

# საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის

## დადგენილება №1

2024 წლის 22 თებერვალი

ქ. თბილისი

**ბაზრის კონკურენტუნარიანობისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების განსაზღვრის მეთოდოლოგიისა და პროცედურების დამტკიცების თაობაზე**

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 21-ე მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ადგენს:

### მუხლი 1

დამტკიცდეს თანდართული „ბაზრის კონკურენტუნარიანობისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების განსაზღვრის მეთოდოლოგია და პროცედურები“.

### მუხლი 2

ეს დადგენილება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

კომისიის წევრი  
კომისიის წევრი  
კომისიის წევრი  
თავმჯდომარე

ივანე მახარაძე  
ვახტანგ აბაშიძე  
ეკატერინე იმედაძე  
კახი ბექაური

**ბაზრის კონკურენტუნარიანობისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების განსაზღვრის მეთოდოლოგია და პროცედურები**

## თავი I

### ზოგადი დებულებანი

#### მუხლი 1. პროცედურების მიზანი

ბაზრის კონკურენტუნარიანობისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების განსაზღვრის მეთოდოლოგიითა და პროცედურებით (შემდგომში – პროცედურები) დგინდება საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში – კომისია) მიერ კონკურენციის წინასწარი რეგულირების მიზნით საერთო სარგებლობის ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელებითა და საშუალებებით მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრის, ამ სეგმენტებზე კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის ჩატარების, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირის, ან ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების განსაზღვრის და შესაბამისი სპეციფიკური ვალდებულებების პირობების დასადგენად წინასწარი გამოკვლევის ჩატარების მეთოდოლოგიური წესები და პროცედურები.

#### მუხლი 2. გამოყენებული ტერმინები

1. ამ პროცედურებში გამოყენებულ ტერმინებს აქვს შემდეგი მნიშვნელობა:

ა) არადაბრუნებადი დანახარჯები – გაწეული საინვესტიციო დანახარჯების ის მოცულობა, რომლის ანაზღაურებაც, საქმიანობის შეწყვეტის თაობაზე გადაწყვეტილების მიღებისას, გონივრულ ვადაში შეუძლებელია;



ბ) ბაზრის სტრუქტურა – ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენციისათვის დამახასიათებელი რაოდენობრივი და თვისებრივი მაჩვენებლების (ფაქტორების) ერთობლიობა, რომელიც მოიცავს: ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის მოცულობას, ამ სეგმენტზე მოქმედი ავტორიზებული პირების რაოდენობას, მათ მიერ დაკავებულ ფარდობით წილებს (გაზომვის შესაბამის ერთგვაროვან ერთეულებში), ბაზრის კონცენტრაციის მაჩვენებლებს, ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელების ინფრასტრუქტურისა და შესაბამისი ელემენტების ფუნქციონალური რესურსების დატვირთული და თავისუფალი სიმძლავრეების ოდენობას, ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის სხვა მაჩვენებლებს;

გ) ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების საცალო ბაზრის სეგმენტი (საცალო ბაზრის სეგმენტი) – ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების ან პროდუქტის (შემდგომში – მომსახურება) ბაზრის სეგმენტი, სადაც ავტორიზებული პირი ახორციელებს ბოლო მომხმარებლისათვის საერთო სარგებლობის ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების მიწოდებას;

დ) ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების საბითუმო ბაზრის სეგმენტი (საბითუმო ბაზრის სეგმენტი) – ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების ბაზრის სეგმენტი, სადაც ავტორიზებული პირი ახორციელებს საკომუნიკაციო ქსელებითა და საშუალებებით უზრუნველყოფას და საკუთარი ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელის შესაბამისი ელემენტების ფუნქციონალურ რესურსებთან და სიმძლავრეებთან დაშვებას ან/და ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების საბითუმო მიწოდებას სხვა მსურველი ავტორიზებული პირ(ებ)ისათვის მათ მიერ ავტორიზებული საქმიანობის განსახორციელებლად;

