორიტეტებს.

ამიტომ, მობილური დაშვების საბითუმო სერვისზე დაშვების მსურველს მოუწევს დააბალანსოს დაფინანსების დაბალი მოთხოვნების შედარებითი უპირატესობები (რომელიც წარმოიქმნება საბითუმო გაყიდვიდან და არა თვითმმართველობის მიწოდებიდან) კონტროლის დაკარგვასთან ფაქტორებზე, რომლებიც ხელს უწყობენ მისი მიწოდებული სერვისის ხარისხს. კომპრომისი არსებობს სერვისის ხარისხსა და საოპერაციო ხარჯს შორის, რაც ამცირებს ოპერატორის მოგებას.

როგორც მაგთიკომი აცხადებს, ის ფლობს საუკეთესო მობილურ ქსელს.<sup>86</sup> ითვლება, რომ ის უკეთეს მდგომარეობაშია გამოიყენოს ვერტიკალური ინტეგრაცია, ვიდრე სხვა ორი მობილური ქსელის ოპერატორი. აქედან გამომდინარე, ვასკვნით, რომ მაგთიკომს, როგორც

<sup>86</sup> umlaut, გლობალური საკონსულტაციო კომპანია და მსოფლიო ლიდერი მობილური ქსელების ტესტირებისა და ბენჩმარკინგის საკითხებში, აღიარებს მაგთიკომის ქსელს, როგორც „საუკეთესო ტესტში“ საქართველოში, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.magticom.ge/en/umlaut>; ეს დასკვნა დაადასტურა ტურისტულმა ვებგვერდმა: „დარჩენა საქართველოში: როგორ ვიყიდოთ და გავააქტიუროთ ქართული SIM ბარათი 2023 წელს“, Emily Lush, 6 მაისი 2023, ხელმისაწვდომია: <https://wander-lush.org/georgian-sim-card-beeline-magti/>

ოპერატორს, რომელიც ახორციელებს ინტერნეტის ყველაზე დიდი მოცულობის ტრაფიკს საქართველოში, ყველაზე დიდი ინვესტიციების მქონე ქსელის მეშვეობით, *ex-ante* რეგულირების არარსებობის პირობებში, ექნება მნიშვნელოვანი უპირატესობა დაშვების მსურველთან შედარებით, რომელთაც არ აქვთ სრული კონტროლი თავიანთი საბოლოო მომხმარებლის სერვისების ხარისხზე.

ბაზარზე დომინანტური პოზიციის გამოყენების<sup>87</sup> ორი ძირითადი სტრატეგია არსებობს:

- უარის თქმა/დაშვებაზე უარის თქმა, არახელსაყრელი ფასების გამოყენების ჩათვლით;
- გავლენის მოხდენა არაფასისმიერი ცვლადების საშუალებით.

ამ ნაწილში შეფასდება შპს „მაგთიკომის“ სტიმული ამ სტრატეგიების განსახორციელებლად, ისევე როგორც მისი დომინანტური პოზიციის გამოყენების სხვა საშუალებები. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ არ არსებობს „შემოწმების სია“, სამაგიეროდ კონკურენტული ანალიზი და კონკრეტულ ბაზრის მიმოხილვა უნდა ეფუძნებოდეს განსაზღვრული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე სტრატეგიის მოსალოდნელი გავლენის ზოგად შეფასებას კონკურენციაზე განხილვის პერიოდში, შესაბამისი ფაქტორებისა და პირობების შესახებ. ყველა სტრატეგია ყოველთვის არ იქნება შესაფერისი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ის თითოეული მაგალითისთვის და შეიძლება არ იყოს საჭირო ყველა შესაძლო სტრატეგიის მსგავსად დეტალური ანალიზი.

საყოველთაოდ აღიარებულია ევროკავშირში, რომ ბაზარზე კონკურენციის პრობლემები შეიძლება წარმოიშვას გარკვეულ სეგმენტებთან მიმართებით, რომლებსაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვთ მთლიანი ბაზრისთვის. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ კომისიამ შეისწავლოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ის შესაძლო ეფექტები არა მხოლოდ მთლიან ბაზარზე, არამედ თითოეულ სეგმენტზე ცალკე. შესაბამისი ბაზრის მნიშვნელოვან სეგმენტებზე ზემოქმედება, შეიძლება ჩაითვალოს ზემოქმედებად მთლიან ბაზარზე.

შემდეგ ანალიზში, კონკურენციის პრობლემები განიხილება საბითუმო ბაზრის სეგმენტების მიხედვით.

---

<sup>87</sup> ვერტიკალური ბერკეტი განისაზღვრა ევროპული რეგულატორების ჯგუფის მიერ „... ნებისმიერი დომინანტური ფირმის პრაქტიკა, რომელიც უარყოფს სათანადო წვდომას აუცილებელ პროდუქტზე, რომელსაც ის აწარმოებს ამ შეტანის ზოგიერთი მომხმარებლისთვის, ბაზრის ერთი სეგმენტიდან მონოპოლიური ძალაუფლების გაფართოების მიზნით (ბზარი სეგმენტი) მეორეზე (პოტენციურად კონკურენტუნარიანი სეგმენტი)“, ERG (06) 33 ERG-ის შესწორებული საერთო პოზიცია ECNS მარეგულირებელ ჩარჩოში შესაბამისი საშუალებების მიდგომის შესახებ (გვერდი 32), ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/documents/erg\\_06\\_33\\_remedies\\_common\\_position\\_ju ne\\_06.pdf](https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/documents/erg_06_33_remedies_common_position_ju ne_06.pdf)

## A. კონკურენციის პრობლემა, რომელიც ეხება კონკრეტულად სადგურებზე დაშვების სეგმენტს (თანალოკაცია) და ეროვნულ როუმინგს

### 7.1. კონკურენტების ხარჯების გაზრდა

არსებობს რამდენიმე გზა, რომლითაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეუძლია შექმნას ბაზარზე შესვლის ბარიერები, რათა გაიზარდოს პოტენციური დაშვების მსურველთა ხარჯები ან შეზღუდოს მათი გაყიდვები. შესვლის ასეთ ბარიერებს ზოგჯერ მოიხსენიებენ როგორც „ენდოგენურ“ შესვლის ბარიერებს, როგორცაა მასშტაბის ეკონომია და არადაბრუნებადი ხარჯები (Sunk Costs). (სხვა ტიპის შესვლის ბარიერებს ეწოდება "ეგზოგენური" და ისინი არ არის გამოწვეული ფირმების ქცევით.)

დაშვების ვალდებულებების არარსებობის პირობებში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეიძლება ჰქონდეს სტიმული ინვესტიციები ჩადო აპარატურასა და ქსელებში იმ თანხებით, რომლებიც ვერ შეედრება მის კონკურენტებს, რაც აისახება ან მისი ინვესტიციების გაზრდაში (მაგალითად, ვალის გაზრდის ხარჯზე. მარკეტინგისა და მომხმარებელთა შეძენის ხარჯები) ან მისი ხარჯების შემცირებით, რაც გამოიწვევს მისი მომხმარებლების მომსახურების დაბალ ხარისხს.

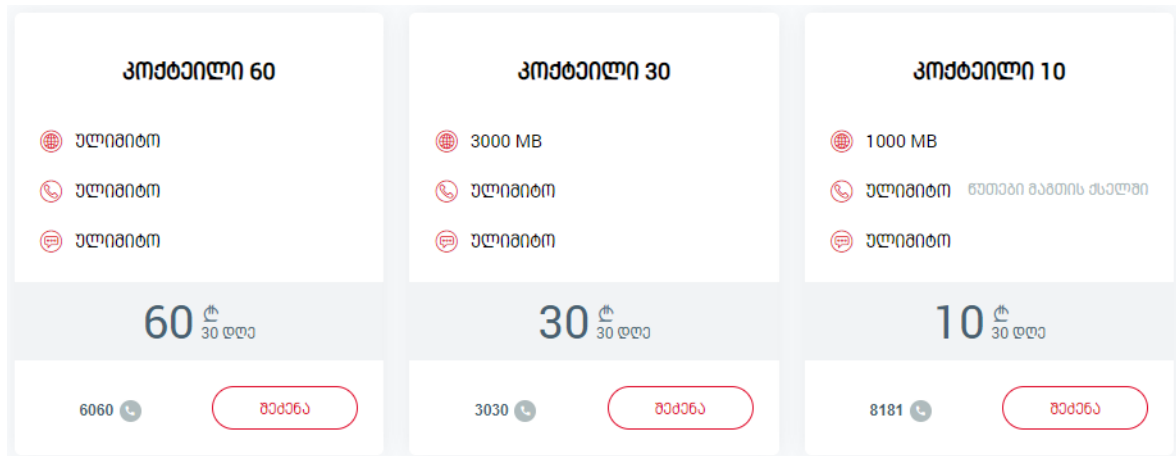
თუმცა, მარეგულირებლებს შესაძლოა გაუჭირდეთ განასხვავონ ანტიკონკურენტული ინვესტიციები ეფექტური ინვესტიციებისგან. ამიტომ, ასევე უნდა განალიზდეს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის სტიმული სხვა ანტიკონკურენტული ქცევების განსახორციელებლად.

### 7.2. უარი მიწოდებაზე/უარყოფა თანალოკაციასა და ეროვნულ როუმინგზე

სამი მობილური ოპერატორის მიერ რეკლამირებული ყველაზე თვალსაჩინო საცალო შეთავაზებები აჩვენებს, რომ შესაბამისი პროდუქტები ენდოგენურად დიფერენცირებულია<sup>88</sup> მათი ბაზრის პოზიციონირების თვალსაზრისით: მაგთიკომი ბაზარს სთავაზობს ყველაზე "კლასიკურ" პროდუქტს, რომელიც სავარაუდოდ გადაღებულია სილქნეტისა და სელფი მობაილის მიერ დამატებითი სერვისების შეთავაზებით, როგორც ეს ილუსტრირებულია მიმდინარე საცალო შეთავაზებების შემდეგ ნიმუშში (2023 წლის 1 ივლისს).

<sup>88</sup> ენდოგენურად დიფერენცირებული პროდუქტები არსებობს ბაზრებზე, სადაც მომსახურების მიწოდებლები სთავაზობენ განსხვავებულ პროდუქტს ხარისხისა და ფასების თვალსაზრისით, სხვადასხვა მომხმარებელთა ჯგუფის მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. იხილეთ <https://www.jstor.org/stable/3003410>

დიაგრამა 47: ძირითადი საცალო შემოთავაზებები მობილური ოპერატორებისგან



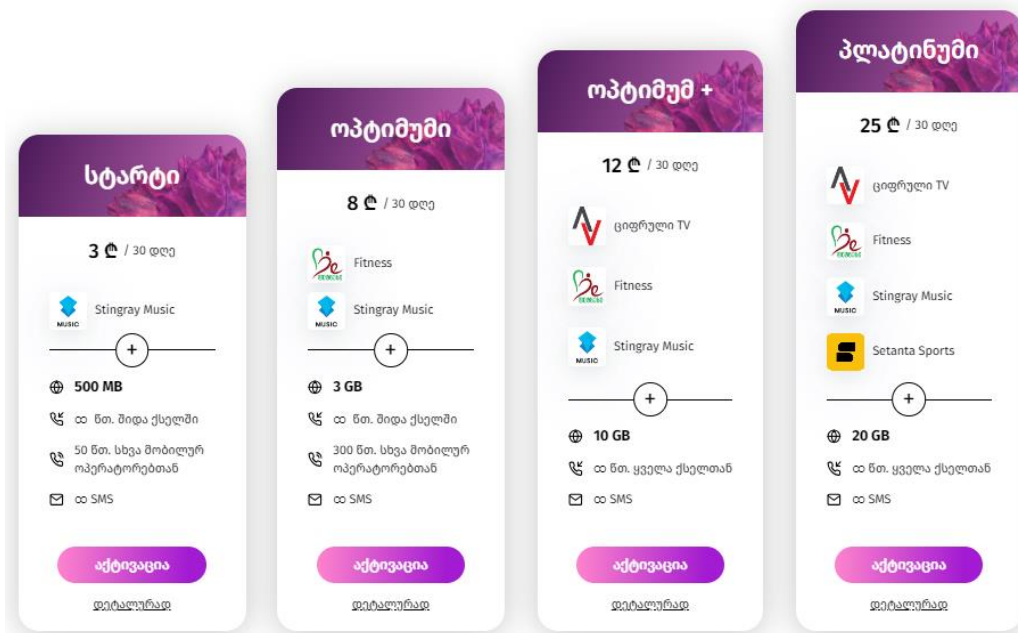
წყარო: სილქნეტი<sup>89</sup>

მაგთი S +	მაგთი M	მაგთი უსასრულო	მაგთი უსასრულო +	ყვალაფარი უღირებო
150 წუთი <small>• ადგილობრივი ქსელებზე</small>	უღირებო <small>• შიდა ქსელებზე</small>	უღირებო <small>• ადგილობრივი ქსელებზე</small>	უღირებო <small>• ადგილობრივი ქსელებზე</small>	უღირებო <small>• ადგილობრივი ქსელებზე</small>
300 MB	700 MB	1 GB	7 GB <small>• 5GB-ს ნაცვლად</small>	უღირებო
1000	უღირებო	უღირებო	უღირებო	უღირებო
30 დღე	30 დღე	30 დღე	30 დღე	30 დღე
8 ლ <small>• აქტივაცია: *010*3*1#</small>	10 ლ <small>• აქტივაცია: *010*3*2#</small>	25 ლ <small>• აქტივაცია: *010*3*3#</small>	35 ლ <small>• აქტივაცია: *010*3*4#</small>	55 ლ <small>• აქტივაცია: *010*4*4#</small>
<span>შეძინე</span>	<span>შეძინე</span>	<span>შეძინე</span>	<span>შეძინე</span>	<span>შეძინე</span>

წყარო: მაგთიკომი<sup>90</sup>

<sup>89</sup> <https://silknet.com/en/personal>, ბოლო წვდომა 2023 წლის 23 მაისს

<sup>90</sup> <https://www.magticom.ge/en/mobile/tariffs/cocktail>, ბოლო წვდომა 2023 წლის 23 მაისს



წყარო: სელფი მობაილი<sup>91</sup>

სამი მობილური ოპერატორის საცალო ბაზრის წილი (იხ. სურათი 4) აჩვენებს, რომ იაფი შეთავაზებების მიუხედავად, სელფი მობაილი ვერ აიძულებს შპს „მაგთიკომის“ მომხმარებლებს მის ქსელში მიგრაციას. აღსანიშნავია, რომ სელფი მობაილი არ სთავაზობს ბაზარს ულიმიტო ინტერნეტის პაკეტს, შესაძლოა მისი ქსელის სიმძლავრის შეზღუდულობის გამო. მიჩნეულია, რომ დღევანდელი ბაზრის ტენდენციებით, სილქნეტი და სელფი მობაილი ნაკლებად შეძლებენ (მაგთიკომის) ეფექტურ კონკურენციას მობილურის საცალო ბაზრებზე.

დღეს სელფი მობაილის ქსელი აღიქმება, როგორც დაბალი ხარისხის. კომისიის აუქციონი 5G სპექტრისთვის დასრულდა 2023 წლის სექტემბერში. სელფი მობაილმა მოიგო სპექტრი 700 მჰც, 1,800 მჰც, 2,600 მჰც და 3,400-3,600 მჰც ზოლებში 15 წლის ვადით. შეძენილი სპექტრის უმეტესი ნაწილი უნდა იყოს გამოყენებული 5G-სთვის, მხოლოდ 2x5 მჰც 1,800 მჰც დიაპაზონში შეიძლება გამოყენებულ იქნას სხვა ტექნოლოგიებისთვის (ძირითადად LTE). ოპერატორი ასევე ვალდებულია უზრუნველყოს MVNO დაშვება თავის 5G ქსელში.

განაწილებული სიხშირეები მნიშვნელოვანია გრძელვადიან პერსპექტივაში იმ თვალსაზრისით, რომ როდესაც 5G სერვისები ამოქმედდება საქართველოში ეროვნული დაფარვით, ეს გახდება მნიშვნელოვანი სტიმული დაშვების მსურველი MVNO-ებისთვის. ამ პოზიციის მიღწევა არ არის მოსალოდნელი ბაზრის ანალიზის მომავალზე

<sup>91</sup> <https://cellfie.ge/en/taripebi>, ბოლო წვდომა 2023 წლის 23 მაისს

ორიენტირებულ პერსპექტივაში. გარდა ამისა, მომხმარებლის მოწყობილობებს (ტელეფონებს) უნდა შეეძლოს 5G-ის გამოყენება. ეს ნიშნავს, რომ საქართველოში არის ამჟამინდელი ტელეფონების და სხვა საბოლოო მოხმარების მოწყობილობების მნიშვნელოვანი რაოდენობა, რომლებსაც არ აქვს 5G-ზე წვდომა.

2023 წლის სექტემბერში მინიჭებული დამატებითი სპექტრი, რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნას LTE-სთვის, საკმარისი არ არის სელფი მობაილსა და მის კონკურენტებს შორის არსებული დისტანციის დასაფარად. ახლო მომავალში მეტი სიხშირული აუქციონები ხელმისაწვდომი სპექტრისთვის მოსალოდნელია. სელფი მობაილი აკონტროლებს მნიშვნელოვნად ნაკლებ მობილურ საბაზო სადგურებს, ვიდრე მაგთიკომი (და სილქნეტი). ის ასევე შეზღუდულია (2023 წლის სექტემბრის სიხშირის აუქციონამდე) მისი დაბალი სპექტრის სიმძლავრით 1,800 მჰც დიაპაზონში, ვიდრე მაგთიკომი (და სილქნეტი) - როგორც ეს აღწერილია 6.2.4 თავში. ასეთ პირობებში, სელფი მობაილისთვის, სადგურებზე დაშვება (თანალოკაცია) განსაკუთრებით აქტუალური იქნება, როგორც ეროვნული როუმინგის დამატებითი სერვისი. თანალოკაციაზე წვდომა მნიშვნელოვანი იქნება ქსელის სწრაფი გაუმჯობესების მისაღწევად, რაც შეიძლება დაბალ ფასად.

მაგთიკომს აქვს მობილური ქსელი, რომელმაც აჩვენა მისი კონკურენტებთან შედარებით უფრო მაღალი ინტერნეტის ტრაფიკის გადაცემის შესაძლებლობა (იხ. სურათი 25). მაგთიკომი ასევე აკონტროლებს მობილური ბაზის გადამცემის იმდენივე ლოკაციას, რამდენიც სილქნეტი და ბევრად მეტს ვიდრე სელფი მობაილი. ამიტომ მიჩნეულია, რომ მაგთიკომს შეუძლია გამოიყენოს თავისი ვერტიკალური ინტეგრაცია, რათა ხელი შეუშალოს თანალოკაციას იმ სადგურებზე დაშვების უარყოფით, რომელსაც თავად აკონტროლებს<sup>92</sup>.

მაგთიკომი და სილქნეტი ასევე წამყვანი ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ქსელის ოპერატორები არიან, ამიტომ ორივე კომპანიას ექნება იგივე სტიმული და შესაძლებლობა, უარი თქვას თანალოკაციაზე (ან MVNO დაშვებაზე) სხვა ოპერატორებთან, რომლებიც წარმოადგენენ პოტენციურ კონკურენტულ საფრთხეს იმავე საცალო ბაზრებზე, როგორც მობილურ, ისე ფიქსირებულზე. დაშვებაზე უარის თქმა წმინდა უარის სახით, ან უსაფუძვლოდ მაღალი ფინანსური შენატანების დაკისრების სახით, არის პოტენციური კონკურენტის პრობლემა მობილური საბითუმო საკომუნიკაციო სერვისების ბაზარზე. მაგალითად, მაგთიკომს ექნება სტიმული, უარი უთხრას MVNO დაშვებაზე ახალ ქსელებს ან სქაიტელს, რადგან ამ ორ ამჟამინდელ ფიქსირებულ ოპერატორს შეეძლება ბაზარს შესთავაზოს პაკეტური ფიქსირებული და მობილური სერვისები, ისევე როგორც ამას Vectra ან Virgin Media აკეთებდნენ შესაბამისად პოლონეთსა და დიდ ბრიტანეთში<sup>93</sup>.