ე) ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული კონკურენციის ეფექტიანი დონე – ინფრასტრუქტურის დუბლირების ხარისხი, რომლის ფარგლებშიც ინვესტორების მიმართ არსებობს გონივრული მოლოდინი, რომ სამართლიან უკუგებას მიიღებენ ბაზრის წილების განვითარებასთან დაკავშირებული გონივრული მოლოდინების გათვალისწინებით;

ვ) მასშტაბით განპირობებული ეკონომია (მასშტაბის ეკონომია) – ავტორიზებული პირის მიერ მომხმარებლისათვის მიწოდებული მომსახურების პირობით ერთეულზე გაწეული საშუალო დანახარჯების შემცირების ეფექტი, რომელიც განპირობებულია გაწეული მომსახურების საერთო მოცულობის ზრდით;

ზ) მომსახურების სახეების მრავალფეროვნებით განპირობებული ეკონომია (მრავალფეროვნების ეკონომია) – ავტორიზებული პირის მიერ მომხმარებლისათვის მიწოდებული მომსახურების პირობით ერთეულზე გაწეული საშუალო დანახარჯების შემცირების ეფექტი, რომელიც განპირობებულია მიწოდებული მომსახურების მრავალფეროვანი სახეობების საერთო მოცულობის ზრდით;

თ) მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის საზღვრების დადგენა – ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ჩატარებული კვლევისა და ანალიზის საფუძველზე ბაზრის შესაბამის სეგმენტს მიკუთვნებული ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურების სახეების ჯგუფის და შესაბამისი გეოგრაფიული საზღვრების განსაზღვრის პროცესი;

ი) ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის მოცულობა – ამ სეგმენტზე განსაზღვრული მომსახურების მიწოდებელი ავტორიზებული პირების მიერ მომხმარებლისათვის მიწოდებული კონკრეტული ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურების საერთო ჯამური მოცულობა ღირებულებით ან ნატურალურ მაჩვენებლებში;

კ) თვითმომსახურება – საბითუმო მომსახურება, რომელიც გამოიყენება ვერტიკალურად ინტეგრირებული ავტორიზებული პირის მიერ საცალო ბაზრის სეგმენტზე საკუთარი საცალო აბონენტებისთვის ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურებების მისაწოდებლად;

ლ) ჰიპოთეტური მონოპოლისტის ტესტი – რაოდენობრივი ანალიზის ჰიპოთეტური დაშვება, რომლის ფარგლებშიც კომისიამ უნდა გააანალიზოს მომხმარებლის ან/და მიმწოდებლის ქცევა მომსახურების ფასის მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი და არაგარდამავალი ზრდის შემთხვევაში, იმ დაშვებით, რომ ყველა სხვა მომსახურების ფასი უცვლელი რჩება (ფასის შედარებითი ზრდა). მიუხედავად იმისა, რომ ფასის შედარებითი ზრდის მნიშვნელობა თითოეულ ინდივიდუალურ შემთხვევაზე იქნება დამოკიდებული, კომისიამ უნდა განიხილოს, ზოგადად, მომხმარებლის ან/და მიმწოდებლის რეაქცია



ფასის მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი და არაგარდამავალი ფასის ზრდაზე (როგორც წესი, 5-დან 10%-მდე) ხომ არ აქცევს ფასის ამგვარ ზრდას არამომგებიანად. ჰიპოთეტური მონოპოლისტის ტესტის ფარგლებში უნდა შეფასდეს, გამოიწვევს თუ არა მომსახურებაზე ფასის ზრდა ავტორიზებული პირის გაყიდვების კრიტიკულ დანაკარგს, რომელიც გამოწვეული იქნება მომხმარებლების/მიმწოდებლების მიერ ალტერნატიული მომსახურების მოხმარებაზე/მიწოდებაზე გადართვით და რომელიც გადაფარავს ავტორიზებული პირის მიერ მომსახურებაზე გაზრდილი ფასიდან მისაღებ მოგებას.

2. ამ პროცედურებში გამოყენებულ სხვა ტერმინებს აქვს „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონსა და „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონში მოცემული მნიშვნელობა.

### **მუხლი 3. კონკურენციის წინასწარი რეგულირების მიზნით კვლევისა და ანალიზის ჩატარების პირობები**

1. კონკურენციის წინასწარი რეგულირების მიზნით კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის პროცედურები მიმდინარეობს საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების დამტკიცების თაობაზე“ კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის №1 დადგენილებით დამტკიცებული „საჯარო კონსულტაციების მარეგულირებელი წესის“ (დანართი №3) დაცვით გამართული საჯარო კონსულტაციების საფუძველზე.

2. კომისია, ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების ბაზრის სეგმენტზე სპეციფიკური ვალდებულებების დაწესების შემთხვევაში, კონკურენციის კვლევისა და ანალიზს ახორციელებს ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ამ პროცედურების მიხედვით ჩატარებული კვლევისა და ანალიზის დასრულებიდან არაუგვიანეს სამი წლისა. აღნიშნული ვადა კომისიის დასაბუთებული გადაწყვეტილებით შეიძლება გაგრძელდეს დამატებით არაუმეტეს სამი წლის ვადით.

3. ბაზრის სხვა სეგმენტებთან მიმართებით კომისია უფლებამოსილია მიიღოს დისკრეციული გადაწყვეტილება კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის ჩატარების შესახებ მომსახურების მთლიან ბაზარზე ან მის ცალკეულ ან მჭიდროდ დაკავშირებულ სეგმენტზე, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე-5 პუნქტის „ა“ და „ბ“ ქვეპუნქტებით განსაზღვრული უფლებამოსილი სუბიექტის მოთხოვნის საფუძველზე ან საკუთარი ინიციატივით. ამ პუნქტით გათვალისწინებული საკითხის გადაწყვეტისას კომისია მხედველობაში იღებს ევროკომისიის რეკომენდაციას ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორში პოტენციურად წინასწარ რეგულირებას დაქვემდებარებადი შესაბამისი პროდუქციისა და მომსახურების ბაზრების შესახებ.

4. „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე-5 პუნქტის „ა“ და „ბ“ ქვეპუნქტებით გათვალისწინებული სუბიექტის მოთხოვნის საფუძველზე, ბაზრის სეგმენტის კვლევისა და ანალიზის დაწყების საკითხის გადაწყვეტისას, კომისია ატარებს საკითხის პირველად მოკვლევას, რომლის მიზანია, უფლებამოსილი სუბიექტის წარმოდგენილი არგუმენტების წინასწარი შეფასება და ბაზრის შესაბამისი ან მასთან მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტების კვლევისა და ანალიზის ჩატარების აუცილებლობისა და მიზანშეწონილობის დადგენა.

5. ბაზრის სეგმენტის კვლევისა და ანალიზის დაწყების შესახებ კომისიის გადაწყვეტილებაში ასახული უნდა იყოს მოთხოვნაში ან საკუთარ ინიციატივაში წარმოდგენილი არგუმენტების შეფასების, მათ შორის, კვლევისა და ანალიზის დაწყების აუცილებლობისა და მიზანშეწონილობის, აგრეთვე ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის მთლიანი თუ ცალკეული ან მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტების კონკურენტუნარიანობის კვლევისა და ანალიზის ჩატარების თაობაზე პირველადი მოკვლევის შედეგები.

6. „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული სუბიექტის მოთხოვნა ან კომისიის ინიციატივა არ არის ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე სპეციფიკური ვალდებულებების დაწესების საკმარისი საფუძველი. ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე სპეციფიკური ვალდებულებების დასაწესებლად უნდა დაკმაყოფილდეს ამ პროცედურებით გათვალისწინებული სამი კრიტერიუმის ტესტი და სხვა წინაპირობები.