რაც შეეხება თანალოკაციაზე დაშვებას, მაგთიკომი უფრო მზად იქნება დაშვება მისცეს ოპერატორს, რომელიც კომპანიას სთავაზობს საპასუხო შეთავაზებას (მაგთიკომმა საპასუხოდ გამოიყენოს სხვა ოპერატორების სადგურები).

მაგთიკომს აქვს სტიმული უარი უთხრას სელფი მობაილს თანალოკაციასა და ეროვნული როუმინგზე მოლაპარაკებაზე, თუნდაც ობიექტური დასაბუთების არარსებობის

<sup>92</sup> მაგთიკომს არ აქვს კონტროლი ზოგიერთ საიტებზე, რომლებსაც ქირავდება მემამულეებისგან (სახურავები)

<sup>93</sup> იხილეთ Deloitte, სატელეკომუნიკაციო ბაზრის გახსნა საქართველოში MVNO-ებისთვის გარე შეფასება, 2020 წლის ივნისი, გვ.10



შემთხვევაში, რადგან სელფი მობაილი აკონტროლებს არსებითად ნაკლებ სადგურს და, შესაბამისად, არ აქვს კარგი ხარისხის დაფარვა. თუ მაგთიკომმა დაუშვა სელფი მობაილი თავის ქსელზე, მაშინ მაგთიკომი რისკავს რომ კონკურენტის საცალო შეთავაზების ხარისხი გაუმჯობესდება. სანამ სელფი მობაილი ბაზარზე წარმოდგენილია შეზღუდული შესაძლებლობებით, მას გაუჭირდება ფასების შემდგომი შემცირება (მაგალითად, დაბალი ფასის ულიმიტო ინტერნეტის პაკეტის გამოშვებით, რომელიც ამჟამად არ არის მის შეთავაზებაში). შპს „მაგთიკომის“ ქსელზე დაშვების გარეშე სელფი მობაილი ვერ შეძლებს გაუმჯობესოს თავისი ხარისხი ჩამოტვირთვის სიჩქარის გაზრდით და შეფერხებების შეზღუდვით, მნიშვნელოვანი ახალი ინვესტიციების გარეშე.

შპს „მაგთიკომის“ პოტენციური ქცევა - უარი თქვას დაშვებაზე თანალოკაციაზე და ეროვნულ როუმინგზე, არსებით გავლენას მოახდენს კონკურენციაზე საცალო მობილური წვდომის ბაზარზე. სელფი მობაილი სულ უფრო მეტად ვერ შეძლებს ეფექტურად კონკურენცია გასწიოს მობილური წვდომის საცალო ბაზარზე. ამჟამინდელი საბაზრო პოზიციით, სელფი მობაილი, მიუხედავად დაბალი საცალო ფასებისა, ვერ ახერხებს ბაზრის წილის მოპოვებას შპს „მაგთიკომის“ ხარჯზე. ამჟამინდელი საცალო ბაზრის ვითარების გაგრძელება მნიშვნელოვან უარყოფით გავლენას მოახდენს მომსახურების დონის კონკურენციაზე საბოლოო მომხმარებლების საზიანოდ, ორი წამყვანი მობილური ოპერატორის საცალო ფასების კონკურენტულ დონეზე<sup>94</sup> უფრო მაღლა შენარჩუნებით.

მიჩნეულია, რომ სელფი მობაილს არ გააჩნია საკმარისი საპირწონე მოლაპარაკების ძალა შპს „მაგთიკომის“ სადგურებზე და/ან ეროვნულ როუმინგის სერვისებზე მოლაპარაკებისა და საბითუმო დაშვების შესათანხმებლად.

მოლაპარაკებაზე უარის თქმის და თანალოკაციის და ეროვნული როუმინგული სერვისების ხელმისაწვდომობის აკრძალვამ შეიძლება დიდი გავლენა იქონიოს საცალო კონკურენციაზე. შპს „მაგთიკომის“ მიერ დაშვებაზე უარი გამოიწვევს სხვა ოპერატორების ხარჯების ზრდას. ეს გამოიწვევს არაეფექტური საბაზრო კონკურენციის გაგრძელებას, შპს „მაგთიკომის“ საბაზრო ძალაუფლების პოტენციურ ზრდას და შემდგომ პოტენციურ კონკურენციის პრობლემებს მობილურით საცალო წვდომის ბაზარზე, როგორცაა მომწოდებლების მიერ ინოვაციების შემცირება და მომხმარებლებისთვის მაღალი საცალო ფასები.

*Ex-ante* წვდომის ვალდებულებების არარსებობის შემთხვევაში, გამოდის, რომ შპს „მაგთიკომის“ მიერ თანალოკაციასა და ეროვნულ როუმინგზე დაშვების უარის თქმა წარმოადგენს პოტენციურ კონკურენციის პრობლემას ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

---

<sup>94</sup> ორივე წამყვანი ოპერატორის ფასების ზემოაღნიშნულ კონკურენტულ დონეს ირიბად ადასტურებს Grant Thornton, როდესაც აცხადებენ, რომ „Benchmark არ ითვალისწინებს მესამე ქართული მობილური ოპერატორის Cellfie-ს მიერ მოწოდებულ პაკეტებს. მიგვაჩნია, რომ ამ პაკეტების გათვალისწინებისას, საორიენტაციო კვლევა აჩვენებს, რომ საქართველოში ფასები კიდევ უფრო დაბალია და საქართველო კიდევ უფრო უკეთეს პოზიციას მიაღწევს ეტალონში, ვიდრე ორი უმსხვილესი ოპერატორის ფასებით“, რეაქცია GNCC-ის დოკუმენტზე „პასუხი საკონსულტაციო კომპანიების მიერ შპს „მაგთიკომისთვის“ მომზადებული პოლიტიკის ანგარიში და ექსპერტის აზრი“, 2020 წ., გვ.10.

### 7.3. ზეგავლენა ტარიფების საშუალებით

#### 7.3.1. გადაჭარბებული ფასი და მარჟის შეკუმშვა

გადაჭარბებული ფასი კონკურენციის პრობლემაა, რომელიც ყალიბდება მაშინ, როდესაც რეგულირების არარსებობის პირობებში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი ბაზარს სთავაზობს ფასებს საბითუმო სერვისებზე, რომლებიც არ არის დაკავშირებული მომსახურების ეკონომიკურ ღირებულებასთან.<sup>95</sup> გადაჭარბებული ფასი შეიძლება გამოიყენოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა (აგრეთვე ვერტიკალურად ინტეგრირებულმა სუბიექტმა, როგორც საცალო, ასევე ქსელის ოპერაციებით) საბითუმო ბაზარზე, რათა გაზარდოს მისი კონკურენტების ხარჯები დაკავშირებულ საცალო ბაზარზე. საბითუმო დონეზე გადაჭარბებული ფასები გამომრიცხველია არა მხოლოდ იმით, რომ კონკურენტის საცალო მომსახურება არამომგებიანი ხდება, არამედ მისი საცალო მარჟის შეკუმშვით კონკურენტისთვის შეუძლებელი ხდება ინოვაციური გადაწყვეტების განხორციელება და კონკურენციის გაწევა არა-ფასისმიერ საკითხებში.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ რეგულაციის არარსებობის პირობებში, მაგთიკომს შეიძლება ჰქონდეს სტიმული, შესთავაზოს თანალოკაციაზე დაშვება ან ეროვნული როუმინგის სერვისზე, მათი მომსახურების ეკონომიკურ ღირებულებაზე მაღალი ტარიფების დაწესებით (გადაჭარბებული ფასები).

#### **B. კონკურენციის პრობლემა, რომელიც ეხება კონკრეტულად MVNO დაშვებას.**

### 7.4. უარი მიწოდებაზე/დაშვებაზე

სამივე მობილური ქსელის ოპერატორს შეუძლია, პრინციპში, უზრუნველყოს MVNO დაშვების სერვისი. კომისიამ უკვე გამოაქვეყნა მარეგულირებელი ღონისძიება, რომელიც ავალდებულებს სამივე მობილურ ოპერატორს გამოაქვეყნონ მოწვევის წინადადებები, რომლებიც განსაზღვრავს საბითუმო MVNO დაშვების სერვისის პირობებს.<sup>96</sup> ამჟამად, არსებობს მხოლოდ ერთი MVNO (ეკლექტიკი), რომელიც იყენებს (გამოუქვეყნებელ) საბითუმო MVNO ხელშეკრულებას სილქნეტთან).

მოქმედი ვალდებულება, მიუხედავად იმისა, რომ დაწესებულია სამივე მობილური ქსელის ოპერატორზე, არ გამორიცხავს შპს „მაგთიკომის“ შესაძლებლობას უარი თქვას MVNO დაშვებაზე, მიუხედავად MVNO-ების ორი შემდგომი პოტენციური მიმწოდებლის არსებობისა, ესენია სილქნეტი და სელფი მობაილი.

<sup>95</sup> United Brands-ის გადაწყვეტილების 250-ე პარაგრაფში (საქმე 27/76), ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლომ განსაზღვრა, თუ რა შეიძლება იყოს ფასის გადაჭარბებული/არასამართლიანი ბოროტად გამოყენება, როგორც „ფასის დადება, რომელიც გადაჭარბებულია, რადგან მას არ აქვს გონივრული კავშირი ეკონომიკურ ღირებულებასთან. მიწოდებული პროდუქტი იქნება ასეთი ბოროტად“

<sup>96</sup> ეს ვადა რამდენჯერმე გადაიდო. იხილეთ კომისიის გადაწყვეტილებები No G-20-19/518 2020 წლის 18 ივნისიდან და No G-20-19/775 2020 წლის 24 სექტემბრიდან და No G-20-9/156 2022 წლის 29 დეკემბრიდან

მობილურის საცალო ბაზარზე მაგთიკომს აქვს შემოსავლების, აბონენტებისა და ინტერნეტის ტრაფიკის ყველაზე მაღალი წილი. ამიტომ მაგთიკომს განსაკუთრებით არ სჭირდება MVNO-ების მიერ გენერირებული დამატებითი ტრაფიკი მის ქსელში, რაც ნიშნავს, რომ შპს „მაგთიკომის“ კონკურენტული ქცევა შეზღუდული არ არის მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე.

შპს „მაგთიკომის“ მიერ დადებული MVNO ხელშეკრულების არარსებობა მიუთითებს იმაზე, რომ დაშვებაზე უარის თქმა შეიძლება იყოს მთავარი პრობლემა MVNO დაშვების საბითუმო ბაზარზე. უარის თქმა კი ხელს უშლის ახალი ოპერატორების შემოსვლას.

*ex-ante* რეგულირების არარსებობის პირობებში, მაგთიკომს ექნება სტიმული და შესაძლებლობა (შემდგომში) უარყოს პოტენციურ MVNO-ებზე დაშვება. მაგთიკომს აქვს სტიმული, გამოიყენოს თავისი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალა მობილურით საბითუმო დაშვების ბაზარზე, რათა მიაღწიოს და გამოიყენოს კონკურენტული უპირატესობები საცალო ბაზარზე.

მაგთიკომმა მიაღწია შემოსავლების მნიშვნელოვნად მაღალ წილს, ვიდრე მისმა კონკურენტებმა საცალო ბაზარზე. მას აქვს ყველაზე დიდი წილი საცალო ბაზრის სხვადასხვა ნაწილში, ასე რომ, თუ ის თავის მობილურ ქსელებზე დაშვებას განახორციელებს სხვა ოპერატორებთან საბითუმო ხელშეკრულებების გამოყენებით, მაშინ უმეტეს შემთხვევაში, გაიზრდება პირდაპირი კონკურენცია შპს „მაგთიკომის“ საცალო ბიზნესთან. ეს ეხება არა მხოლოდ მობილურ ბაზრებს, არამედ იმ ბაზრებსაც, სადაც დაშვების მსურველი ფიქსირებული ფართობლოვანი ოპერატორი ითხოვს MVNO ხელშეკრულებას მაგთიკომთან. დაშვების მსურველი პოტენციურად გაუწევს მაგთიკომს კონკურენციას როგორც ფიქსირებულ, ისე მობილურ ბაზარზე. კონკურენტების დაშვებით ბაზარზე, ამ კონკურენტებისთვის საჭირო ბაზარზე ეფექტური მოღვაწეობის შესაძლებლობა რეალური გახდება - მათ არსებულ ფიქსირებულ სერვისებს დაემატება მობილური შეთავაზებებიც. ეს მნიშვნელოვნად გაზრდის დაშვების მსურველის მიმზიდველობას აბონენტებისთვის კონკურენტუნარიანი პაკეტების (ფიქსირებული, მობილური და ფასიანი ტელევიზიის სერვისების) შეთავაზებით. MVNO დაშვების უარყოფით ან შეზღუდვით, მაგთიკომი, გარკვეულწილად, შეძლებს დაიცვას საკუთარი საცალო ფიქსირებული და მობილური ბიზნესი კონკურენციისგან.

არსებობს მტკიცებულება მრავალი სხვა ქვეყნიდან, რომ მობილური ქსელის ოპერატორები აქტიურად მონაწილეობენ MVNO დაშვების გარიგებებში. მობილური ქსელის ოპერატორის მთავარი მოტივაციაა მომგებიანობის გაუმჯობესება მისი ინფრასტრუქტურის ხარჯების ანაზღაურებით, ქსელში ტრაფიკის დატვირთვის გაზრდა (ზღვრული ღირებულებით) და საცალო გაყიდვების ღირებულების შემცირება ამ ხარჯების ბალანსს გარეთ გატანით (outsourcing).<sup>97</sup> თუმცა, მაგთიკომმა გამოავლინა მცირე ინტერესი საცალო აქტივობების ბალანსს გარეთ გატანისა და, კერძოდ, MVNO დაშვების მიმართ. ბაზრის უპირატესი წილების გათვალისწინებით, მაგთიკომმა იცის, რომ ნებისმიერ ახალ შემომსვლელს მოუწევს საკმარისად დიდი აბონენტების ბაზის გაზრდა, თითქმის ექსკლუზიურად არსებული ოპერატორების კლიენტების გადამობირების ხარჯზე.

მიჩნეულია, რომ შპს „მაგთიკომის“ საქციელი მიუთითებს MVNO დაშვებაზე მიწოდებაზე უარის თქმაზე. მიუხედავად კომისიის 2019 წლის 31 დეკემბრის No. NG 20-9/156

<sup>97</sup> <https://hal.science/hal-00766676/document>

გადაწყვეტილებაში შესწორებული შესაძლებლობისა, რომ ყველა ოპერატორს ელაპარაკოს კომერციულ MVNO ხელშეკრულებებზე, სავალდებულო დაშვების გამოყენებამდე, მაგთიკომმა არ გააფორმა ერთი შეთანხმება, მიუხედავად კომისიის მუდმივი მხარდაჭერისა საქართველოს MVNO<sup>98</sup> ასოციაციის მიმართ, წახალისოს პოტენციური MVNO დაშვების მსურველები დაუკავშირდნენ და მოიძიონ კომერციული შეთანხმება მობილურ ოპერატორებთან საქართველოში. ამას ადასტურებს საქართველოს MVNO-ს ასოციაციის მოსაზრებები.

MVNO დაშვების ხელშეკრულებები რომც გაფორმებულიყო, მაგთიკომს შეეძლო (იმ შემთხვევაში, როდესაც მოქმედი რეგულაცია გაუქმდებოდა) მოეხდინა MVNO ხელშეკრულების შევიწროვება, ან ნაწილობრივ (MVNO დაშვების ფასების გაზრდით, ან მომსახურების უარესი ხარისხის შეთავაზებით) ან სრულად (MVNO შეთავაზებაზე უარის გაცხადებით). ეს გამოიწვევდა შპს „მაგთიკომის“ მობილურ ქსელში განთავსებული MVNO(ებ)ის აბონენტების მიგრაციას სხვა ოპერატორების სერვისისკენ. მოსალოდნელია, რომ მაგთიკომს ექნება სტიმული ჩაერთოს ამგვარ „დახურვის“ სტრატეგიაში, თუ გაზრდილი საცალო მოგება (მიღებული MVNO-ს აბონენტების მაგთიკომზე გადასვლის შედეგად) ანაზღაურებს შპს „მაგთიკომის“ დაკარგულ საბითუმო მოგებას MVNO ხელშეკრულებებიდან. ეს კომპრომისი დიდწილად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენი პროცენტი აირჩევდა MVNO-ს სხვადასხვა აბონენტი მაგთიკომს ალტერნატიულ ოპერატორად და როგორ უკავშირდება შპს „მაგთიკომის“ საბითუმო მოგების მარჟა მის საცალო მოგების მარჟას. შპს „მაგთიკომის“ საცალო ბაზრის უფრო მაღალი წილებიდან გამომდინარე, შეიძლება დავუშვათ, რომ ახალი საცალო აბონენტებისგან მიღებული მოგება საბითუმო მოგებაზე მეტი იქნება. ეს შედეგი მნიშვნელოვნად ნაკლებად სავარაუდოა სილქნეტისთვის.

აქედან გამომდინარეობს, დასკვნა რომ *ex-ante* რეგულაციის არარსებობის შემთხვევაში, მაგთიკომი სავარაუდოდ, უარს იტყვის მიწოდებაზე და უარს იტყვის პოტენციურ MVNO-ების დაშვებაზე.

## 7.5. ზეგავლენა ტარიფების გამოყენებით MVNO დაშვების ფარგლებში

### 7.5.1. ჯვარედინი სუბსიდირება, რაც იწვევს მარჟის შეკუმშვას

MVNO-ებს არ აქვთ საკუთარი ქსელი და შეუძლიათ კონკურენცია გასწიონ დამატებითი ღირებულების კუთხით საცალო დონეზე მხოლოდ მაშინ, თუ მათ შეუძლიათ მიიღონ საბითუმო დაშვება კონკურენტული პირობებით. MVNO დაშვების მსურველებს მოუწევთ დააბალანსონ დაბალი დაფინანსების მოთხოვნების შედარებითი უპირატესობები, (რომელიც წარმოიქმნება საბითუმო გაყიდვიდან და არა თვითმმართველობის მიწოდებით) არა მხოლოდ კონტროლის დაკარგვის წინააღმდეგ იმ ფაქტორებზე, რომლებიც ხელს უწყობენ მისი საბოლოო მომხმარებლის სერვისების მომსახურების ხარისხს, არამედ გამოყენების საკომისიოს (თვითური ღირებულება) დონის წინააღმდეგ, რამაც შეიძლება

<sup>98</sup> შეხვედრა გაიმართა 2022 წლის ოქტომბერში

გავლენა მოახდინოს მათ მომგებიანობაზე. MVNO, როგორც წესი, უფრო დაბალი მარჟის ბიზნესია, ვიდრე მობილური ქსელის ოპერატორი<sup>99</sup>.

ამიტომ, სავარაუდოდ, წარმოიქმნება კონკურენციის პრობლემა, რომელიც დაკავშირებულია ჯვარედინ სუბსიდირებასთან MVNO დაშვების ფასებთან დაკავშირებით. ასეთი კონკურენციის პრობლემა მაშინ ყალიბდება, როდესაც ორ ბაზარზე ორი ფასია. მაშინ როცა ერთ ბაზარზე (რომელზეც რეგულირებულ ოპერატორს აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე) დაწესებულია ფასი დანახარჯებზე მეტი, ხოლო მეორე ბაზარზე (ბაზარზე, რომელზეც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ოპერატორი თავის პოზიციას იყენებს) დაბალი ფასია დაწესებული. ოპერატორმა, რომელსაც აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება კონკრეტულ საბითუმო ბაზარზე, შეიძლება, რეგულირების არარსებობის პირობებში, საბითუმო მომსახურების ღირებულებაზე დააწესოს მაღალი, ხოლო საცალო ბაზარზე - დაბალი ფასები. ეს ქცევა გამოიწვევს ფასების შემცირების პრობლემებს საცალო დონის კონტრაქტებისთვის, რომლებიც იყენებენ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საბითუმო სერვისებს. ამ გზით, ოპერატორს შეუძლია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების გადატანა საბითუმო ბაზრიდან შესაბამის საცალო ბაზარზე. ჯვარედინი სუბსიდირება თავისთავად სულაც არ არის ანტიკონკურენტული. თუმცა, თუ ერთი ფასი გადაჭარბებულია (ან თუ მეორე ფასი არის მტაცებლური), ფასები შეიძლება გამოყენებულ იქნას საბაზრო ძალაუფლების ბერკეტის გასაძლიერებლად და დაკავშირებული, პოტენციურად კონკურენტული ბაზრის აკრძალვისთვის. თუ ბაზარი, სადაც დაწესებულია მაღალი ფასი, არის საბითუმო ბაზარი, ხოლო ბაზარი, სადაც დაწესებულია დაბალი ფასი, არის საცალო ბაზარი და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი ვერტიკალურად არის ინტეგრირებული, ჯვარედინი სუბსიდირება გამოიწვევს მარჟის შეკუმშვას.

მიჩნეულია, რომ რეგულირების არარსებობის პირობებში, მაგთიკომს შეიძლება ჰქონდეს სტიმული, შესთავაზოს ბაზარს საბითუმო MVNO დაშვება ღირებულებაზე მაღალი ფასით, რითაც გაზრდის შპს „მაგთიკომის“ საბითუმო სერვისებით მოსარგებლე ოპერატორების ხარჯებს. ამავდროულად, მაგთიკომი შესთავაზებს ბაზარს საცალო მომსახურებას ძალიან კონკურენტულ ფასებში, ან საკუთარი საცალო მომსახურებისთვის ან MVNO-ის საშუალებით, რომელშიც მას აქვთ სრული ან ნაწილობრივი საკუთრება. შედეგად, ეს გამოიწვევს კონკურენტის მარჟების შემცირებას საცალო ვაჭრობის დონეზე, რაც გამოიწვევს დაშვების მსურველთა ზარალს და ბაზრიდან გასვლის ალბათობას გაზრდის.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მაგთიკომს შეუძლია გამოიყენოს ფასების ჯვარედინი სუბსიდირება MVNO-ს კონკურენტების მარჟების შესუსტების საშუალებად და ამით გამოიწვიოს კონკურენციის პრობლემები საცალო მობილური წვდომის ბაზარზე.

**C. კონკურენციის პრობლემები, რომლებიც ეხება სადგურებზე დაშვებას, ეროვნულ როუმინგს და MVNO დაშვებას**

99

[https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client\\_service/telecoms/pdfs/february%202015%20-%20recall%20papers/virtually\\_mobile\\_2014-06.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/telecoms/pdfs/february%202015%20-%20recall%20papers/virtually_mobile_2014-06.ashx)



## 7.6. ზეგავლენა არაფასისმიერი საშუალებების გამოყენებით

### 7.6.1. ინფორმაციის დისკრიმინაციული გამოყენება, ან ინფორმაციის დამალვა

კონკურენციის პრობლემა წარმოიქმნება დისკრიმინაციული პრაქტიკიდან, როდესაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი საბითუმო ბაზარზე არ აწვდის ინფორმაციას სხვა ოპერატორებს (დაშვების მსურველებს), რომლებიც იყენებენ, ან გეგმავენ გამოიყენონ თანალოკაცია, ან MVNO დაშვება, შემდგომ საცალო სერვისების მიწოდებისთვის. ეს შეიძლება იყოს ნებისმიერი სახის ინფორმაციის მიწოდებაზე უარის თქმა, რომელიც აუცილებელია საბითუმო შეთავაზებისა და საცალო მომსახურების მიწოდებისთვის. მაგალითად, მობილური ქსელის ოპერატორს შეუძლია უარი თქვას საცალო კონკურენტისთვის ინფორმაციის მიწოდებაზე მისი ლოკაციების, მათი სიმძლავრისა და ქსელის ტოპოლოგიის სამომავლო ცვლილებების შესახებ, რამაც შეიძლება გაზარდოს დაშვების მსურველის ხარჯები და გავლენა იქონიოს ქსელის გაფართოების გეგმებზე.

ამგვარად, ვერტიკალურად ინტეგრირებულ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეუძლია თავისი საბაზრო ძალაუფლება საბითუმო დაშვების ბაზრიდან საცალო ბაზრებზე გადაიტანოს.

რეგულირების არარსებობის პირობებში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეიძლება ჰქონდეს სტიმული, უარი თქვას არსებულ და პოტენციურ კონკურენტებზე დეტალური და დროული ინფორმაციის გაცემაზე, ქსელში დაგეგმილი ცვლილებების შესახებ. ეს ინფორმაცია მნიშვნელოვანია დაშვების მსურველის ბიზნეს ოპერაციებისთვის და ბიზნეს გადაწყვეტილების მიღებისთვის მოსალოდნელი საცალო გაყიდვებისა და ინვესტიციების თვალსაზრისით. ამ სახის ინფორმაცია შეიძლება ეხებოდეს:

- დაგეგმილ ცვლილებებს მობილურ ქსელში, (ახალი ლოკაციები, ახალი დაშვების წერტილები, ქსელის სიმძლავრის განახლებები, ცვლილებები სატრანზიტო მოწყობაში);
- ქსელის კონფიგურაციის ცვლილებას და განახლებას, მაგალითად, LTE-დან 5G-მდე.

ამგვარად, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეუძლია პირდაპირ და ირიბად გავლენა მოახდინოს დაშვების მსურველის ბიზნეს გადაწყვეტილებებზე, საცალო ბაზარზე ნაკლებად ხელსაყრელი პოზიციის შექმნის გზით. სულ მცირე, დაშვების მსურველი ვერ შეძლებს დროულად შეაფასოს ასეთი ცვლილებების გავლენა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელზე, რაც შეანელებს მათ კონკურენტულად რეაგირების უნარს. დაშვების მსურველს უნდა შეეძლოს განიხილოს სხვადასხვა საინვესტიციო შესაძლებლობები საკუთარ ქსელში და დროულად მოახდინოს რეაგირება საცალო დონეზე.

აქედან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ მაგთიკომს შეუძლია გამოიყენოს თავისი დომინანტური პოზიცია მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე საცალო ბაზრებზე წვდომის მაძიებლისთვის ინფორმაციის დისკრიმინაციული მიწოდებით. ამრიგად,



მაგთიკომს შეუძლია შეზღუდოს კონკურენციის შემდგომი განვითარება მობილურ ბაზარზე, რაც გამოიწვევს შპს „მაგთიკომის“ ბაზრის პოზიციის შემდგომ გაძლიერებას ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

### 7.6.2. დისკრიმინაცია მომსახურების ხარისხის მიხედვით

ეს კონკურენციის პრობლემა ჩნდება მაშინ, როდესაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი, დაშვების მსურველისთვის მიწოდებული სერვისის დონის დისკრიმინაციით, ამცირებს კონკურენტის უნარს მოიპოვოს გონივრული ანაზღაურება ბაზარზე.

მობილურმა ოპერატორმა მომსახურების ხარისხის დონეზე შეიძლება გავლენა იქონიოს შემდეგი გზებით:

- არასრულფასოვანი მომსახურების მიწოდება (თვით არჩევა)<sup>100</sup>;
- მომსახურებაზე უარი გაურკვეველი და დაუბალანსებელი კრიტერიუმების გამო;
- პრობლემების გადაჭრის ნელი პროცედურები, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საკუთარი საცალო სერვისის საპირისპიროდ.

რეგულაციის არარსებობის პირობებში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეუძლია, მაგალითად, მიაწოდოს MVNO დაშვების სერვისები, ან ეროვნული როუმინგი ხარისხის მნიშვნელოვნად დაბალი დონით, ვიდრე სერვისები, რომლებსაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი უწევს საკუთარ საცალო ჯგუფს (მაგ. დაგვიანება, პაკეტის დაკარგვა და ქსელის ხარისხის სხვა პარამეტრები). გავლენა MVNO-ებზე შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი, რადგან დაშვების მსურველი დიდწილად დამოკიდებულია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საბითუმო დაშვების სერვისებზე, რათა უზრუნველყოს საცალო სერვისები. დაშვების მსურველის მიერ, შესაბამისად, მიწოდებული სერვისის დაბალი ხარისხი მას არაკეთილსინდისიერ ზიანს აყენებს. ეს კი აზიანებს მის სახელს მომხმარებლების წინაშე.

აქედან გამომდინარეობს, რომ მაგთიკომს შეუძლია გამოიყენოს თავისი საბაზრო პოზიცია დისკრიმინაციის მიზნით, დაშვების მსურველთათვის მომსახურების დაბალი ხარისხის მიწოდებით. ეს გამოიწვევს მის უუნარობას აითვისოს საბაზრო წილი საკმარისი იმისათვის, რომ შეძლოს ბაზარზე გადარჩენა.

### 7.6.3. დროის გაყვანის ტაქტიკა

ეს კონკურენციის პრობლემა ჩნდება მაშინ, როდესაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი არ ამბობს უარს საბითუმო ხელშეკრულებაზე (არ ამბობს უარს დაშვებაზე), არამედ აჭიანურებს მომსახურების მიწოდებას მაძიებლისთვის. ეს ნიშნავს, რომ დაშვების მსურველისთვის ყველა საჭირო სერვისის დასასრულებლად საჭირო დრო უფრო გრძელია ვიდრე ჩვეულებრივ დროს საჭირო მნიშვნელოვანი საბაზრო

<sup>100</sup> გარდა ამისა, ასეთი ქცევა შეიძლება არღვევდეს საქართველოს კანონს კონკურენციის შესახებ

ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საკუთარი საცალო ორგანიზაციისთვის იგივე საჭირო სერვისების მიწოდებისთვის.

დაგვიანების ტაქტიკა შეიძლება გამოიხატოს სხვადასხვა ფორმით:

- მოლაპარაკებების გაჯანჯლება;
- ტექნიკური პრობლემების გადაუჭრელობა (მაგალითად, მომხმარებელთა საჩივრების შემთხვევაში, რომელიც დაკავშირებულია ქსელში რეგისტრაციასთან).

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ასეთი ქცევის სტიმული იქნება სხვა ოპერატორების ბაზარზე შესვლის შეფერხება, ან დაშვების მსურველსა და მის საბოლოო მომხმარებლებს შორის ურთიერთობის შეწყვეტა. ეს გახდის დაშვების მსურველ ოპერატორს მომსახურების მიწოდების თვალსაზრისით ნაკლებად კონკურენტუნარიანი. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ შეფერხების ტაქტიკა შეიძლება გამოჩნდეს საბითუმო დაშვების სერვისის მიწოდების ნებისმიერ ეტაპზე, მათ შორის დაშვების ხელშეკრულების მოლაპარაკების ეტაპზე. ამრიგად, დაგვიანების ტაქტიკამ შეიძლება გავლენა მოახდინოს ყველა სახის საბითუმო მობილური დაშვების სერვისზე - MVNO დაშვებაზე, ეროვნულ როუმინგსა და თანალოკაციაზე.

ამ გზით, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი გადასცემს თავის საბაზრო ძალას ზემოთ მოყვანილი საბითუმო მობილური დაშვების ბაზრიდან ქვემოთ, საცალო მობილური წვდომის ბაზარზე, რაც უარყოფითად აისახება ამ ბაზრის კონკურენციაზე.

რეგულაციის არარსებობის პირობებში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს, როგორც ვერტიკალურად ინტეგრირებულ ოპერატორს, ექნება სტიმული უზრუნველყოს საბითუმო MVNO დაშვება, ეროვნული როუმინგი, ან თანალოკაცია მომსახურების მიწოდების დროის გამოყენებით, რომელიც განზრახ უფრო გრძელია, ვიდრე მათი საცალო ჯგუფისთვის.

მიჩნეულია, რომ მაგთიკომს ექნება ძლიერი სტიმული გამოიყენოს სხვადასხვა დაყოვნების ტაქტიკა, როგორც სერვისის მიწოდებაში, ასევე MVNO-ს, ეროვნული როუმინგისა და თანალოკაციის სერვისებში, დაშვების მსურველების სერვისის პრობლემებზე გამოწვევის მიზნით, რათა გავლენა მოახდინოს მამიებლების სერვისზე ბოლო მომხმარებლებისთვის. ამ გზით, მაგთიკომს შეეძლება მოიპოვოს მნიშვნელოვანი საბაზრო უპირატესობა იმის უზრუნველსაყოფად, რომ საკუთარი საცალო სერვისების მიწოდება ყოველთვის უკეთესი იყოს, ვიდრე დაშვების მსურველის მომხმარებლებისთვის მიწოდებული სერვისი.

აქედან დასკვნა: მაგთიკომს შეუძლია გამოიყენოს დაყოვნების ტაქტიკა, რათა უარყოფითად იმოქმედოს საცალო ბაზარზე კონკურენციის განვითარებაზე ამ ბაზრის ანალიზის მომავალზე ორიენტირებულ პერსპექტივაში.

#### 7.6.4. უსაფუძვლო მოთხოვნები

დაუსაბუთებელი პრეტენზიები წარმოადგენს კონკურენციის პრობლემას, როდესაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი ცდილობს დააწესოს გარკვეული საკონტრაქტო პირობები საბითუმო სერვისების მიწოდებაზე, რომლებიც არ არის აუცილებელი საბითუმო მომსახურების მიწოდებისთვის. როგორც წესი, არასაჭირო

პირობები ზრდის მომსახურების მიწოდების ხარჯებს და ფლანგავს დაშვების მსურველთა დროს, ბაზარზე მათი კონკურენტული სერვისების ჩამოყალიბებასა და ოპერირებაში. აქედან გამომდინარე, გაუმართლებელი პრეტენზია არის ნებისმიერი ხელშეკრულების პირობა, რომელიც აყენებს კონკრეტულ მოთხოვნას საბითუმო დაშვების მსურველის მიმართ, რომ მისი სერვისის მიწოდების პროცესი საცალო ბაზარზე დამატებითი ხარჯების, ან დამატებითი გართულებებით მიმდინარეობდეს, რაც აყენებს დაშვების მსურველს არახელსაყრელ მდგომარეობაში საცალო ბაზარზე, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორთან შედარებით.

დაუსაბუთებელი პრეტენზიები განიხილება განსაკუთრებულ რისკად ახლად განვითარებად ბაზრებზე (როგორცაა მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარი საქართველოში), მაგალითად:

- a) დაშვების მსურველისგან არარეალური ვალდებულებების მოთხოვნა ბიზნესის მაღალი მოცულობის უზრუნველსაყოფად;
- b) სხვადასხვა ფორმის გაუმართლებელი გადახდის უზრუნველყოფის ინსტრუმენტების მოთხოვნა, ვადების, პირობებისა და თანხების გათვალისწინებით<sup>101</sup>;
- c) უფრო ძვირი ტექნოლოგიების და/ან მასალების გამოყენების ვალდებულების დაწესება, ან სისტემებისა და ტექნოლოგიების გამოყენება, რომლებიც არ არის საჭირო (მაგალითად, უსაფრთხოების ზოგიერთი გაუმართლებელი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად);
- d) გარე კონტრაქტორების, ან მომწოდებლების მიმართ არჩევანის დაწესება;
- e) ინფორმაციის მოთხოვნის იმის მიღმა, რაც აუცილებელია საბითუმო მომსახურების უზრუნველსაყოფად.

ახალ MVNO-ზე დიდი მოცულობის ვალდებულების დაწესება ნიშნავს, რომ MVNO-ს მოუწევს მიაღწიოს მოთხოვნის დონეს, რომელიც არარეალურია სულ მცირე მოკლევადიან პერიოდში. თუ დიდი მოცულობის ვალდებულება ასევე დაკავშირებული იქნება ვალდებულებასთან გარკვეული საცალო ფასის შესახებ, მაშინ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი შეიძლება განზრახ ცდილობდეს უზრუნველყოს, რომ MVNO-ს ბიზნეს მოდელი ისეთი გაუმართლებელი იყოს, რომ დაშვების მსურველი იძულებული გახდება შეწყვიტოს მოლაპარაკებები. დაუსაბუთებელი პრეტენზიების კიდევ ერთი მაგალითია დაშვების მსურველის მიმართ მოთხოვნა, მოიპოვოს საბანკო გარანტიები, უსაფრთხოების გადახდის ინსტრუმენტები, ან ინფორმაციის მოთხოვნები (მაგალითად, სენსიტიური ბიზნეს მონაცემები) დაშვების მსურველის პერსპექტიული გეგმების შესახებ იმ ინფორმაციის მიღმა, რაც მკაცრად აუცილებელია საბითუმო შეთანხმების დასადებად.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის გაუმართლებელ მოთხოვნების, შესაბამისად, აქვს პოტენციალი შეასუსტოს კონკურენცია საცალო

<sup>101</sup> მაგთიკომმა შეიტანა ა) და ბ) მოთხოვნები თავის მოწვევის წინადადების პროექტში და კომისიისგან იყო ინფორმირებული, რომ ასეთი მოთხოვნები ეწინააღმდეგებოდა კომისიის MVNO-ის ადრინდელ გადაწყვეტილებას.

მობილური წვდომის ბაზარზე, პოტენციური კონკურენტების განზრახ არახელსაყრელ მდგომარეობაში დაყენებით.

მიჩნეულია, რომ რეგულაციის არარსებობის პირობებში, მაგთიკომს შეიძლება ჰქონოდა სტიმული, დააწესოს გაუმართლებელი მოთხოვნები საბითუმო დაშვების კონტრაქტის პირობებში MVNO დაშვებაზე, ეროვნულ როუმინგსა და თანალოკაციაზე, რათა გაზარდოს დაშვების მსურველის ხარჯები და ამ გზით შეასუსტოს კონკურენცია საცალო ბაზარზე. ამგვარად, მაგთიკომს აქვს შესაძლებლობა, გადაიტანოს თავისი საბაზრო ძალა მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრიდან საცალო მობილური წვდომის ბაზარზე.

#### 7.6.5. კონკურენტების შესახებ ინფორმაციის გაუმართლებელი გამოყენება

კონკურენციის ეს პრობლემა მჭიდრო კავშირშია დაუსაბუთებელი მოთხოვნების პრობლემასთან. მაგალითად შემთხვევა, როდესაც დაშვების მსურველის კლიენტების შესახებ მგრძობიარე ბიზნეს მონაცემებს ითხოვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი, რომელიც სცილდება იმ ინფორმაციას, რომელიც აუცილებელია საბითუმო მომსახურების უზრუნველსაყოფად. მოწოდებული მონაცემები შეიძლება გამოიყენოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საცალო დანაყოფმა, რათა მოამზადოს სტრატეგია, რომელიც მიზნად დაისახავს კლიენტების გადაბირებას საკუთარ საცალო სერვისებზე.