7. წინამდებარე პროცედურები განიმარტება საქართველოს საერთაშორისო ხელშეკრულებების, ევროკავშირის სამართლისა და საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით.



## **მუხლი 4. კონკურენციის წინასწარი რეგულირების პრინციპები, მიზნები და ამოცანები**

1. კომისია ამ პროცედურებით გათვალისწინებულ უფლებამოსილებებს ახორციელებს „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული კონკურენციის წინასწარი რეგულირების პრინციპების, მიზნებისა და ამოცანების, მათ შორის, ისეთი პრინციპების, მიზნებისა და ამოცანების დაცვით, როგორებიცაა – განჭვრეტადი მარეგულირებელი გარემოს ჩამოყალიბება, საცალო ბაზარზე (ბოლო მომხმარებელთა სასარგებლოდ) კონკურენციის, ინფრასტრუქტურული კონკურენციის განვითარების, ინოვაციებისა და ეფექტიანი ინვესტიციების განხორციელების ხელშეწყობა.

2. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტი დაექვემდებარება კომისიის მიერ წინასწარ რეგულირებას მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ დააკმაყოფილებს ამ პროცედურებით განსაზღვრული სამი კრიტერიუმის ტესტის მოთხოვნებს და მასზე გამოვლენილი იქნება მნიშვნელოვანი ან ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე პირ(ებ)ი ამ პროცედურებით განსაზღვრული პირობების შესაბამისად.

## **მუხლი 5. კვლევისა და ანალიზის საფეხურები**

კონკურენციის წინასწარი რეგულირების პროცესი შედგება შემდეგი საფეხურებისგან:

ა) საფეხური 1 – საცალო ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის პროდუქციული და გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა;

ბ) საფეხური 2 – იმის შეფასება, იქნება თუ არა საცალო ბაზრის სეგმენტი ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი წინასწარი რეგულირების არარსებობის პირობებში. თუ დადგინდა, რომ საცალო ბაზრის სეგმენტი არ არის ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი წინასწარი რეგულირების არარსებობის პირობებში – კონკურენციის არსებული და პოტენციური პრობლემების გამოვლენა;

გ) საფეხური 3 – თუ საცალო ბაზრის სეგმენტი არ არის ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი, შესაბამისი ბაზრის იმ სეგმენტის იდენტიფიცირება და განსაზღვრა, რომლის რეგულირებაც აღმოფხვრის მე-2 საფეხურის ფარგლებში გამოვლენილ კონკურენციის არსებულ და პოტენციურ პრობლემებს. პირველ რიგში განისაზღვრება საბითუმო ბაზრის სეგმენტი, რომელიც შესაფასებელი საცალო ბაზრის სეგმენტის ვერტიკალური მიწოდების ჯაჭვში ყველაზე მაღლა დგას. თუ საცალო ბაზრის ყველაზე მაღლა მდგომ საბითუმო ბაზრის სეგმენტზე დაწესებულია სპეციფიკური ვალდებულება, მაგრამ არ არის საკმარისი საცალო ბაზრის სეგმენტზე იდენტიფიცირებული კონკურენციის პრობლემების აღმოსაფხვრელად, კომისია გადადის მიწოდების ჯაჭვის ქვედა დონის ბაზრის სეგმენტების განსაზღვრასა და ანალიზზე;

დ) საფეხური 4 – მე-3 საფეხურის ფარგლებში განსაზღვრული ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის შეფასება ამ პროცედურებით გათვალისწინებული სამი კრიტერიუმის ტესტის გამოყენებით, იმის დასადგენად, უნდა ექვემდებარებოდეს თუ არა იგი პოტენციურად წინასწარ რეგულირებას;

ე) საფეხური 5 – მე-4 საფეხურის ფარგლებში გამოვლენილ პოტენციურად წინასწარ რეგულირებას დაქვემდებარებად ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ის განსაზღვრა;

ვ) საფეხური 6 – მე-5 საფეხურის ფარგლებში გამოვლენილი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ისთვის, ანალიზის შედეგად გამოვლენილ კონკურენციის პრობლემებთან მიმართებით, პროპორციულად თანაზომადი და ობიექტურად დასაბუთებული სპეციფიკური ვალდებულებების დაწესება.