მიჩნეულია, რომ რეგულაციის არარსებობის პირობებში, მაგთიკომს შეიძლება ჰქონდეს სტიმული, გაუმართლებლად გამოიყენოს დაშვების მსურველი კონკურენტებისგან მიღებული ინფორმაცია. ამ სიტუაციაში, შპს „მაგთიკომის“ მიერ საბითუმო დაშვების ხელშეკრულების პირობების ფარგლებში მოპოვებული ინფორმაციის საფუძველზე, მაგთიკომს შეუძლია წინასწარ განსაზღვროს დაშვების მსურველის სვლები საცალო ბაზარზე და ამ გზით მოიპოვოს კონკურენტული უპირატესობა. მაგალითად, თუ დაშვების მსურველს მაგთიკომი მოსთხოვს მიაწოდოს ინფორმაცია დაშვების მსურველის კლიენტების ათვისების შესახებ ბაზრის გარკვეულ ნიშებში, მაგთიკომს შეუძლია კონკრეტული ნიშების დატვირთვა წინასწარი შეთავაზებებით, რათა შეამციროს დაშვების მსურველის პოტენციური წარმატება. ამ გზით, მაგთიკომს აქვს პოტენციალი, გადაიტანოს თავისი საბაზრო ძალა მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრიდან საცალო მობილური წვდომის ბაზარზე.

## 8. სპეციფიკური ვალდებულებები

როგორც 5.4 და 6.3 თავებშია განსაზღვრული, მობილურის საბითუმო დაშვების ბაზარი შედგება საბითუმო MVNO დაშვებისგან, ეროვნულ როუმინგისა და თანალოკაციისგან. ბაზრის გეოგრაფიული ფარგლები არის ეროვნული და შპს „მაგთიკომი“ ფლობს მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლებას აღნიშნულ ბაზარზე.

ბაზრის ანალიზის მიზანია განსაზღვროს რეგულირების ზომები, რომლებიც მინიმუმამდე დაიყვანს შპს „მაგთიკომის“ შესაძლებლობას მობილური მომსახურების საბითუმო ბაზარზე გამოიყენოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება მობილური მომსახურების საცალო ბაზარზე არსებული კონკურენციის საზიანოდ. კონკურენციაზე ამ პოტენციურად მავენე ზემოქმედების თავიდან აცილებით, მობილური სექტორი საქართველოში ისარგებლებს გაზრდილი ინვესტიციებით მობილურ ინფრასტრუქტურასა და ახალ ტექნოლოგიებში. ეს ხელს შეუწყობს ახალი, ინოვაციური სერვისების განვითარებას, რაც დადებითად აისახება მობილური მომსახურების ბაზრის ყველა დაინტერესებულ მხარეზე.

თუ ინფრასტრუქტურის დუბლირება, ფიზიკური ან ეკონომიკური მიზეზების გამო, არ არის მოსალოდნელი, საბოლოო მომხმარებლების ინტერესები დაცული უნდა იყოს არსებული ინფრასტრუქტურის მაქსიმალურად ეფექტიანი გამოყენების უზრუნველყოფის გზით. ეს პრინციპი სრულიად ესადაგება მობილური ქსელის ინფრასტრუქტურის გამოყენებას, სადაც არსებული ინფრასტრუქტურის საუკეთესოდ გამოყენება შეიძლება წახალისდეს მობილური დაშვების საბითუმო სერვისების გამოყენებით, კერძოდ MVNO-ს დაშვების, ეროვნული როუმინგისა და თანალოკაციის გზით. ეროვნული ინფრასტრუქტურა, რომელიც ყველაზე მეტად შეიძლება გამოყენებულ იქნას ამ საბითუმო ბაზარზე, ეკუთვნის შპს „მაგთიკომს“, რომელსაც დადგინდა, რომ აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე.

ამ თავში თითოეული კონკრეტული მარეგულირებელი ვალდებულება, რომელიც შეიძლება მიეკუთვნოს მოქმედ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს, (მობილურ დაშვების საბითუმო ბაზარზე) იქნება განსაზღვრული და დაკავშირებული კონკურენციის შესაძლო პრობლემებთან და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ფლობის ბოროტად გამოყენების შესაძლებლობასთან, როგორც ეს განსაზღვრულია მე-7 თავში. პირველ რიგში, აღწერილი იქნება ყველა სპეციფიკური ვალდებულება და სადაც საჭირო იქნება, მათი შესაბამისობა მობილური დაშვების სხვადასხვა საბითუმო პროდუქტებთან (MVNO დაშვება, ეროვნული როუმინგი და თანალოკაცია).

მე-7 თავში განსაზღვრულ კონკურენციის პრობლემებზე მითითებით, კომისიას აქვს უფლებამოსილება დაუწესოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს *ex-ante* მარეგულირებელი ზომები შემდეგი მექანიზმებიდან:

- გამჭვირვალობა;
- დაშვება;
- დისკრიმინაციის აკრძალვა;
- განცალკევებული ანგარიშგება;
- ხარჯების აღრიცხვა და ფასების კონტროლი.



## 8.1. გამჭვირვალობის ვალდებულება

გამჭვირვალობის ვალდებულების მიზანია უზრუნველყოს, რომ ბაზარზე ყველა ოპერატორს, რომლებიც არიან რეგულირებადი საბითუმო სერვისების მომხმარებლები, ან პოტენციური მომხმარებელი შესაბამის ბაზარზე, ჰქონდეთ გამჭვირვალედ ხელმისაწვდომი პირობები საბითუმო სერვისების გამოსაყენებლად, რომლებზეც დაშვების ვალდებულება (იხ. თავი 8.2) დაწესდა. როგორც 8.3 თავშია ნათქვამი, გამჭვირვალობის ვალდებულებას ემატება დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება. ეს იმიტომ, რომ რეგულირებადი საბითუმო დაშვების სერვისები ტექნიკურად ძალიან მოთხოვნადია, ამიტომ დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულების განხორციელება და სრული კონტროლი შესაძლებელია მხოლოდ გამჭვირვალობის ვალდებულების არსებობის შემთხვევაში.

### 8.1.1. გამჭვირვალობის ვალდებულების განსაზღვრა

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 31-ე მუხლის თანახმად, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორებს შეიძლება დაექვემდებარონ გამჭვირვალობის უზრუნველყოფის მარეგულირებელ ვალდებულებას, რეგულირებადი სერვისების შესაბამისი ინფორმაციის გამოქვეყნების სახით, მათ შორის:

- ბუღალტრული აღრიცხვის მონაცემები;
- სერვისებთან დაკავშირებული ტექნიკური მახასიათებლები;
- ქსელის მახასიათებლები (მაგალითად, ქსელის ტოპოლოგია და დაფარვა);
- მომსახურების გაწევის პირობები;
- მომსახურების ფასები.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა გამოაქვეყნოს მოწვევის წინადადებები ურთიერთჩართვის ან/და დაშვების შესახებ, რომლის საფუძველზეც ნებისმიერ ოპერატორს, რომელიც ითხოვს ურთიერთჩართვის და/ან დაშვებას, არ მოუწევს რაიმე დამატებითი ხარჯების გადახდა, რაც არ არის საჭირო მოთხოვნილი სერვისის მიწოდებისთვის.

მოწვევის წინადადებამ უნდა უზრუნველყოს გამჭვირვალე მონაცემები კომისიისთვის და ყველა პოტენციური დაშვების მსურველისთვის. მოწვევის წინადადებები უნდა შეიცავდეს საკმარის დეტალებს ბაზრის საჭიროებების შესაბამისად და უნდა შეიცავდეს მომსახურების დეტალურ აღწერას, მათთან დაკავშირებულ პირობებს, და მომსახურების ფასებს.

კომისიის მარეგულირებელი გადაწყვეტილებების თანახმად, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს ექნება შემდეგი ვალდებულებები, რომელიც ეხება მისი მოწვევის წინადადებების შინაარსს და მონიტორინგს:

- უზრუნველყოფა, რომ მოწვევის წინადადება:
  - შეიცავს საკმარის დეტალებს ბაზრის საჭიროებების შესაბამისად;
  - შეესაბამება კომისიის მარეგულირებელ გადაწყვეტილებებს;



- შეიცავს ყველა სერვისის დეტალურ აღწერას, ტექნიკურ მახასიათებლებს, მათთან დაკავშირებულ პირობებს, მომსახურების პირობებს და ფასებს (კომისიის მიერ განსაზღვრული მოწვევის წინადადება შინაარსის მინიმალური დონის მიხედვით).
- უზრუნველყოფს, რომ კომისიას შეუძლია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მუშაობის მონიტორინგი, მოწვევის წინადადებებში განსაზღვრული სერვისების მიწოდებასთან დაკავშირებით, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა მიაწოდოს მონაცემები კომისიას მოთხოვნის საფუძველზე, რაც საშუალებას მისცემს ამ უკანასკნელს გამოაქვეყნოს შესაბამისი შესრულების შედეგები.
- სრული გამჭვირვალობის უზრუნველსაყოფად, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა ხელმისაწვდომი უნდა გახადოს ნებისმიერი ინფორმაცია (კომისიის მიერ განსაზღვრული) ყველა დაშვების მსურველისთვის, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ოპერატიული მხარდაჭერის სისტემების, ან მსგავსი პროგრამული სისტემების შესაბამისი ინტერფეისების გამოყენებით.

### 8.1.2. მოწვევის წინადადების (ოფერტის) მინიმალური შინაარსი

მოწვევის წინადადება უნდა იყოს საკმარისად დეტალური, რათა ნებისმიერ დაშვების მსურველს საშუალება მისცეს გაიმეოროს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საცალო მომსახურება. იმისათვის, რომ დაშვების მსურველებს შეეძლოთ ეფექტურად მოემზადონ და წარადგინონ მოთხოვნები, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მოწვევის წინადადება უნდა შეიცავდეს მინიმუმ შემდეგ ელემენტებს:

- 1) ზოგადი დებულებები (მათ შორის, მოწვევის წინადადების სამართლებრივი საფუძველი, საგანი, ფარგლები და შეზღუდვები; მოწვევის წინადადებების ისტორიული განვითარება; ცვლილებები მოწვევის წინადადებებში; მოწვევის წინადადების ვერსია; მოწვევის წინადადების ძალაში შესვლის თარიღი. მოწვევის წინადადების მოქმედების არეალი; მოწვევის წინადადების გამოყენება; არსებული კონტრაქტების ჰარმონიზაციის მეთოდი; განმარტებები, ტერმინები, მნიშვნელობები და გამოყენებული აბრევიატურების ჩამონათვალი; საკონტაქტო ინფორმაცია);
- 2) სერვისების აღწერა, რომლებიც მიეკუთვნება მოწვევის წინადადების ფარგლებს, მათ შორის ნებისმიერი შესაბამისი დამხმარე, დამატებითი და ძირითადი მომსახურება (ოპერაციული მხარდაჭერის სისტემების, საინფორმაციო სისტემების, ან მონაცემთა ბაზების ჩათვლით წინასწარი შეკვეთის, უზრუნველყოფის, ტექნიკური და ხარვეზების აღმოფხვრის მოთხოვნებისა და „ბილინგისთვის“.)
- 3) ყველა რეგულირებად სერვისზე დაშვების ტექნიკური პირობები, რომლებიც შედის ბაზრის შესაბამის განმარტებაში, მათ შორის ქსელის არქიტექტურა (აღწერითი და

სქემატური) და ქსელის დაშვების ნებისმიერი შესაბამისი ტექნიკური სტანდარტი, განსაკუთრებით ტექნიკური გამოყენების შეზღუდვისა და უსაფრთხოების ჩათვლით. ტექნიკური მოთხოვნების შესახებ დამატებითი დეტალები საბითუმო დაშვების სერვისის სხვადასხვა ტიპებისთვის (MVNO დაშვება, ეროვნული როუმინგი, თანალოკაცია) მოცემულია მოწვევის წინადადების მე-6 ნაწილში;

- 4) აპარატურის სპეციფიკაციები, რომლებიც შეიძლება გამოიყენოს დაშვების მსურველმა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორთან დასაკავშირებლად, ნებისმიერი გამონაკლისის ჩათვლით;
- 5) პროცედურები სერვისის შეთავაზებაში ცვლილებების შეტანის შემთხვევაში, რომელიც შეიძლება მოიცავდეს მარეგულირებლისთვის შეტყობინების მოთხოვნას ასეთი ცვლილებების შესახებ, მაგალითად, ახალი სერვისების გაშვება, არსებულ სერვისებში ცვლილებები, ან ფასების ცვლილება.
- 6) მომსახურების მიწოდების პირობები, რომელიც მოიცავს, მაგრამ არ შემოიფარგლება შემდეგით:

1. ეროვნული როუმინგის სერვისისთვის:

- მოთხოვნის წარდგენის პროცედურა, მათ შორის, მოთხოვნაზე დასართავი დოკუმენტები და მონაცემები;
- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელის ტექნიკური დეტალები, რომლებიც ეხება ეროვნულ როუმინგს და ნებისმიერ ტექნიკურ მოთხოვნას, რომელიც უნდა დააკმაყოფილოს დაშვების მსურველმა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ეროვნულ როუმინგულ სერვისთან დასაკავშირებლად. (მოიცავს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელში ხელმისაწვდომ მობილურ ტექნოლოგიას, LTE-ზე ხმოვანი სერვისების ხელმისაწვდომობას, კლიენტებისა და სხვა აპარატურის ტიპების ნებისმიერ შეზღუდვას (მათ შორის, (და არა მარტო) მობილური ტელეფონებით, სმარტფონებით, ტაბლეტებით, USB დონგლებით, IoT და M2M მოწყობილობებით), რომელსაც შეუძლია ისარგებლოს როუმინგის სერვისით, დეტალები რეალურ დროში დარიცხვის შეზღუდვის შესახებ.)
- დაშვების მსურველის პასუხისმგებლობა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელისა და დამხმარე სისტემების ტექნიკურ მოთხოვნებთან ადაპტაციის ხარჯების გაწევაზე;
- მიზეზები, რის გამოც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უარყო მოთხოვნა ეროვნულ როუმინგზე დაშვებაზე და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ მომსახურების ნებისმიერი მუდმივი, ან დროებითი შეჩერების მიზეზი;
- გაუმართაობის შეტყობინება და შეფერხების აღმოფხვრის პროცედურა, გაუმართაობის აღმოფხვრის დრო;
- მომსახურების დონის ხელშეკრულებები (SLAs) ტექნიკური მომსახურებისა და ხარვეზების აღმოფხვრისთვის, მოთხოვნის მიღების ან უარის თქმის სპეციფიკური ვადების ჩათვლით, სერვისებისა და საშუალებების

ტესტირებისა და გადაცემის ან მიწოდებისთვის და დამხმარე სერვისების მიწოდებისთვის;

- ხარისხის სტანდარტები, რომლებიც თითოეულმა მხარემ უნდა დააკმაყოფილოს თავისი სახელშეკრულებო ვალდებულებების შესრულებისას, მათ შორის შესრულების ძირითადი ინდიკატორების (KPI) სპეციფიკაცია SLA-ებთან მიმართებით, სადაც შესაძლებელია;
- წვდომის მაძიებლის მიერ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს მოხსენების სერვისის პრობლემების შესახებ პროცედურები (მაგალითად, ზარის ხარისხი, ზარის წარუმატებლობა, ქსელის გადატვირთულობა), რომელთა გადაჭრა შეუძლებელია დაშვების მსურველს, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ჩართულობის გარეშე;
- მომსახურების დონის გარანტიები (SLGs) მომსახურებისთვის (ხელმისაწვდომობა), ტექნიკური მომსახურება და შეფერხებების აღმოფხვრა, მათ შორის კომპენსაციის ოდენობა, რომელიც უნდა გადაიხადოს სუბიექტმა ერთი მხარის მიერ მეორეზე სახელშეკრულებო ვალდებულებების შეუსრულებლობისთვის, გაუმართაობის აღმოფხვრის შეფერხების შემთხვევაში და ა.შ. კომპენსაციის მიღების პირობები;
- წინა თაობების მობილური ქსელის ტექნოლოგიების ეტაპობრივი გაუქმების გეგმები.

## 2. MVNO დაშვების სერვისისთვის:

- მოთხოვნის წარდგენის პროცედურა, მათ შორის, მოთხოვნაზე დასართავი დოკუმენტები და მონაცემები;
- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელის ტექნიკური დეტალები, რომლებიც დაკავშირებულია MVNO დაშვებასთან ერთად ნებისმიერ ტექნიკურ მოთხოვნასთან, რომელიც უნდა დაკმაყოფილდეს დაშვების მსურველის მიერ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის MVNO დაშვების სერვისთან დასაკავშირებლად. (მოიცავს მობილური ტექნოლოგიას, რომელიც გამოიყენება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელში, ხმოვანი მომსახურების ხელმისაწვდომობას LTE-ზე, ნებისმიერ შეზღუდვას მომხმარებლის აპარატურის ტიპებზე, რომლებსაც შეუძლიათ გამოიყენონ MVNO დაშვების სერვისი, დეტალები რეალურ დროში ანაზღაურების შეზღუდვის შესახებ, ნებისმიერ შეზღუდვას M2M/IoT კავშირის შესახებ);
- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელისა და დამხმარე სისტემების ტექნიკურ მოთხოვნებთან ადაპტაციის ხარჯების გაწევის პასუხისმგებლობა;
- მიზეზები, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მხრიდან MVNO დაშვებაზე უარის თქმაზე და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ სერვისის მუდმივი ან დროებითი შეჩერების შესახებ;

- მოთხოვნების გაუქმების პროცედურა;
- ახალი ან ხელახალი MVNO დაშვების სერვისების გამოცხადების პროცესი;
- საჭიროების შემთხვევაში, თავსებადობის საჭირო ტესტების დეტალები;
- დაშვების მსურველის მიერ, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს სერვისის პრობლემების შეტყობინების პროცედურები (მაგალითად, ზარის ხარისხი, ზარის წარუმატებლობა, ქსელის გადატვირთულობა), რომელთა გადაჭრა შეუძლებელია MVNO-ს მიერ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ჩართვის გარეშე;
- მომსახურების დონის შეთანხმებები (SLAs) ტექნიკური მომსახურებისა და ხარვეზების აღმოფხვრის შესახებ, მათ შორის კონკრეტული ვადები მოთხოვნის მიღების ან უარის თქმისთვის, ტესტირებისა და სერვისებისა და საშუალებების გადაცემის ან მიწოდებისთვის, თუ ეს შესაძლებელია;
- ხარისხის სტანდარტები, რომლებიც თითოეულმა მხარემ უნდა დააკმაყოფილოს თავისი სახელშეკრულებო ვალდებულებების შესრულებისას, მათ შორის შესრულების ძირითადი ინდიკატორების (KPI) სპეციფიკაცია SLA-ებთან მიმართებაში, სადაც შესაძლებელია;
- მომსახურების დონის გარანტიები (SLGs) მომსახურებისთვის (ხელმისაწვდომობა), ტექნიკური მომსახურება და პრობლემების აღმოფხვრა, მათ შორის კომპენსაციის ოდენობა, რომელიც უნდა გადაიხადოს სუბიექტმა ერთი მხარის მიერ მეორეზე სახელშეკრულებო ვალდებულებების შეუსრულებლობისთვის, გაუმართაობის აღმოფხვრის შეფერხების შემთხვევაში და ა.შ. კომპენსაციის მიღების პირობები;
- წინა თაობების მობილური ქსელის ტექნოლოგიების ეტაპობრივი გაუქმების გეგმები.

### 3. თანალოკაციისთვის:

- ლოკაციაზე დაშვების მოთხოვნის წარდგენის პროცედურა;
- შემოთავაზებული თანალოკაციის ობიექტების სპექტრი, მათ შორის დაშვება საცხოვრებელ სახლებზე, ანძებზე, დამხმარე მოწყობილობებზე, როგორცაა მაგისტრალი და სარეზერვო ელექტროენერჯია, სხვა ობიექტები ადგილზე;
- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მოთხოვნებზე რეაგირების დრო;
- დაშვების მსურველის მიერ მოთხოვნის მიღების დრო;
- თანალოკაციის ადგილზე ობიექტებით სარგებლობის დაწყების დრო;
- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საიტების ტექნიკური დეტალები, რომლებიც დაკავშირებულია თანალოკაციის წვდომასთან ერთად ნებისმიერ ტექნიკურ მოთხოვნასთან, რომელსაც უნდა აკმაყოფილებდეს დაშვების მსურველი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საიტზე აპარატურის განსათავსებლად და ადგილზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის აპარატურასთან ინტერფეისისთვის. (მოიცავს ნებისმიერ შეზღუდვას აპარატურის ტიპზე, რომლის დალაგება და ურთიერთდაკავშირებაც

შეიძლება, სადაც აპარატურა შეიძლება განთავსდეს ანძებზე და სივრცის/ჩატვირთვის ნებისმიერ შეზღუდვას, გაყვანილობის მარშრუტებსა და შეზღუდვებს, დენის ინტერფეისებს და შეზღუდვებს, გადაცემის სიმძლავრის ლიმიტებს.)

- დაშვების მსურველის პასუხისმგებლობა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ადგილზე აპარატურისა და მხარდაჭერის სისტემების ტექნიკურ მოთხოვნებთან ადაპტაციის ხარჯების გაწევაზე;
- მიზეზები, რის გამოც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა არ დააკმაყოფილა მოთხოვნა თანალოკაციაზე და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ მომსახურების ნებისმიერი მუდმივი ან დროებითი შეჩერების შესახებ;
- მოთხოვნების გაუქმების პროცედურა;
- დაშვების მსურველის ორგანიზაციის ნებისმიერი პერსონალის განსაზღვრა, რომელსაც შეუძლია მიენიჭოს ფიზიკური დაშვება ლოკაციაზე და ამ წვდომის პირობები ყოველ ჯერზე, რასაც ითხოვს დაშვების მსურველის მიერ, დაშვების მიცემის ვადები და პროცედურა, ზედამხედველობის მოთხოვნები. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი დაშვების დროს, ადგილზე წვდომასთან დაკავშირებული საკითხების გადაწყვეტა.

7) მომსახურების ფასები;

8) ბილინგის, გადახდის და გადახდის სადაზღვევო ინსტრუმენტები;

9) მომსახურების ხარისხი, მათ შორის გაუმართაობის გამოვლენა და აღმოფხვრა და საჩივრების მოგვარება;

10) წვდომა საოპერაციო მხარდაჭერის სისტემებზე, საინფორმაციო სისტემებსა და მონაცემთა ბაზებზე მომსახურების მოთხოვნის, წარუმატებლობის ანგარიშების და ბილინგის წარდგენის მიზნით, მათ შორის ტექნიკური გამოყენების შეზღუდვები და პროცედურები მხარდაჭერის სერვისებზე წვდომისთვის;

11) საბითუმო მომსახურების მართვა, ექსპლუატაცია და ტექნიკური მომსახურება;

12) ზიანისათვის პასუხისმგებლობისა და ანაზღაურების განსაზღვრა და შეზღუდვა (რეგულირებადი ოპერატორისა და მომხმარებლის ოპერატორის პასუხისმგებლობა და ზიანის ანაზღაურება; დაშვების მსურველის პასუხისმგებლობა და ზიანის ანაზღაურება);

13) ინფორმაციისა და სავაჭრო საიდუმლოების კონფიდენციალურობა;

14) ინტელექტუალური საკუთრების უფლებები, თუ ეს შესაძლებელია;

15) საბითუმო დაშვებასთან დაკავშირებული ნებისმიერი საკითხისა და დავის პრობლემების აღმოფხვრის და გადაწყვეტის პროცედურა;

16) დანართები:

- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ადგილ-მდებარეობების სია, რომლებიც ხელმისაწვდომია თანალოკაციისთვის;
- მომსახურების მოთხოვნა;
- კონფიდენციალურობის შეთანხმება;
- ნებისმიერი დასაბუთებული საბანკო გარანტიის ტექსტი;

- გაუმართაობის/მომსახურების პრობლემების შესახებ შეტყობინების ფორმა;
- მომსახურებით სარგებლობის შესახებ ხელშეკრულების ფორმა;
- მითითების შეთავაზებაში გამოყენებული ტერმინების ლექსიკონი.

მოწვევის წინადადების მინიმალური შინაარსის ეს სია შეესაბამება ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკას.<sup>102</sup>

### 8.1.3. განხორციელების ვადები/განრივი

გონივრული მოთხოვნის შემთხვევაში<sup>103</sup>, მოწვევის წინადადებები უნდა გაეგზავნოს კომისიას დასამტკიცებლად და გამოქვეყნდეს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ვებ-საიტზე, 8.2 თავში ჩამოთვლილი წვდომის ვალდებულებაში განსაზღვრული სერვისებისთვის, მომდევნო ვადების განმავლობაში:

- ეროვნული როუმინგის სერვისზე პირველი ოფიციალური მოთხოვნიდან 90 კალენდარული დღის ვადაში;
- თანალოკაციის მომსახურების პირველი ოფიციალური მოთხოვნიდან 90 კალენდარული დღის ვადაში;
- MVNO-სთვის აუცილებელი სერვისების პირველი ოფიციალური მოთხოვნიდან 90 კალენდარული დღის განმავლობაში;
- შენიშვნა: მოწვევის წინადადების ძირითადი ელემენტები (წვდომის წერტილები, ფუნქციები, ფასი) უნდა გაეგზავნოს კომისიას დასამტკიცებლად და შემდგომ გამოქვეყნებაზე მის ვებ-საიტზე საბოლოო მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე გადაწყვეტილების ძალაში შესვლიდან 90 კალენდარული დღის განმავლობაში. სრული მითითების შეთავაზება მხოლოდ გონივრული მოთხოვნის შემთხვევაში (როგორც ზემოთ აღინიშნა).
- ქსელის ელემენტების, ან სერვისების შეცვლის შემთხვევაში, რომლებიც შედის მოწვევის წინადადებაში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა აცნობოს კომისიას მოწვევის წინადადებაში რაიმე ცვლილების შესახებ დასამტკიცებლად და შემდგომ მის ვებ-საიტზე გამოსაქვეყნებლად. როდესაც ასეთი ცვლილება ეხება ახალი საცალო სერვისის ან ფუნქციების გაშვებას, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეუძლია დაიწყოს თავისი ახალი სერვისის ან სერვისის შეთავაზება ახალი ფუნქციებით, მხოლოდ მოწვევის წინადადების შესწორების გამოქვეყნებიდან 30 დღის შემდეგ.

მოწვევის წინადადების ან შესაძლო ცვლილებების გამოქვეყნება არ არღვევს კომისიის კომპეტენციას, მოითხოვოს ნებისმიერ დროს დამატებითი ცვლილებები მოწვევის

<sup>102</sup> მოწვევის წინადადება განსაკუთრებით უნდა შეიცავდეს ინფორმაციას BEREC-ის სახელმძღვანელოში (BoR (19) 238) მოწვევის წინადადების მინიმალური სტანდარტების შესახებ.

<sup>103</sup> ტერმინი „გონივრული მოთხოვნა“ იურიდიული ტერმინია, რომელიც ასევე გამოიყენება ევროკავშირის მარეგულირებელ ჩარჩოში. თუ რეგულირებადი ოპერატორი აცხადებს, რომ კონკრეტული მოთხოვნა არ არის გონივრული, წვდომის მსურველი საკითხს დააყენებს კომისია, რომელიც შეაფასებს მოთხოვნის „გონივრულობას“ არსებული ფაქტობრივი გარემოებების საფუძველზე.



წინადადებაში, სადაც ეს საჭიროა, რათა უზრუნველყოს კომისიის მარეგულირებელი გადაწყვეტილებების მიზნები

## 8.2. დაშვების ვალდებულება

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის 34-ე მუხლის დებულებების შესაბამისად, კომისიას შეუძლია დააკისროს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს მარეგულირებელი ვალდებულება, უზრუნველყოს დაშვება მისი ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელის შესაბამის ელემენტებზე.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მთელ ქსელში, ან ქსელის ელემენტებზე დაშვების უზრუნველყოფის მარეგულირებელი ვალდებულება და მათი გამოყენება არის ძირითადი მარეგულირებელი ღონისძიება, მე-7 თავში განსაზღვრული კონკურენციის პრობლემების აღმოსაფხვრელად. დაშვების ვალდებულების მიხედვით, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი ვალდებულია უპასუხოს დაშვების მსურველის (არსებულს თუ ახალ შემომსვლელს) წინადადებას, რომელსაც სურს გამოიყენოს საბითუმო დაშვება როგორც საცალო ბაზარზე სერვისის მიწოდების პლატფორმა.

კომისიის გადაწყვეტილებით განსაზღვრული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი, ამავე გადაწყვეტილებით განსაზღვრულ გეოგრაფიულ საზღვრებში, ვალდებულია:

(i) მიაწოდოს სხვა მობილური ქსელის ოპერატორებს ეროვნული როუმინგი იმ ადგილებში, სადაც დაშვების მსურველი აცხადებს, რომ მას:

- არ აქვს დაფარვა;
- აქვს დაფარვა, მაგრამ დაშვების მსურველის საკუთარი ქსელის სიმძლავრე არასაკმარისია ყველა საბოლოო მომხმარებლისთვის საჭირო ხარისხის სერვისის უზრუნველსაყოფად. ქსელის შეცვლა ისე უნდა მოხდეს, რომ სერვისი არ შეწყდეს.

(ii) უზრუნველყოს საბითუმო დაშვების სერვისები, რომლებიც დაკავშირებულია შემდეგ სამშენებლო ბლოკებთან (იხ. სურათი 48), რომლებიც აუცილებელია MVNO-ს (იხ. სურათი 8) ფუნქციონირებისთვის<sup>104</sup>:

- რადიო სპექტრზე დაშვება (მათ შორის კავშირი “Point of handover”-თან);
- ქსელის გადართვაზე დაშვება;
- დამატებული ღირებულების სერვისებზე დაშვება;
- სერვისის პლატფორმაზე დაშვება; და
- საჭიროების შემთხვევაში, საკუთარ ქსელში MVNO მომხმარებლის SIM ბარათების საკუთარი IMSI/MNC, eSIM-ების ჩათვლით და CPE (მობილური ტელეფონები, სმარტფონები, M2M, IoT მოწყობილობები მობილური და კომბინირებული მოდემები და სხვა აპარატურა), რომლებიც ტექნიკურად თავსებადია

<sup>104</sup> WIK მოდელი განასხვავებს MVNO-ების სხვადასხვა თეორიულ ტიპებს. ამ სურათზე მითითება ხდება მხოლოდ იმ მიზნით, რომ აჩვენოს, თუ რომელი ტიპის მოდელი შეიძლება გამოიყენონ წვდომის მაძიებლების მიერ. კომისიის მიდგომა არის მხოლოდ მოითხოვოს წვდომა სხვადასხვა სამშენებლო ბლოკებზე, წვდომის მსურველთა სხვადასხვა ბიზნეს მოდელებისადმი ზიანის მიყენების გარეშე.

დიაგრამა 48: MVNO ბიზნეს მოდელების სქემა

	მთავარი კომპონენტები	ლიცენზირებული გადაწყვეტილებები	მომსახურების მიწოდებელი	მსუბუქი MVNO	სრული MVNO
ინფრასტრუქტურის და ქსელის მიწოდება	რადიო სექტორი				
	ქსელის გადართვა				
კონტენტი & აპლიკაციები	დამატებითი სერვისები				
	სერვისის პლატფორმა				
	SIM ბარათი				
ოპერაციები	ბილინგი				
	ფანჯარაშენების შესაძლებლობა				
	Provisioning				
	აპონენტებზე ზრუნვა				
ბრენდირება, გაყიდვები & მარკეტინგი	მოწოდების დისტრიბუცია				
	საკუთარი ბრენდი				

MVNO არ ფლობდეს  
 MVNO შეიძლება ფლობდეს  
 MVNO ფლობს

წყარო: WIK – Consult (საბითუმო მობილური კავშირის კვლევა, ტენდენციები და საკითხები, რომლებიც ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის შედეგად ჩნდება)<sup>105</sup>

(iii) უზრუნველყოს დაშვება ობიექტებზე, სტრუქტურებსა და შენობებზე, მათ შორის გადამცემ ანძებზე წვდომისა და სივრცის უზრუნველყოფა დაშვების მსურველის აპარატურის განსათავსებლად, რათა ხელი შეუწყოს ფიზიკური ინფრასტრუქტურის, აპარატურისა და დანამატების ერთობლივი გამოყენების ნებისმიერ სხვა ფორმას. ისეთი სერვისები, როგორცაა პირველადი და სარეზერვო წყაროები, ვენტილაცია და გაგრილება. ყველა შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ის მქონე უფლებამოსილმა ოპერატორმა უნდა:

- მიაწოდოს დაშვება მსურველს ისეთივე ხარისხის სერვისებითა და საშუალებებით, როგორსაც იყენებს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი, რათა მოემსახუროს საკუთარ საბოლოო მომხმარებლებს, მათ შორის ისეთი ობიექტები, რომლებსაც შეუძლიათ უზრუნველყონ საბოლოო მომხმარებლის სატელეკომუნიკაციო სერვისების სრული სპექტრი, რომლებიც ხელმისაწვდომია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მომხმარებლებისთვის, როგორებიცაა ხმოვანი სერვისები (ტრადიციული, VoLTE ან სხვა ტექნოლოგიები), ინტერნეტზე წვდომა, SMS, ეროვნული და საერთაშორისო როუმინგი;
- ღია დაშვების მინიჭება ტექნიკურ ინტერფეისებზე, პროტოკოლებზე, ან სხვა ძირითად ტექნოლოგიებზე, რომლებიც აუცილებელია ქსელებისა და სერვისების თავსებადობისთვის;
- უზრუნველყოს ხელმისაწვდომობა ოპერაციული მხარდაჭერის სისტემებზე, ან სხვა პროგრამულ სისტემებზე, რომლებიც აუცილებელია დაშვების მსურველის მიერ მოთხოვნილი სერვისებისა და საშუალებების მართვის, დარიცხვისა და

<sup>105</sup> [https://www.berec.europa.eu/system/files/2023-04/BoR%20%2823%29%2041%20Study%20on%20wholesale%20mobile%20connectivity%20trends%20and%20issues%20for%20emerging%20mobile%20technologies%20and%20deployments\\_final\\_0.pdf](https://www.berec.europa.eu/system/files/2023-04/BoR%20%2823%29%2041%20Study%20on%20wholesale%20mobile%20connectivity%20trends%20and%20issues%20for%20emerging%20mobile%20technologies%20and%20deployments_final_0.pdf)

მონიტორინგისთვის. ეს დაშვება უნდა იყოს უზრუნველყოფილი B2B ფორმატში, რომელიც ადვილად მართვადი, კონტროლირებადი და განახლებადია.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს უფლება აქვს მოსთხოვოს დაშვების მსურველს მიაწოდოს ტრაფიკის მოცულობის შეფასება, რომელიც მოსალოდნელია დაშვების მსურველის მომხმარებლების მიერ, რომელიც წარმოიქმნება გონივრულად გრანულირებული გეოგრაფიული მდებარეობიდან და გონივრულ ვადაში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიზნებისთვის, მისი ქსელის სიმძლავრის წინასწარ დაგეგმვისთვის.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ დაშვების მსურველისგან მოთხოვნილი ნებისმიერი ინფორმაცია უნდა იყოს გონივრული და მინიმალური, რაც აუცილებელია დაშვების მსურველისთვის მოთხოვნილი საბითუმო სერვისის უზრუნველსაყოფად. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა არ უნდა გამოიყენოს მოთხოვნილი ინფორმაცია სხვა გზით ან სხვა მიზნით. ინფორმაციის გაუმართლებელმა გამოყენებამ შეიძლება გამოიწვიოს არასამართლიანი უპირატესობა ბაზარზე დაშვების მსურველის გეგმების ცოდნის გამო (იხ. თავი 7).

### 8.3. დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა, რომელსაც აქვს რეგულირებული დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება, უნდა უზრუნველყოს თანაბარი პირობები სხვა ოპერატორებთან, რომლებიც უზრუნველყოფენ თანაბარ მომსახურებას. ეს მოითხოვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა მიაწოდოს იგივე სერვისები და მონაცემები სხვა ოპერატორებს, იგივე პირობებით და იგივე ვადებში და ხარისხით, რომლითაც ის უზრუნველყოფს საკუთარ მომსახურებას, საკუთარი საცალო ჯგუფის, ან მასთან აფილირებული<sup>106</sup> კომპანიების მეშვეობით.

დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება, ზოგადად უკავშირდება დაშვების მსურველის მიერ მასპინძელ ოპერატორთან ხელშეკრულების გაფორმების შემდგომ პერიოდს. მთავარი მიზანი დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულებისა არის იმის უზრუნველყოფა, რომ დაშვების მსურველი ოპერატორი მიიღებს იმავე ხარისხის მომსახურებას, როგორც სარგებლობენ მასპინძელი ოპერატორის საცალო განყოფილებები. მომსახურების ეს პირობები გაწერილია დაშვების წინადადებაში (იხილეთ თავი 8.1.2), რათა დაშვების მსურველმა იცოდეს, თუ რა ხარისხის მომსახურებას უნდა ელოდეს და შესაბამისად გაწეროს საკუთარი გეგმები. ინფორმაციის სახეები, რომლებსაც მნიშვნელოვანი ძალაუფლების მქონე ოპერატორი თავის საცალო განყოფილებებს გაუზიარებს, როგორც წესი მოიცავს ქსელის ცვლილებების შესახებ ინფორმაციას, რასაც შეუძლია გავლენა მოახდინოს მიწოდებული სერვისის დაფარვასა და ხარისხზე. მაგალითად, ოპერატორმა შეიძლება დაამატოს ან გააუქმოს საბაზო სადგურები, ან დაამატოს ახალი სიხშირული რესურსი, რიტაც გააუმჯობესოს მომსახურების ხარისხი. ნებისმიერი ცვლილება, რასაც შეუძლია გავლენა მოახდინოს მნიშვნელოვანი საბაზრო

<sup>106</sup> შვილობილი კომპანიები (კომპანია, რომლებშიც დედა კომპანია 50%-ზე მეტ წილს ფლობს და მის ანგარიშგებებს იკონსოლიდირებს) ნაწილია უფრო ფართო კატეგორიისა - "აფილირებული კომპანიები", კომპანიები, რომლებზეც დედა კომპანიას შესაძლებლობა აქვს გაავრცელოს საკუთარი გავლენა, მაგალითად აქციონერების შეთანხმების გზით.

ძალაუფლების მქონე ოპერატორის სერვისზე, რეგულარულად უნდა იქნას დაანონსებული ოპერატორთან, რომელიც შესაბამის ქსელს იყენებს.