## **თავი II**

### **ბაზრის შესაბამისი და მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტების განსაზღვრის პროცედურები და კრიტერიუმები**

## **მუხლი 6. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის პროდუქციული საზღვრების დადგენა**



1. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის პროდუქციული საზღვარი მოიცავს ყველა მომსახურებას, რომელიც შეიძლება მიჩნეულ იქნეს ჩამნაცვლებლად ან ურთიერთჩამნაცვლებლად არა მხოლოდ მათი ობიექტური მახასიათებლების, ფასების ან დანიშნულების, არამედ, აგრეთვე, ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენციის პირობების ან/და მიწოდებისა და მოთხოვნის სტრუქტურის მიხედვით.

2. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის პროდუქციული საზღვრები დგინდება მიწოდებისა და მოთხოვნის ურთიერთჩამნაცვლებადობის განსაზღვრის გზით.

## **მუხლი 7. მიწოდებისა და მოთხოვნის ურთიერთჩამნაცვლებადობა**

1. საწყის ეტაპზე კომისიამ უნდა დაადგინოს ელექტრონული კომუნიკაციების სამიზნე მომსახურება, რომლის შეთავაზება ხორციელდება კონკრეტულ გეოგრაფიულ არეალში და, შესაძლოა, დაექვემდებაროს სპეციფიკური ვალდებულებების დაწესებას. შემდგომ ეტაპზე კომისია აფასებს რამდენად ექვემდებარება აღნიშნული მომსახურება კონკურენტულ შეზღუდვას ურთიერთჩამნაცვლებადი მომსახურებების მხრიდან. შემდგომში კომისია აჯგუფებს ურთიერთჩამნაცვლებად მომსახურებებს ფუნქციური მახასიათებლების მიხედვით ერთგვაროვან ჯგუფებად და განიხილავს მათ ბაზრის ერთი შესაბამისი სეგმენტის ფარგლებში ბაზრის კონიუნქტურის, კონკურენციის, მოთხოვნისა და მიწოდების მხარის ჩანაცვლების ფაქტორების, ტარიფების დონის და მათი ისტორიული ცვალებადობის გათვალისწინებით. შესაბამისი მომსახურებების ურთიერთჩამნაცვლებადობის ხარისხი უნდა იყო საკმარისად მაღალი. მომსახურებები, რომელთა ურთიერთჩამნაცვლებადობის ხარისხი დაბალია, კომისიის მხრიდან არ უნდა იქნეს განხილული ბაზრის იმავე სეგმენტის საზღვრებში.

2. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის განსაზღვრა არ არის მექანიკური და აბსტრაქტული პროცესი. იგი საჭიროებს ბაზარზე წარსული ქცევის განმსაზღვრელი ყველა არსებითი ფაქტორივი გარემოების ანალიზს და სექტორის მუშაობის სრული მექანიზმის გათვალისწინებას. კომისია ამგვარი ფაქტორივი გარემოებების გამოვლენის საფუძველზე განსაზღვრავს მომსახურებების სპექტრს, რომლებსაც ბაზრის მონაწილე ავტორიზებული პირების მომხმარებლები აღიქვამენ ურთიერთჩამნაცვლებად მომსახურებებად, აგრეთვე მათი ჩანაცვლებადობის ხარისხს. კომისიის მიერ გაანალიზებული ფაქტორივი გარემოებები უნდა მოიცავდეს ინდიკატორებს, რომლებიც განსაზღვრავს მომხმარებლების მხრიდან მომსახურებების ჩანაცვლების მიზეზებს. შესაძლოა, ასეთი ინდიკატორების კატეგორიებს მიეკუთვნებოდეს მომხმარებლის პრეფერენციები მომსახურების კონკრეტულ მახასიათებლებთან, ფასებთან, სხვა მომსახურებაზე გადასვლის ბარიერებთან და ხარჯებთან დაკავშირებით. იმ შემთხვევაში, თუ სხვა მომსახურებაზე გადასვლის ხარჯი იმდენად მნიშვნელოვანია, რომ მას შეუძლია მინიმუმამდე დაიყვანოს ან ხელი შეუშალოს კონკრეტული მომსახურების ჩანაცვლებას, მაშინ ასეთი მომსახურება ურთიერთჩამნაცვლებად მომსახურებად არ განიხილება. სხვა მომსახურებაზე გადასვლის ხარჯი შესაძლოა, მოიცავდეს ტერმინალური მოწყობილობების ღირებულებას, ხელშეკრულების დარღვევისათვის დაწესებულ პირგასამტეხლოს და ა.შ.

3. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის განსაზღვრისას კომისიამ უნდა გამოავლინოს ყველა ის ავტორიზებული პირი, რომელიც საქმიანობს ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე და, აგრეთვე, ის ავტორიზებული/ავტორიზაციის გავლის მსურველი პირები, რომლებიც პოტენციურად ფლობენ ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის საზღვრებში ურთიერთჩამნაცვლებადი მომსახურების სახეების მიწოდების მოკლევადიან პერიოდში განხორციელების (ტექნიკურ, ტექნოლოგიურ, ფინანსურ, საინვესტიციო და სხვა) შესაძლებლობას.

4. საცალო ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის განსაზღვრისას კომისია აფასებს, არის თუ არა საკმარისი მომხმარებელთა ჯგუფებს შორის განსხვავებები ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების ყოველთვიურ დანახარჯებში, ხელშეკრულებების პირობებსა და მის ხანგრძლივობაში, მოხმარების საჭიროებაში, მომსახურების მიღებისთვის თანხის გადახდის მზაობაში ან სხვა ანალოგიურ მახასიათებლებში მათ ბაზრის სხვადასხვა შესაბამის სეგმენტში მოსაქცევად.

5. შესაძლოა კომისიამ ბაზრის ორი ან რამდენიმე სეგმენტი ბაზრის ერთიანი სეგმენტის ფარგლებში მოაქციოს, თუ სრულდება არანაკლებ ერთი ქვემოთ მოცემული პირობა:

ა) ცალკეულ მომსახურებებს გააჩნიათ ერთგვაროვანი კონკურენტული მახასიათებლები, რაც



გულისხმობს, რომ თითოეული განხილული ბაზრის სეგმენტის ფარგლებში აღნიშნული მომსახურებების მიმწოდებლების ქცევაც ერთგვაროვანი იქნება; ან/და

ბ) ბაზარზე მოქმედებს საერთო სატარიფო შეზღუდვა, რაც გულისხმობს, რომ მოსალოდნელია მიმწოდებლების ფასები და ქცევა იყოს ერთგვაროვანი ბაზრის თითოეული განხილული სეგმენტის ფარგლებში.

6. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის განსაზღვრისას, კომისიამ ასევე, შესაძლოა, გაითვალისწინოს მომხმარებლისათვის რამდენიმე მომსახურების ერთი პაკეტის ფარგლებში მიწოდება (შემდგომში – პაკეტი), მიუხედავად იმისა, რომ პაკეტში შემავალი მომსახურების სახეები არ არის ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურებები, პაკეტით წარმოდგენილი მომსახურების სახეები, შესაძლებელია, განხილულ იქნეს ბაზრის ერთი სეგმენტის ჭრილში.

7. ამ მუხლის მე-6 პუნქტით გათვალისწინებულ შემთხვევაში, კომისიამ უნდა დაადგინოს მომხმარებლის მიერ პაკეტში შემავალი მომსახურებების ცალკე შეძენის შესაძლებლობები და ასევე მათი ცალკე შეძენის ფასები. კომისიამ უნდა შეისწავლოს, გამოიწვევს თუ არა პაკეტის ფასის ზრდა მომხმარებლების მიერ ინდივიდუალურ მომსახურებაზე გადასვლას.