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის 32-ე მუხლის თანახმად, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს ეკისრება შემდეგი ვალდებულებები მე-7 თავის დასკვნების საფუძველზე:

- თანაბარი პირობების (მათ შორის ვადების, ფასების, ინფორმაციის, ხარისხის) უზრუნველყოფა ყველა რეგულირებადი დაშვების სერვისის (იხ. თავი 8.2.) თანაბარ პირობებში სხვა ოპერატორებისთვის, რომლებიც ახორციელებენ თანაბარ მომსახურებას. ამ ვალდებულების მონიტორინგი განხორციელდება 8.3.1 თავში განსაზღვრული KPI-ების გამოყენებით;
- სხვა ოპერატორებისთვის მომსახურებისა და ინფორმაციის მიწოდება იმავე პირობებით და ხარისხით, რასაც ისინი აწვდიან საკუთარი სერვისებისთვის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საცალო დანაყოფებს ან მის შვილობილ კომპანიებს. ამ ვალდებულების მონიტორინგი განხორციელდება 8.3.1 თავში განსაზღვრული KPI-ების გამოყენებით. ეს ვალდებულება განსაკუთრებით ეხება:
  - „ზარის დეტალურ ინფორმაციის“ (CDR)<sup>107</sup> ჩანაწერზე წვდომა ყველა შესაბამისი ტიპის ტრაფიკისთვის, რაც საშუალებას მისცემს დაშვების მსურველს შექმნას სხვადასხვა სატარიფო სტრუქტურები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორისგან;
  - მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ საინფორმაციო სისტემის შექმნა, თანალოკაციის სერვისზე დაშვების მსურველის თითოეული მოთხოვნის განგრძობითი მონიტორინგისთვის;
  - მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელის დაფარვის ინფორმაციისა და სერვისის ხელმისაწვდომობის შესახებ მოხსენება ისეთი მახასიათებლებით, როგორცაა მნიშვნელოვანი ძალაუფლების მქონე ოპერატორი მოემსახურებოდა საკუთარ საცალო დანაყოფს.
- არავითარ შემთხვევაში არ მოხდეს დაშვების მსურველის ტრაფიკის დისკრიმინაცია დაბალი ხარისხის შეთავაზებით (მაგალითად, მართული გადატვირთულობით, დაბალი პრიორიტეტის მინიჭებით, უფრო ცუდი დაყოვნებით, პაკეტის დაკარგვით და სხვა ქსელის ხარისხის პარამეტრებით)<sup>108</sup>;

<sup>107</sup> Call Detailed Record (CDR) გენერირდება მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორის მიერ, როდესაც აბონენტი წამოიწყებს ან ასრულებს სატელეკომუნიკაციო ტრანზაქციას - ზარს, ტექსტურ შეტყობინებას ან ინტერნეტით სარგებლობას.

<sup>108</sup> სავარაუდოდ, მობილური ვირტუალური ოპერატორის მიერ დაგენერირებული ტრაფიკი არ იქნება საკმარისი იმისათვის, რომ გავლენა მოახდინოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ინვესტიციებთან დაკავშირებულ გეგმებზე. როგორც წესი, MVNO-ები ხასიათდებიან 20-30%-იანი ტრაფიკის ზრდით წლის განმავლობაში. დამატებით 5%-იანი ზრდა არ იქნება საკმარისი, იმისათვის რომ შეცვალოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის გეგმები, მხოლოდ იმისთვის, რომ მოერგოს დაშვების მსურველის მოთხოვნებს. თუ დაუშვებთ, რომ არსებობს კიდევ ოთხი ახალი მცირე ზომის დაშვების მსურველი, ტრაფიკის ზღვრული ზრდა სავარაუდოდ იქნება 4% ან შეიძლება კიდევ უფრო ცოტა. თუ კიდევ იარსებებს 10 დამატებითი მცირე ზომის MVNO,

პირობების დაზუსტება, რომლითაც SMP ოპერატორი ვერ უზრუნველყოფს მომსახურების არადისკრიმინაციულ დონეს, მაგალითად, თუ დაშვების მაძიებლის ტრაფიკის დონე აღემატება გარკვეულ წინასწარ განსაზღვრულ რაოდენობას, თუ ის არ აღემატება წინასწარ შეთანხმებულ რაოდენობას ან თუ არ აღემატება SMP ოპერატორის საკუთარი ტრაფიკის 1%;

- კეთილსინდისიერი თანამშრომლობა დაშვების მსურველის საბოლოო მომხმარებლების მიერ წარმოქმნილი საჩივრების გადასაჭრელად, სადაც ეს საჩივრები შეიძლება გადაწყდეს მხოლოდ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორსა და დაშვების მსურველს შორის თანამშრომლობით, ბილინგის პრობლემების გადაჭრის ჩათვლით;
- წარუდგინოს კომისიას დეტალები ნებისმიერი კონტრაქტის შესახებ, რომელიც დადებულია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მოწვევის წინადადებების საფუძველზე მობილური დაშვების საბითუმო სერვისებისთვის, ხელშეკრულების დადების დღიდან 15 კალენდარული დღის განმავლობაში. ეს აუცილებელია, როგორც მთავარი ინსტრუმენტი დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულებასთან შესაბამისობის შესამოწმებლად, მაგალითად, კომისიისთვის, რათა დადგინდეს, ადგილი ჰქონდა თუ არა რაიმე გადაცდომას და განსაზღვრული მარეგულირებელი ვალდებულებების განზრახ დარღვევას.
- შეატყობინოს კომისიას ნებისმიერი დაშვების მსურველის მოთხოვნა MVNO დაშვების, ეროვნული როუმინგისა და თანალოკაციის შესახებ მოთხოვნის წარდგენიდან 15 კალენდარული დღის განმავლობაში;
- აცნობოს კომისიას დაშვების მსურველის მოთხოვნაზე უარის თქმის შესახებ მობილური დაშვების საბითუმო სერვისზე, უარის თქმის მიზეზებთან ერთად უარის თქმიდან 15 კალენდარული დღის განმავლობაში;
- წარუდგინოს ანგარიშები კომისიას KPI-ების ყველა შესაბამისი შედეგით განყოფილებიდან 9.3.1. ოპერატორის მიერ და შედარება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორების საცალო ჯგუფის შედეგებთან ცალკე (და მის შვილობილი კომპანიებთან, თუ ეს შესაძლებელია), რაც ადასტურებს ბაზარზე ყველა ოპერატორის თანაბარი მოპყრობის უზრუნველყოფას.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს უფლება აქვს მოითხოვოს მობილური ტრაფიკის პროგნოზები დაშვების მსურველებისგან, რაც საშუალებას მისცემს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს განახორციელოს ქსელის სათანადო დაგეგმვა. მოთხოვნილი ინფორმაცია არ უნდა აღემატებოდეს სათანადო დაგეგმვის უზრუნველსაყოფად საჭირო მინიმუმს.

ტრაფიკის ზრდა შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი და საჭირო გახდეს ზოგიერთი მათგანის პრიორიტეტიზაცია. შესაბამისად მსგავსი დისკრიმინაციის ყოველი წინადადება განხილულ უნდა იქნეს კომისიის მიერ, MVNO ტრაფიკის ზრდის ფონზე. ასევე, ნებისმიერი პრიორიტეტიზაცია უნდა ემყარებოდეს ობიექტურ კრიტერიუმებს, მაგალითად MVNO-ს მიერ მასპინძელი ოპერატორის ტრაფიკის ზრდასთან დაკავშირებით დროულად არგაფრთხილების შემთხვევაში



### 8.3.1. შესრულების ძირითადი ინდიკატორები (KPI)

ხარისხობრივი შესრულების ძირითადი ინდიკატორები (KPI) არის შესრულების რაოდენობრივი გაზომვების საერთო ფორმა დროთა განმავლობაში, კონკრეტული მიზნისთვის. დაწესებული მარეგულირებელი ვალდებულებების შესრულების მონიტორინგის შემთხვევაში, KPI-ები უნდა განისაზღვროს კომისიის მიერ, რათა მოხდეს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორისთვის განსაზღვრული კონკრეტული მარეგულირებელი ღონისძიებების განხორციელების ეფექტურობის პროგრესის გაზომვა. KPI-ების შემდეგი ნაკრები შემოთავაზებულია საქართველოში მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრისთვის სპეციფიკური ვალდებულებების ეფექტური მიმდინარეობის მონიტორინგისთვის. ზოგადად (თუ სხვაგვარად არ არის განსაზღვრული) KPI სტატისტიკა უნდა შეგროვდეს ყოველთვიურად.

იმის უზრუნველსაყოფად, რომ დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულების პრაქტიკაში მონიტორინგი შესაძლებელია, განსაზღვრულია შემდეგი KPI-ები:

1. KPI, რომლებიც დაკავშირებულია თანალოკაციასთან:
  - a. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორისთვის განსაზღვრულ პერიოდში (კვარტალში) თანალოკაციის მოთხოვნის რაოდენობა (მოიცავს მოთხოვნებს უზნებზე დაშვების შესახებ აპარატურის კვლევის, დაგეგმვისა და განთავსებისთვის და ადგილზე დამხმარე აპარატურის გამოყენების შესახებ);
  - b. უარყოფილი მოთხოვნების რაოდენობა, ასევე უარყოფის მიზეზები;
  - c. მოწვევის წინადადებაში დადგენილ ვადაში და მის ფარგლებს გარეთ განხორციელებული მოთხოვნების რაოდენობა.
2. KPI დაკავშირებული MVNO-სთან და ეროვნულ როუმინგთან:
  - a. მობილური ქსელის გადატვირთულობა, როგორც ამას განიცდიან საბოლოო მომხმარებლები
    - i. მობილური ხმოვანი სერვისებისთვის: გადატვირთული მიზნის მიღწევის დროის % (როგორც ეს განსაზღვრულია მოწვევის წინადადებაში) – ცალკეული შესრულების მონაცემები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მომხმარებლის გამოცდილებისთვის და დაშვების მსურველის მომხმარებლის გამოცდილებისთვის.
    - ii. მობილური ინტერნეტის სერვისებისთვის: გადატვირთულობის მიზნის მიღწევის დროის % (როგორც ეს განსაზღვრულია მოწვევის წინადადებაში) – ცალკეული შესრულების მონაცემები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მომხმარებლის გამოცდილებისთვის და დაშვების მსურველის მომხმარებლის გამოცდილებისთვის (პიკის საათისთვის ბაზის 10%-ისთვის. სადგურები მონაცემთა ყველაზე დიდი დატვირთვით);
    - iii. მობილური VoIP სერვისებისთვის, გადატვირთულობის მიზნის მიღწევის დროის % (როგორც ეს განსაზღვრულია მოწვევის



წინადადებაში) - ცალკე შესრულების მონაცემები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მომხმარებლის გამოცდილებისთვის და დაშვების მსურველის მომხმარებლის გამოცდილებისთვის.

- b. მომხმარებელთა მოხსენებული და დაშვების მსურველის სერვისის პრობლემები:
  - i. იდენტიფიცირებული პრობლემების რაოდენობა (კლიენტი ან დაშვების მსურველი), რომელიც გადაეცა დაშვების მსურველი ოპერატორიდან მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს გადასაჭრელად;
  - ii. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ დაშვების მსურველის მოთხოვნის საპასუხოდ მიღებული გამოსასწორებელი დროის განაწილება, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ საკუთარი მომხმარებლის მიერ მოხსენებული სერვისის პრობლემების გადასაჭრელად მიღებული პასუხის საშუალო დროსთან შედარებით.

### 8.3.2. მარჟის შეკუმშვის ტესტი MVNO დაშვებისთვის

კომისია მონიტორინგს გაუწევს შესაძლო ფასზე დაფუძნებულ დისკრიმინაციას MVNO დაშვებასთან დაკავშირებით, მარჟის შეკუმშვის ტესტის გამოყენებით იმ შემთხვევებში, როდესაც დაშვების მსურველი ჩივის, რომ საბითუმო გადასახადები MVNO-ებისთვის საჭირო სერვისებისთვის ძალიან მაღალია მისთვის, რაც ხელს უშლის მას ჰქონდეს გონივრული მოგების ზღვარი საცალო ბაზარზე. ტესტის ძირითადი ელემენტები (მაგ. პროდუქტის ან პროდუქტების ჯგუფის მიდგომა, ეფექტურობის დონე, ამორტიზაციის მეთოდი, ხარჯების გაანგარიშება და დამუშავება (საბითუმო ხარჯები, საკუთარი ქსელის ხარჯები, საცალო ხარჯები), შემოსავლების გაანგარიშება და კლასიფიცირება (პაკეტების დამუშავება, კლასიფიცირება, ფასდაკლებები და აქციები, მოხმარების ხანგრძლივობა), გონივრული მოგების მარჟა და ა.შ.), განისაზღვრება კომისიის მიერ მარჟის შეკუმშვის ტესტის მეთოდოლოგიაში 6 თვის განმავლობაში მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე გადაწყვეტილების ძალაში შესვლიდან მოხდის დაშვების საბითუმო ბაზარზე.

მარჟის შეკუმშვის ტესტის გამოყენებს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ დადგენილ ფინანსურ ანგარიშებს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2006 წლის 20 აპრილის No 5 დადგენილებით „უფლებამოსილი პირების მიერ ცალკე აღრიცხვისა და ხარჯთაღრიცხვის მეთოდოლოგიური წესების დამტკიცების შესახებ“ შესაბამისად. (განცალკევებულ აღრიცხვაზე)

ტესტი დაეფუძნება შემდეგ ფორმულას:

$$RP_{\text{amp}} \geq WC_{\text{reg}} + WC_{\text{non-reg}} + RC.$$

სადაც:

- $RP_{\text{smp}}$  = მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საცალო მომსახურების ფასი;
- $WC_{\text{reg}}$  = მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის რეგულირებული სერვისის საბითუმო ღირებულება;
- $WC_{\text{non-reg}}$  = დაშვების მსურველის ქსელის ღირებულება მომსახურების მიწოდებისთვის;
- $RC$  = დაშვების მსურველის საცალო მომსახურების საცალო ღირებულება.

ეს ნიშნავს, რომ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საცალო ფასი მოცემულ სერვისზე არ უნდა იყოს ნაკლები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის საბითუმო ღირებულების ჯამზე ამ სერვისისთვის პლუს დაშვების მსურველის საკუთარი ქსელის ღირებულება ამ სერვისისთვის პლუს საცალო ღირებულება.

ტესტის დეტალები განისაზღვრება კომისიის მიერ გამოშვებულ მარჯის შეკუმშვის ტესტის მეთოდოლოგიაში. ეს ნიშნავს, რომ საცალო ფასი შეიძლება შედგებოდეს საბითუმო მომსახურების ხარჯების, საკუთარი ქსელის და საცალო ხარჯების ჯამისგან.

გარდა მარჯის შეკუმშვის ტესტის აუცილებლობისა, რომელიც კომისიამ უნდა ჩაატაროს დაშვების მსურველის საჩივრის შემთხვევაში, კომისიამ უნდა განახორციელოს ღირებულების შეყვანის მიმოხილვა მარჯის შეკუმშვის ტესტში მინიმუმ ყოველწლიურად.

#### 8.4. განცალკევებული აღრიცხვის ვალდებულება

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის 33-ე მუხლის თანახმად, კომისიას შეუძლია დააკისროს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს ვალდებულება, აწარმოოს ცალ-ცალკე აღრიცხვა ურთიერთჩართვის და/ან დაშვებასთან დაკავშირებული საქმიანობისთვის. ეს მარეგულირებელი ვალდებულება გამოიყენება 7.5.1 თავში განსაზღვრული კონკურენციის პრობლემების გადასაჭრელად, მათ შორის უსამართლო ჯვარედინი სუბსიდირების და სხვა დაბრკოლებების, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს იგივე, ან მსგავსი შედეგები ბაზარზე. ხარჯების აღრიცხვის ვალდებულება არის სტანდარტული სპეციფიკური ვალდებულება, რომელიც ხშირად გამოიყენება გამჭვირვალობასა და დისკრიმინაციის აკრძალვის დაკავშირებულ მარეგულირებელ ვალდებულებებთან ერთად (იხ. ასევე თავები 8.1 და 8.3).

განცალკევებული აღრიცხვის ვალდებულება უზრუნველყოფს ვერტიკალურად ინტეგრირებული ოპერატორის შემთხვევაში (როგორც ქსელის, ასევე საცალო ოპერაციების) გამჭვირვალობას როგორც მისი საბითუმო ფასების, ასევე მისი შიდა გადარიცხვის ფასების ქსელსა და საცალო ოპერაციებს შორის.

ეს ვალდებულება ავალდებულებს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს ცალკე აღრიცხოს თავისი საბითუმო ბიზნესის ხარჯები (და შემოსავლები).

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის 33-ე მუხლის თანახმად (მე-7 თავის დასკვნების საფუძველზე) მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს უნდა დაეკისროს შემდეგი ვალდებულებები მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე:

- ეროვნული როუმინგის სერვისის ცალკე აღრიცხვა;
- MVNO-ების ფუნქციონირებისთვის საჭირო საბითუმო სერვისების ცალკე აღრიცხვა. განცალკევების ხარისხი უნდა იყოს იმისთვის, რომ დაშვების მსურველმა შეარჩიოს დაშვების ფორმა და იცოდეს, თუ რა იქნება მისი საფასური. ეს ასევე მნიშვნელოვანია კომისიისთვის, რათა დარწმუნდეს რომ ადგილი არ აქვს ჯვარედინ სუბსიდირებას (cross-subsidisation);
- განცალკევებული აღრიცხვა თანალოკაციასთან დაკავშირებული სერვისებისთვის.

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ის ოპერატორი ამ ვალდებულებას განახორციელებს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2006 წლის 20 აპრილის №5 დადგენილებით „უფლებამოსილი პირების მიერ ცალკე აღრიცხვის წესების და ხარჯთაღრიცხვის მეთოდოლოგიის დამტკიცების შესახებ“ შესაბამისად.

## 8.5. ფასების კონტროლისა და ხარჯების აღრიცხვის ვალდებულებები

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის 35-ე მუხლის შესაბამისად, კომისიას შეუძლია დააწესოს მარეგულირებელი ვალდებულებები ფასების კონტროლისთვის, მათ შორის, ფასების ხარჯზე ორიენტაციისა და ხარჯების აღრიცხვის ვალდებულების ჩათვლით, რომლებიც გამოიყენება სხვადასხვა ტიპის ურთიერთჩართვის და/ ან დაშვებაზე.

ამ ვალდებულების განხილვისას კომისიამ უნდა გაითვალისწინოს საბაზრო კონკურენციის და საბოლოო მომხმარებლების ინტერესების ხელშეწყობის აუცილებლობა და ამავდროულად, მობილურ ინფრასტრუქტურაში ინვესტიციების წახალისების აუცილებლობა ყველა ოპერატორისთვის, ისევე როგორც ახალი სერვისების დანერგვის ხელშეწყობა.

მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრის კონტექსტში, ფასების კონტროლისა და ხარჯების აღრიცხვის ვალდებულებები გამოყენებული უნდა იყოს საბითუმო გადასახადებზე, რომლებიც დაწესებულია MVNO-ების მუშაობისთვის, ეროვნული როუმინგისთვის და თანალოკაციისთვის საჭირო სერვისებისთვის.

### 8.5.1. საბითუმო ტარიფი

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის 35-ე მუხლის შესაბამისად (მე-7 თავის დასკვნების საფუძველზე), მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს უნდა დაეკისროს შემდეგი ვალდებულებები:

- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ შემოთავაზებული MVNO-ების ფუნქციონირებისთვის საჭირო სერვისების გადასახადი (იხ. თავი 8.2) უნდა იყოს დაფუძნებული ხარჯებზე, „bottom-up“ ღირებულების მოდელზე დაყრდნობით.
- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ შემოთავაზებული ეროვნული როუმინგის გადასახადები (იხ. თავი 8.2) უნდა იყოს დაფუძნებული ხარჯებზე, „bottom-up“ ღირებულების მოდელის საფუძველზე.

- მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ შემოთავაზებული თანალოკაციის გადასახადი (იხ. თავი 8.2) უნდა იყოს დაფუძნებული ხარჯებზე, „bottom-up“ ღირებულების მოდელის საფუძველზე.
- დაშვების მსურველის მოთხოვნით, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა დაუშვას საბითუმო დაშვების საწყისი ერთჯერადი გადასახადი ყოველთვიურად გადახდის მაძიებლის მიერ გარკვეული პერიოდის განმავლობაში (მაგალითად, 3 წელზე მეტი ხნის განმავლობაში), პროცენტის გონივრული დონის გამოყენებით.