8. მომსახურებების ურთიერთჩანაცვლებადობის ჯაჭვს ადგილი აქვს მაშინ, როდესაც ორი „ა“ და „ბ“ სახის მომსახურების (სადაც „ა“ ძირითადი მომსახურებაა) ჩანაცვლებადობას უზრუნველყოფს მესამე „გ“ მომსახურება და მიუხედავად იმისა, რომ ისინი („ა“ და „ბ“) არ არიან პირდაპირი ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურებები, კომისიამ ასეთ შემთხვევაში, შესაძლოა, განიხილოს აღნიშნული მომსახურების ბაზრის ერთიან სეგმენტში, რადგან მათი ფასდადება, შესაძლოა, განიცდიდეს კონკურენტულ ზეწოლას „გ“ მომსახურების ჩანაცვლებადობით.

9. საცალო ბაზრის სეგმენტზე ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურებების სხვადასხვა ტექნოლოგიური პლატფორმის საშუალებით მიწოდების შემთხვევაში, განსხვავებული ტექნოლოგიური პლატფორმები ბაზრის ერთი საბითუმო სეგმენტის ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურების სახეებად მხოლოდ მაშინ უნდა იქნეს განხილული, თუ საბითუმო მომსახურების მომხმარებელი ავტორიზებული პირები კონკრეტულ საბითუმო მომსახურებაზე ტარიფის ზრდის შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი დანახარჯების გაწევის გარეშე შეძლებენ სხვა ტექნოლოგიური პლატფორმის საშუალებით საბითუმო მომსახურების მიღებას.

10. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის განსაზღვრისას კომისიამ მხედველობაში უნდა მიიღოს თვითმომსახურება, მხოლოდ მაშინ, როდესაც აღნიშნული საბითუმო მომსახურების მიუწოდებლობის გამო საბოლოო მომხმარებლებს ადგებათ ზიანი და არსებობს ამ ტიპის საბითუმო მომსახურებებზე სხვა ავტორიზებული პირების მხრიდან პოტენციური მოთხოვნა. ამ შემთხვევაში კომისიამ უნდა გაითვალისწინოს შესაბამისი თვითმომსახურება მომსახურების ბაზრის იმ საბითუმო სეგმენტზე, რომელსაც ვერტიკალურად ინტეგრირებული ავტორიზებული პირი იყენებს საკუთარი საცალო ოპერაციებისთვის. აღნიშნული თვითმომსახურების განსაზღვრისას კომისიამ ასევე უნდა გაითვალისწინოს ავტორიზებული პირის შესაძლო შეზღუდვები კონკურენტების ქსელზე დაშვების, ქსელის დაფარვისა და ბაზარზე შესვლის შესაძლებლობებთან დაკავშირებით.

11. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრისას მიწოდების მხარის ჩანაცვლება შეიძლება იყოს გათვალისწინებული იმ შემთხვევაში, როდესაც ეფექტურობისა და ჩანაცვლების ხარისხის თვალსაზრისით მოთხოვნის ჩანაცვლების ეფექტის ეკვივალენტურია. ასეთი შემთხვევა სახეზეა, თუ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არსებული მომსახურების მიმწოდებლებს შეუძლიათ გადაერთონ ალტერნატიული ურთიერთჩანაცვლებადი პროდუქტის წარმოებაზე მოკლევადიან პერსპექტივაში მნიშვნელოვანი დამატებითი ხარჯების გარეშე პროდუქტზე/მომსახურებაზე ფასების არაგარდამავალი, მცირე ცვლილებების საპასუხოდ.