უნდა აღინიშნოს, რომ მხოლოდ ფასების კონტროლის ვალდებულება (როგორც ამ შემთხვევაში ხარჯზე ორიენტირებულობა), მობილური საცალო ბაზრის სხვა რეგულაციების არარსებობის პირობებში, ვერ შეუძლის ხელს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს ზედმეტად დაბალი საცალო ფასების დაწესებაში. ფასების დადგენის ეს ქცევა იქნება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ საკუთარი თავის დისკრიმინაციული უპირატესობის ფორმა. საჩივრის, ან ასეთი ქცევის სხვა ნიშნების შემთხვევაში, კომისიას შეუძლია გამოიყენოს მარჯის შეკუმშვის ტესტის MVNO დაშვებისთვის, როგორც აღწერილია 8.3.2 თავში.

### 8.5.2. ხარჯთაღრიცხვა

საბითუმო გადასახადები, რომლებიც დაშვების მსურველმა უნდა გადაუხადოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს, უნდა ეფუძნებოდეს მოწოდებული საბითუმო მომსახურების LRIC ხარჯებს, მათ შორის:

- ეროვნული როუმინგისთვის და MVNO-ების მუშაობისთვის საჭირო სერვისებისთვის:
  - მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ქსელში დაშვების ღირებულება, საჭიროების შემთხვევაში, ურთიერთჩართვის ჩათვლით;
  - ხმოვანი ტრაფიკის წამის ღირებულება, საერთაშორისო ზარებისთვის დამატებითი გადასახადების ჩათვლით;
  - გადაცემული მონაცემების მეგაბაიტის ღირებულება;
  - თითოეული ტიპის გაგზავნილი ან მიღებული SMS-ის ღირებულება, „bulk” SMS-ის ჩათვლით;
  - კონკრეტული M2M/IoT და სხვა აპლიკაციების ტარების ხარჯები;
- მხოლოდ MVNO-ების მუშაობისთვის საჭირო სერვისებისთვის:
  - რადიო ქსელთან წვდომის ხარჯები;
  - ქსელის გადართვის ხარჯები;
  - VAS-ის ღირებულება;
  - მომსახურების პლატფორმის ღირებულება;
  - SIM ბარათების მიწოდების ღირებულება;
  - საერთაშორისო როუმინგის ხარჯები, სადაც ეს შესაძლებელია;
- თანალოკაციისთვის:

- ანძებთან დაშვება აპარატურის განთავსებისთვის (ერთჯერადი წვდომის საფასური);
- შენობებთან დაშვება აპარატურის განთავსებისთვის (ერთჯერადი წვდომის საფასური);
- დაშვების მსურველის ქსელის ან აპარატურის ურთიერთდაკავშირების ღირებულება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის აპარატურასთან, სადაც ეს შესაძლებელია;
- ყოველთვიური განმეორებადი და დამატებითი ხარჯები (როგორცაა ენერჯია და წვლილი საიტის მიმდინარე ხარჯებში).

შედეგად მიღებული ხარჯები წარმოადგენს მაქსიმალურ საბითუმო გადასახადს, რომელიც გამოითვლება „bottom up” მოდელის გამოყენებით მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორების ხარჯების მხოლოდ იმ ნაწილების გამოყენებით, რომლებიც გამოიყენება საბითუმო დაშვების სერვისზე, რომელსაც იყენებს დაშვების მსურველი, დამატებული შესაბამისი კაპიტალის ღირებულება. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ გამოანგარიშებული ტარიფები, საწყის ეტაპზე გათვალისწინებული იქნება მოწვევის წინადადებაში (იხილეთ თავი 8.1), რომელიც არ იქნება დაკავშირებული საბოლოო, კომისიაში წარსადგენ ანგარიშგებასთან (რომელიც დაფუძნებული იქნება კომისიის მიერ შემუშავებულ მეთოდოლოგიაზე)

„bottom up” მოდელი, რომელიც უნდა გამოიყენოს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა საბითუმო ხარჯების გამოსათვლელად, განისაზღვრება კომისიის მიერ ცალკე გადაწყვეტილებით, რომელიც ეფუძნება „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონის 30.3. მუხლს.

ამ თავის წინა აბზაცებზე დაყრდნობით რეგულირებადი სერვისების ხარჯების გამოთვლის შემდეგ, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი აცნობებს კომისიას საბოლოო შედეგებს, რათა კომისიას მიეცეს საშუალება შეამოწმოს გამოთვლილი ხარჯების შესაბამისობა გამოქვეყნებულ „bottom up” ღირებულების მეთოდოლოგიასთან.

## 8.6. როგორ აგვარებს სპეციფიკური ვალდებულებები კონკურენციის პრობლემებს

მე-7 თავში აღწერილია მიმდინარე და მოსალოდნელი კონკურენციის პრობლემები მობილური დაშვების საბითუმო ბაზარზე. 49-ე ცხრილი აჯამებს, თითოეული კონკურენციის პრობლემისთვის, როგორ უნდა მოგვარდეს ისინი შემოთავაზებული საშუალებებით, რომლებიც აღწერილია თავებში 8.1-დან 8.5-მდე.

კონკურენციის ზოგიერთი პრობლემის მოგვარება შეუძლია ერთ საშუალებას სამაგიეროდ, მოსალოდნელია, რომ პრობლემის მოსაგვარებლად ერთზე მეტი საშუალების გამოყენებაც იქნება საჭირო. ანალოგიურად, ერთი ქმედება შეიძლება გამოყენებულ იქნას (მთლიანად ან ნაწილობრივ) ერთზე მეტი კონკურენციის პრობლემის მოსაგვარებლად. მაგალითად, საქართველოს მობილური დაშვების საბითუმო ბაზრის შემთხვევაში, დაშვების ვალდებულება თავისთავად არ არის საკმარისი, რადგან მაგთიკომს შეუძლია



უზრუნველყოს დაშვება გადაჭარბებული საბითუმო ფასით ისე, რომ დაშვების მსურველი ვერ გახდება ეკონომიკურად მდგრადი ბაზარზე. დაშვების ვალდებულების და ფასების კონტროლის ერთადე კი, მაგთიკომს შეუძლია გამოიყენოს შეფერხების ტაქტიკა ან მოითხოვოს არაგონივრული ტექნიკური პირობები, რამაც შეიძლება ასევე გამოიწვიოს დაშვების მსურველთან შეთანხმების მიღწევა.

მარეგულირებელი ქმედებების ურთიერთდამოკიდებულება და გამოვლენილი კონკურენციის პრობლემების სირთულე ნიშნავს, რომ განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს იმ აუცილებლობას, რომ ეს საშუალებები იყოს პროპორციული საქართველოს კონკურენტული ბაზრისთვის პოტენციური ზიანის დონესთან. არსებობს შესაძლებლობა, რომ ერთი საშუალების ამოღებას არასაკმარისი საერთო რეგულაცია მოჰყვეს და კონკურენციის პრობლემები ეფექტური გზით არ მოგვარდეს. შემდეგი დიაგრამა ასახავს კომპლექსურ მიდგომას, რომელიც კომისიამ უნდა გამოიყენოს სპეციფიკური ვალდებულებების შერჩევისა და დანერგვისას.

თითოეული სპეციფიკური ვალდებულება შეიძლება იყოს ეფექტური ბაზარზე მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მონიტორინგი განხორციელდება 8.1 თავში აღწერილი მეთოდოლოგიების გამოყენებით. კომისიას ასევე უნდა ჰქონდეს დავების გადაწყვეტის ეფექტური პროცედურები, რათა უზრუნველყოს სამართლებრივი დაცვის საშუალებების სრულად განხორციელება.

ცხრილი 49: კონკურენციის პრობლემები და მათი მოგვარების გზები

	კონკურენციის პრობლემები	პრობლემის გადაჭრის გზები
7.1. 7.3	ზედმეტი ინვესტიცია/კონკურენტების ხარჯების გაზრდა.	<ul style="list-style-type: none"> <li>დაშვება სადგურებზე და ეროვნულ როუმინგზე;</li> <li>ფასების კონტროლი („bottom up“).</li> </ul>
7.2. 7.4	მიწოდებაზე უარი/ხელმისაწვდომობის უარყოფა.	<ul style="list-style-type: none"> <li>სადგურებზე დაშვება, ეროვნულ როუმინგი და MVNO დაშვება;</li> <li>ხელმისაწვდომობის ხელშემწყობი საშუალებები, რომლებიც ხელს უშლის დამატებითი დაბრკოლებების დაყენებას დაშვების პრაქტიკაში განსახორციელებლად: <ul style="list-style-type: none"> <li>დისკრიმინაციის აკრძალვა;</li> <li>ფასების კონტროლი;</li> <li>გამჭვირვალობა.</li> </ul> </li> </ul>
7.5.1	ჯვარედინი სუბსიდირება, რაც იწვევს მარჟების შემცირებას MVNO წვდომისთვის.	<ul style="list-style-type: none"> <li>მარჟის შეკუმშვის ტესტის;</li> <li>განცალკევებული აღრიცხვა (მარჟის შეკუმშვის ტესტისთვის საჭირო მონაცემების მისაღებად).</li> </ul>
7.6.1	ინფორმაციის დისკრიმინაციული გამოყენება, ან ინფორმაციის დამალვა.	<ul style="list-style-type: none"> <li>დისკრიმინაციის აკრძალვა;</li> <li>გამჭვირვალობა, მოწვევის წინადადების ჩათვლით.</li> </ul>



7.6.2	დისკრიმინაცია მომსახურების ხარისხის მიხედვით.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• დისკრიმინაციის აკრძალვა (სპეციალური საშუალება ხარისხთან გამკლავებისთვის).</li> </ul>
7.6.3	დაგვიანების ტექტიკა.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• გამჭვირვალობა: გადაწყვეტილების განხორციელების გრაფიკი;</li> <li>• მოწვევის წინადადება – ამცირებს მოსალაპარაკებელ საკითხთა რაოდენობას.</li> </ul>
7.6.4	დაუსაბუთებელი მოთხოვნები.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• მოწვევის წინადადების + კომისიის ზედამხედველობა.</li> </ul>
7.6.5	კონკურენტების შესახებ ინფორმაციის გაუმართლებელი გამოყენება.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ასეთი ქცევის აკრძალვა, როგორც დაშვების ვალდებულების ნაწილი.</li> </ul>

*წყარო: ექსპერტთა ჯგუფი*

## 9. დანართი 1

### 9.1. არსებულსა და შემოთავაზებულ რეგულაციებს შორის სხვაობა

ამ ბაზრის მიმოხილვით განსაზღვრული ვალდებულებები ცვლის კომისიის 2019 წლის 31 დეკემბრის N 20-9/156 გადაწყვეტილებით დადგენილ ვალდებულებებს მაგთიკომთან დაკავშირებით, მაგრამ არ მოქმედებს კომისიის სხვა გადაწყვეტილებით განსაზღვრულ ვალდებულებებზე მოხილური ქსელის მომსახურების ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე უფლებამოსილი პირების მიმართ. სხვა ოპერატორებთან მიმართებით ვალდებულება შეწყდება იმ დღეს, როცა ახალი გადაწყვეტილება გააუქმებს ზემოთ აღნიშნულ გადაწყვეტილებას.

გამჭვირვალობის გასაადვილებლად და მარეგულირებელი პროგნოზირების ადვილად აღსაქმელად, MVNO დაშვების მოქმედი ვალდებულებები და ამ მიმდინარე მიმოხილვაში შემოთავაზებული ვალდებულებები შეჯამებულია შემდეგ ცხრილში. აღსანიშნავია, რომ განსახორციელებელი ქმედებები შეესაბამება N 20-9/156 გადაწყვეტილებაში გამოყენებული თანმიმდევრობას.

ცხრილი 50: შედარება არსებულ და შემოთავაზებულ რეგულაციებს შორის

მოქმედი ვალდებულებები	შემოთავაზებული ვალდებულებები	მიდგომებში სხვაობის მიზეზის ახსნა
<b>გამჭვირვალობა</b>		
მოწვევის წინადადების გამოქვეყნება 90 დღის ვადაში.	<p>დასაბუთებული მოთხოვნის შემთხვევაში, მოწვევის წინადადება უნდა გაეგზავნოს კომისიას დასამტკიცებლად და შემდგომი გამოქვეყნებისთვის მის ვებ-გვერდზე:</p> <p>90 კალენდარული დღის განმავლობაში MVNO-ს ფუნქციონირებისთვის საჭირო სერვისების მომსახურების პირველი ოფიციალური მოთხოვნიდან</p> <p>შენიშვნა: მოწვევის წინადადების ძირითადი ელემენტები ყველა სერვისისთვის (წვდომის წერტილები, ფუნქციები, ფასი) უნდა გაეგზავნოს კომისიას დასამტკიცებლად და შემდგომ მის ვებ-საიტზე გამოსაქვეყნებლად</p>	მოწვევის წინადადების გამოქვეყნება სავალდებულოა მოთხოვნის შემთხვევაში

	საბოლოო მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე გადაწყვეტილების ძალაში შესვლიდან 90 კალენდარული დღის განმავლობაში. სრული მოწვევის წინადადება, დასაბუთებული მოთხოვნის შემთხვევაში (როგორც ზემოთ არის აღნიშნული)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ეროვნული როუმინგის მომსახურების პირველი ოფიციალური მოთხოვნიდან 90 კალენდარული დღის განმავლობაში</li> </ul>	ახალი ვალდებულება (ეროვნული როუმინგი)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>თანალოკაციის მომსახურების პირველი ოფიციალური მოთხოვნიდან 90 კალენდარული დღის ვადაში</li> </ul>	ახალი ვალდებულება (წვდომა კოლოკაციაზე)
	სტანდარტულ შეთავაზებაში შეტანილი ქსელის ელემენტების, ან სერვისების შეცვლის შემთხვევაში, უნდა შეატყობინოთ კომისიას სტანდარტულ შეთავაზებაში რაიმე ცვლილების დასამტკიცებლად და შემდგომ მის ვებ-გვერდზე გამოსაქვეყნებლად. სადაც ასეთი ცვლილება შეეხება ახალი საცალო სერვისის ან ფუნქციების გაშვებას, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორს შეუძლია ამ ახალი სერვისის ან სერვისის ახალი ფუნქციების შეთავაზება დაიწყოს ცვლილების გამოქვეყნებიდან 30 კალენდარული დღის შემდეგ.	ახალი ვალდებულება (თანალოკაცია, ეროვნული როუმინგი და MVNO დაშვება)
დეტალური ინფორმაცია: შემოთავაზებული ტექნოლოგიების ჩამონათვალი, სერვისების ტიპები, ქსელის ელემენტები	სტრუქტურირებული და დეტალური მოწვევის წინადადების მონახაზი  მოწვევის წინადადების საჭირო მინიმალური ინფორმაცია	უფრო დეტალურია, თუმცა ნუმერაციის საკითხს აღარ მოიცავს. ნუმერაციის გეგმას წყვეტს კომისია. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე-ს აქვს მხოლოდ ვალდებულება, დაუშვას MVNO კომისიის მიერ

<p>(ქვესისტემების დონეზე) და მათი წვდომის პირობები, ნუმერაციის რესურსების გამოყენების პირობები<sup>109</sup>.</p>	<p>ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკის შესაბამისად</p>	<p>MVNO-სთვის მინიჭებული ნუმერაციით.</p>
<b>დაშვება</b>		
<b>MVNO დაშვება</b>		
<p>განაცხადიდან 9 თვეში უნდა გაფორმდეს ხელშეკრულება</p>		<p>ხელშეკრულების შინაარსი განისაზღვრება მოწვევის წინადადებით (ფასების მითითებით). მინიმალური დამატებითი მოლაპარაკებები არ არის საჭირო.</p>
<p>შემოთავაზებული ტექნოლოგიების, სერვისების ტიპებისა და ქსელის ელემენტების ჩამონათვალი</p>	<p>ვალდებულება, რომ მიანიჭონ წვდომა ყველა იმ ელემენტზე (building blocks) რომელიც საჭიროა მობილური ქსელის ვირტუალური ოპერატორის ოპერირებისთვის და MVNO-ს მიერ საკუთარი SIM ბარათების გამოყენების გასააქტიურებლად, მაგ.(i) რადიო სპექტრი, (ii) ქსელის შეცვლა (გადართვა), (iii) დამატებული ღირებულების სერვისები და (iv) მომსახურების პლატფორმა.</p>	<p>ტექნოლოგიის დეტალები იქნება მოწვევის წინადადების ნაწილი</p> <p>ნუმერაციის რესურსის გამოყენების პირობები იქნება დაშვების ვალდებულებების<sup>110</sup> ნაწილი.</p>
<p>უარის შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ვალდებულია აცნობოს განმცხადებელს და კომისიას დასაბუთებული უარის მიზეზების შესახებ განაცხადის</p>	<p>მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი ვალდებულია აცნობოს კომისიას, დაშვების მსურველისთვის საბითუმო მობილური დაშვების სერვისის მოთხოვნაზე ნებისმიერი უარის შემთხვევაში, უარის თქმის მიზეზებთან ერთად, ამ უარის გაცემიდან 15 კალენდარული დღის ვადაში.</p>	<p>ეს ვალდებულება ახლა არის არადისკრიმინაციულ ვალდებულებებს შორის</p>

<sup>109</sup> დეტალურად განხილულია საშვების ვალდებულებებში

<sup>110</sup> მოქმედ გადაწყვეტილებაში ეს ვალდებულება გამჭვირვალობის ვალდებულების ნაწილია

მიღებიდან 10 დღის განმავლობაში.		
	ხელმისაწვდომობა დამხმარე სისტემებზე	ახალი ქმედება - საჭირო ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებული პრობლემების გადასაჭრელად
	ეროვნული როუმინგი	ახალი ქმედება - კონკურენტული შეზღუდვების ნაკლოვანებების აღმოფხვრა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორსა და მესამე MNO-სტან მიმართებით
	თანალოკაცია	ახალი ქმედება - კონკურენტული შეზღუდვების ნაკლოვანებების აღმოფხვრა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორსა და მესამე MNO-სტან მიმართებით
<b>განცალკევებული აღრიცხვა</b>		
ხარჯების და შემოსავლების ცალკე აღრიცხვა  კომისიის მიერ დადგენილი მეთოდოლოგიური წესების შესაბამისად	იგივე –	გავრცელდება ასევე ეროვნულ როუმინგსა და თანალოკაციაზე
<b>ფასების კონტროლი და ხარჯების აღრიცხვა</b>		
მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორები ვალდებულნი არიან შესთავაზონ დაშვების ტარიფები კომერციული პირობებით	მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა დააწესოს გადასახადი MVNO დაშვებისთვის, თანალოკაციასა და ეროვნულ როუმინგზე წვდომისთვის კომისიის მიერ განსაზღვრული „Bottom up“ ხარჯების მეთოდოლოგიის მიხედვით.  დაშვების მსურველის მოთხოვნით, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა დაუშვას	ბაზრის პოტენციური მოთამაშისთვის პროგნოზირებადობის უზრუნველყოფის აუცილებლობა

	<p>საბითუმო დაშვების საწყისი დაყენების ერთჯერადი გადასახადი, რომელიც დაშვების მსურველმა უნდა გადაიხადოს ყოველთვიური თანდათან გაზრდილი განვადებით გარკვეული პერიოდის (მაგალითად, 3 წელზე მეტი ხნის) განმავლობაში, რათა მოხდეს გადახდებზე გონივრული პროცენტის დამატება</p>	
<p>თუ მხარეები 90 დღის განმავლობაში ვერ შეთანხმდებიან ტარიფებზე, ამას დაადგენს კომისია განაცხადიდან 60 დღის განმავლობაში „retail minus“ მიდგომის საფუძველზე.</p>		<p>ფასი შეტანილი უნდა იყოს სტანდარტულ შეთავაზებაში, ასე რომ არ იქნება საჭირო დრო დაეთმოს ტარიფებზე მოლაპარაკებას.</p> <p>9 თვე ძალიან ხანგრძლივი პერიოდია მოლაპარაკებისთვის + 2 თვე ხარჯების დასაანგარიშებლად - ვადები იძლევა მოლაპარაკების გახანგრძლივების შესაძლებლობას</p>
<p>დაშვების ტარიფის აღნიშნულ მეთოდოლოგიასთან შეუსაბამობის შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორი ვალდებულია გადათვალოს და დააკორექტიროს ტარიფები კომისიის შენიშვნებისა და მოთხოვნების შესაბამისად.</p>		<p>მარჟის შეკუმშვის ტესტი ახლა იქნება არადისკრიმინაციული საშუალების ნაწილი</p>
<p>ხარჯთაღრიცხვა</p>	<p>ხარჯების აღრიცხვა უნდა ეფუძნებოდეს საბითუმო მიმწოდებლის ხარჯებს „Bottom up“ მოდელის გამოყენებით. შედეგად მიღებული საბითუმო</p>	

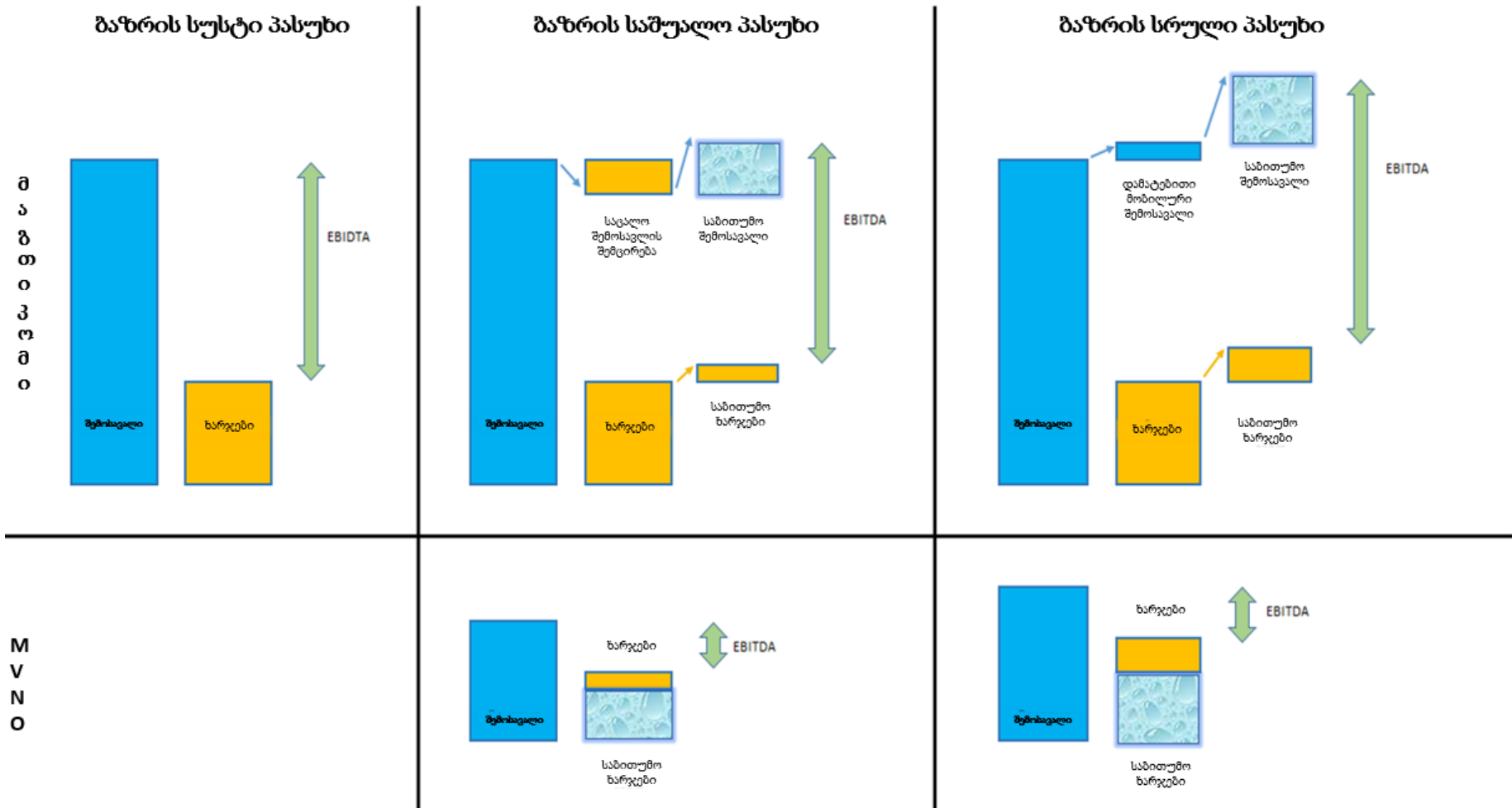


	<p>გადასახადები, დაფუნდებული იქნება „Bottom up“ მეთოდით გამოყენებული ხარჯების დათვლით, სადაც შედის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის ხარჯები, რომლებიც დაკავშირებულია წვდომის მაძიებლის მიერ გამოყენებულ საბითუმო წვდომის სერვისთან, არის მაქსიმალური გადასახდელი თანხა.</p>	
<b>დისკრიმინაციის აკრძალვა</b>		
დაშვება იგივე პირობებით	იგივე	
ერთნაირი პირობებით მომსახურება	<ul style="list-style-type: none"> <li>• არ მოხდეს დაშვების მსურველის ტრაფიკის დისკრიმინაცია, თუ ეს არ არის წინასწარ შეთანხმებულ ფარგლებში</li> <li>• შესრულების ძირითადი ინდიკატორები (KPIs)</li> </ul>	<p>უფრო დეტალური და უფრო სტრუქტურირებული არადისკრიმინაციული ვალდებულება</p> <p>KPI დამატებულია მონიტორინგის გასაადვილებლად</p>
ექსკლუზიური შეთანხმების აკრძალვა, რომელიც დაკავშირებულია ქსელების შესაბამის ელემენტებთან		ნაგულისხმევია ზოგად არადისკრიმინაციული ვალდებულებაში
არ გააუქმოს/ შეცვალოს მობილურ ბაზარზე კომისიის სხვა გადაწყვეტილებით განსაზღვრული ვალდებულებები	იგივე	
მოქმედების თარიღი	იგივე	
როგორ გასაჩივრდეს გადაწყვეტილება	იგივე	

<p>გადაწყვეტილების მონიტორინგი</p>	<p>მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა წარუდგინოს ანგარიშები (KPI) კომისიას და დაშვების მსურველებს</p> <p>მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა უნდა წარუდგინოს კონტრაქტები კომისიას (არადისკრიმინაციულ ვალდებულებებთან ერთად)</p>	<p>უფრო კონკრეტული ვალდებულებები</p> <p>ახალი ვალდებულება მონიტორინგი ეფექტიანობის გასაზრდელად</p>
	<p>მარჟის შეკუმშვის ტესტი (გათვალისწინებულია როგორც დამხმარე საშუალება არადისკრიმინაციული ვალდებულებების მიმართ)</p>	<p>ტესტი გამოყენებული იქნება დაშვების მსურველების საჩივრების შემთხვევაში</p>

წყარო: ექსპერტთა ჯგუფი

დიაგრამა 51: შედარება რეგულაციებზე ბაზრის შესაძლო პასუხების სცენარებს შორის



წყარო: ექსპერტთა ჯგუფი

## 9.2. აბრევიატურების ცხრილი

ცხრილი 52: აბრევიატურების ცხრილი

აბრევიატურა	განმარტება
5G	მე-5 თაობის მობილური ქსელი 5G არის ახალი გლობალური უკაბელო სტანდარტი. 5G შექმნილია იმისთვის, რომ დააკავშიროს პრაქტიკულად ყველა და ყველაფერი, მათ შორის მანქანები, ობიექტები და მოწყობილობები.
4G	მე-4 თაობის მობილური ქსელი (ასევე იხილეთ LTE)
3G	მე-3 თაობის მობილური ქსელი
2G	მე-2 თაობის მობილური ქსელი
AA	ასოციირების შეთანხმება 2014 წლის ივნისში ხელმოწერილი ევროკავშირი-საქართველოს ასოციირების შეთანხმება. <a href="https://old.infocenter.gov.ge/eng-euinfo-the-association-agreement/">https://old.infocenter.gov.ge/eng-euinfo-the-association-agreement/</a>
ARPU	საშუალო შემოსავალი თითო მომხმარებელზე (ან ერთეულზე). ARPU არის საზომი, რომელიც ეხმარება ყველა ტიპის კომპანიას გაიგონ, თუ რამდენ ფულს გამოიმუშავენ ისინი ერთი მომხმარებლისგან გარკვეული დროის განმავლობაში.
B2B	ბიზნეს-ბიზნესი B2B ეხება გარიგების ტიპს, რომელიც ხდება ერთსა და მეორე ბიზნესს შორის.
B2C	ბიზნესი მომხმარებელზე B2C ეხება გარიგების ტიპს, რომელიც ხდება ერთ ბიზნესსა და ინდივიდს შორის, როგორც საბოლოო მომხმარებელს.
BEREC	ელექტრონული კომუნიკაციების ევროპული მარეგულირებელი ორგანო BEREC-ის მიზანია ხელი შეუწყოს ციფრული ბაზრების დამოუკიდებელი, თანმიმდევრული და მაღალი ხარისხის რეგულირებას ევროპისა და მისი მოქალაქეების სასარგებლოდ.
CPE	მომხმარებელთა შენობის აპარატურა CPE არის სატელეკომუნიკაციო და საინფორმაციო ტექნოლოგიების მოწყობილობა, რომელიც ინახება მომხმარებლის ფიზიკურ ადგილას. მობილური ქსელის შემთხვევაში ეს შეიძლება იყოს მობილური ტელეფონი/სმარტფონი, USB dongle, IoT/M2M მოწყობილობა და ა.შ.
EBITDA	მოგება პროცენტამდე, გადასახადებზე, ცვეთა და ამორტიზაციამდე EBITDA ზომავს კომპანიის ფულადი ეფექტურობას. ის ხშირად გამოიყენება როგორც სხვა მეტრიკის ალტერნატივა, მათ შორის მოგება, მთლიანი და წმინდა მოგება.

აბრევიატურა	განმარტება
	EBITDA მარჟა (ჩვეულებრივ გამოხატული პროცენტულად) გამოითვლება EBITDA-ს შედეგით მოცემულ წელს გაყოფილი იმ წლის მთლიან შემოსავალზე.
EBRD	ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკი EBRD დაარსდა ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპაში ახალი, ცივი ომის შემდგომი ეპოქის მშენებლობაში დასახმარებლად.
EECC	ევროკავშირის ელექტრონული კომუნიკაციების კოდექსი ევროპის პარლამენტისა და საბჭოს 2018 წლის 11 დეკემბრის დირექტივა (EU) 2018/1972 <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32018L1972">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32018L1972</a>
eSIM	eSIM არის ინდუსტრიის სტანდარტული ციფრული SIM, რომელიც მომხმარებელს საშუალებას აძლევს გაააქტიუროს მობილური გეგმა თავისი ქსელის პროვაიდერისგან ფიზიკური SIM ბარათის გამოყენების გარეშე. მომხმარებელს შეუძლია მეტი eSIM-ის დაყენება თავის მობილურ მოწყობილობაზე.
FDD	სიხშირით დაყოფილი დუპლექსი FDD არის ტექნოლოგია, რომელიც გამოიყენება უსადენო კომუნიკაციებში, სადაც ატვირთვა და ჩამოტვირთვა ხორციელდება განსხვავებული სიხშირით. ისინი გამოყოფილია გარკვეული ბუფერული სიხშირის ბლოკით. FDD შეიძლება გამოყენებულ იქნას ერთდროულად გადაცემისა და მიღებისთვის (სრული დუპლექსი). ოპტიმალურია ხმის გადაცემისთვის (ტელეფონი).
FWA	ფიქსირებული უსადენო (უკაბელო) დაშვება კოლექტიური ტერმინი, რომელიც გამოიყენება ზოგიერთი უკაბელო ტექნოლოგიების აღსაწერად, რომლებსაც შეუძლიათ უზრუნველყონ ფართოზოლოვანი დაშვება ფიქსირებულ მდებარეობაზე (მაგალითად, CDMA, MMDS). LTE-ს გამოკლებით. საქართველოში ტერმინი მთლად არ შეესაბამება ჩვეულ მნიშვნელობას დანარჩენ მსოფლიოში. თუმცა, ის გამოიყენება დოკუმენტში, რადგან კომისია იყენებს მას თავის ანალიტიკურ პორტალზე.
FTTx	ოპტიკური ბოჭკო X-მდე კოლექტიური ტერმინი, რომელიც გამოიყენება ფართოზოლოვანი ქსელის არქიტექტურის ვარიანტების ფართო სპექტრის აღსაწერად, რომლებიც იყენებენ ოპტიკურ ბოჭკოებს აბონენტამდე მისაღწევად ან მთლიანად.
GSM	მობილური კომუნიკაციის გლობალური სისტემა GSM არის ციფრული მობილური ქსელი, რომელსაც ფართოდ იყენებენ მობილური ტელეფონის მომხმარებლები ევროპასა და მსოფლიოს სხვა ნაწილებში. GSM არის მეორე თაობის მობილური ფიჭური სისტემა.
GNCC	საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია



აბრევიატურა	განმარტება
GNI per capita	მთლიანი ეროვნული პროდუქტი ერთ სულ მოსახლეზე - შედარებითი საზომი, რომელიც ქვეყნის მოსახლეობის ხარჯვის პოტენციალის შესაფასებლად გამოიყენება
IMSI	საერთაშორისო მობილური აბონენტის იდენტიფიკაცია  IMSI არის ნომერი, რომელიც ცალსახად განსაზღვრავს ფიჭური ქსელის ყველა მომხმარებელს.
IoT	ნივთების ინტერნეტი  IoT აღწერს ფიზიკური ობიექტების ქსელს - "ნივთებს" - რომლებიც ჩართულია სენსორებთან, ამ ძრავებთან, პროგრამულ უზრუნველყოფასა და სხვა ტექნოლოგიებთან ინტერნეტის საშუალებით სხვა მოწყობილობებთან და სისტემებთან მონაცემების დასაკავშირებლად და გაცვლის მიზნით.
IP	ინტერნეტ პროტოკოლი  IP არის წესების ერთობლიობა, რომელიც არეგულირებს ინტერნეტით ან ლოკალური ქსელით გაგზავნილი მონაცემების ფორმატს. არსებითად, IP მისამართები არის იდენტიფიკატორი, რომელიც ინფორმაციის ქსელში გაგზავნის საშუალებას იძლევა მოწყობილ მოწყობილობებს შორის: ისინი შეიცავენ მდებარეობის ინფორმაციას და ხდიან მოწყობილობებს ხელმისაწვდომს კომუნიკაციისთვის.
IPTV	ინტერნეტ პროტოკოლის ტელევიზია  IPTV არის სატელევიზიო შინაარსის მიწოდება ინტერნეტ პროტოკოლის (IP) ქსელებით. ის განსხვავდება ტელევიზიის ტრადიციული რადიომაუწყებლობის, სატელიტური და საკაბელო ფორმატებში მიწოდებისგან. IPTV იძლევა გაფართოებულ ფუნქციებს, როგორცაა გადახვევა/დაპაუზება.
LTE	Long Term Evolution  LTE არის სტანდარტი უკაბელო მონაცემთა გადაცემისთვის. ის ახლა მომწიფების ფაზაშია და მას 5G ქსელები ჩაანაცვლებს.
M2M	მოწყობილობა - მოწყობილობასთან  M2M კომუნიკაციები ეხება ავტომატიზირებულ აპლიკაციებს, რომლებიც მოიცავს მანქანებს ან მოწყობილობებს, რომლებიც ურთიერთობენ ქსელში ადამიანის ჩარევის გარეშე.
MNC	მობილური ქსელის კოდი  MNC არის კოდი, რომელიც ცალსახად იდენტიფიცირებს მობილური ქსელის ოპერატორს.
MNO	მობილური ქსელის ოპერატორი  MNO არის ტელეკომის ერთეული, რომელიც უზრუნველყოფს უკაბელო ხმოვან და ინტერნეტ სერვისებს მობილური ტელეფონის აბონენტებისთვის საკუთარი მობილური ქსელის მეშვეობით და ფლობს სპექტრის ლიცენზი(ებ)ს.
MVNO	მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორი

აბრევიატურა	განმარტება
	MVNO არის კომპანია, რომელიც არ ფლობს მობილური სპექტრის ლიცენზიას, მაგრამ ყიდის მობილურ სერვისებს თავისი ბრენდის სახელით, ლიცენზირებული მობილური ოპერატორის ქსელის გამოყენებით.
NRA	ეროვნული მარეგულირებელი ორგანო
OTT	Over-The-Top პროვაიდერი OTT არის ადგილი, სადაც სატელეკომუნიკაციო სერვისის პროვაიდერი აწვდის ერთ ან მეტ სერვისს IP ქსელში. IP ქსელები ძირითადად არის საჯარო ინტერნეტი (Netflix, Viber...)
RAN	რადიო წვდომის ქსელი RAN არის უკაბელო სატელეკომუნიკაციო სისტემის კომპონენტი, რომელიც აკავშირებს ცალკეულ მოწყობილობებს ქსელის სხვა ნაწილებთან რადიოკავშირის საშუალებით. RAN აკავშირებს მომხმარებლის მოწყობილობას, როგორცაა მობილური ტელეფონი, ბოჭკოვანი ან უსადენო ტრანზიტული კავშირის საშუალებით.
SIM	აბონენტის პირადობის მოდული SIM ბარათი არის მიკროჩიპი მობილურ ტელეფონში, რომელიც აკავშირებს მას კონკრეტულ სატელეფონო ქსელთან
SME	მცირე და საშუალო საწარმოები
SMP	მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე აღწერს ძალას, რომელიც სერვისის მიმწოდებელს საშუალებას აძლევს მიიღოს გადაწყვეტილებები და იმოქმედოს კონკურენტებისა და მომხმარებლებისგან დამოუკიდებლად.
TDD	დროით დაყოფილი დუპლექსი (Time Division Duplex) TDD ნიშნავს დუპლექსურ საკომუნიკაციო არხებს სადაც აღმავალი არხი გამოყოფილია დადმავალი არხისგან იმავე სიხშირის დიაპაზონში დროის სლოტების განაწილებით. ის იძლევა საშუალებას დაწესდეს მონაცემთა გადაცემის ასიმეტრიული სიჩქარე აღმავალი და დადმავალი არხებისთვის TDD ოპტიმიზებულია მონაცემთა გადაცემისთვის.
UMTS	უნივერსალური მობილური ტელეკომუნიკაციების სისტემა UMTS არის მესამე თაობის მობილური ფიჭური სისტემა ქსელებისთვის, რომელიც დაფუძნებულია GSM სტანდარტზე.
Wi-Fi	Wi-Fi არის უკაბელო ქსელის ტექნოლოგია, რომელიც იყენებს რადიოტალღებს უკაბელო მაღალ-სიჩქარიანი ინტერნეტის უზრუნველსაყოფად. Wi-Fi არის სავაჭრო ნიშნის ფრაზა, რომელიც ეხება IEEE 802.11x სტანდარტებს.
VSAT	ძალიან მცირე დიაფრაგმის ტერმინალი VSAT არის ორმხრივი სახმელეთო სადგური, რომელიც გადასცემს და იღებს მონაცემებს თანამგზავრებიდან. VSAT არის სამ მეტრზე ნაკლები სიმაღლისა და შეუძლია რეალურ დროში ორბიტაზე მყოფ

აბრევიატურა	განმარტება
	თანამგზავრებზე ვიწრო და ფართოზოლოვანი მონაცემების გადაცემა. შემდეგ მონაცემები შეიძლება გადამისამართდეს პლანეტის სხვა დისტანციურ ტერმინალებზე ან ჰაბებზე.

*წყარო: ექსპერტთა ჯგუფი*