12. თუ მიწოდების მხარის ჩანაცვლება იწვევს არსებული მიმწოდებლის მატერიალური და არამატერიალური აქტივების, დამატებითი ინვესტიციების, სტრატეგიული გადაწყვეტილებების არსებითი კორექტირების ან დროში დაყოვნების საჭიროებას, იგი ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის განსაზღვრის ეტაპზე მხედველობაში არ მიიღება.

13. ბაზრის სეგმენტის განსაზღვრისას მიწოდებისა და მოთხოვნის ჩანაცვლებისგან განსხვავებით არ



გათვალისწინება კონკურენტული შეზღუდვის მესამე წყარო – პოტენციური კონკურენცია, რადგან, შესაძლოა, ბაზარზე პოტენციურ შემსვლელებს დასჭირდეთ მეტი დრო ბაზარზე მომსახურების მიწოდების დასაწყებად. ამასთან, მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობისგან განსხვავებით პოტენციური კონკურენცია დაკავშირებულია მნიშვნელოვანი არადაბრუნებადი დანახარჯების გაწევასთან.

14. მიწოდებისა და მოთხოვნის მხარეების ურთიერთჩანაცვლებადობის შეფასებისას რაოდენობრივი კრიტერიუმების სახით, შესაძლოა, ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კონიუნქტურისა და კონკურენტული მახასიათებლების გათვალისწინებით, გამოყენებულ იქნეს საერთაშორისო პრაქტიკით გათვალისწინებული შეფასების კრიტერიუმები, მათ შორის, ჰიპოთეტური მონოპოლისტის ტესტი.

## **მუხლი 8. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა**

1. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის პროდუქციული საზღვრების დადგენის შემდეგ უნდა განისაზღვროს ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის გეოგრაფიული საზღვრები. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის გეოგრაფიული საზღვარი არის გეოგრაფიული არეალი, რომლის ფარგლებშიც ბაზრის პროდუქციულ სეგმენტზე წარმოდგენილი ავტორიზებული პირები ახორციელებენ საქმიანობას, კონკურენტული პირობები საკმარისად ერთგვაროვანია და რომელიც შესაძლებელია გამოირჩეოდეს მეზობელი გეოგრაფიული არეალებისგან, სადაც არსებითი კონკურენტული პირობები მნიშვნელოვნად განსხვავებულია. არეალები, რომლებშიც განსხვავებული კონკურენტული პირობებია არ განეკუთვნება ბაზრის ერთიან სეგმენტს.

2. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის გეოგრაფიული საზღვრები უნდა დადგინდეს ბაზარზე მოქმედი ავტორიზებული პირების ქცევის შეზღუდვების განსაზღვრის გზით, მათ შორის, ბაზრის სეგმენტზე ურთიერთჩანაცვლებადი მომსახურებების არსებობით გამოწვეული ტარიფების დაწესების შეზღუდვების გათვალისწინებით. მოთხოვნისა და მიწოდების მხარის ჩანაცვლება კონკურენტული შეზღუდვის ორი ძირითადი ფაქტორია, რომლებიც მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული იმ გეოგრაფიული არეალის განსაზღვრისას, სადაც მომსახურების მიწოდება ბაზრის გეოგრაფიულად განცალკევებული შესაბამისი სეგმენტია. შესაბამისი გეოგრაფიული არეალების ჩანაცვლებადობის ხარისხი უნდა იყოს საკმარისად მაღალი. გარდა ამისა, კომისიამ მხედველობაში უნდა მიიღოს ის გარემოება, არის თუ არა ავტორიზებული პირ(ებ)ის ქმედება მისი ქსელის ფარგლებში ერთგვაროვანი, ან იმყოფება თუ არა იგი კონკურენციის აშკარად განსხვავებულ პირობებში იმგვარად, რომ მისი ქმედებები შეიძლება შეიზღუდოს გარკვეულ არეალში.

3. გეოგრაფიული სეგმენტის განსაზღვრისას გამოიყენება ამ პროცედურების მე-7 მუხლით გათვალისწინებული მიწოდებისა და მოთხოვნის ურთიერთჩანაცვლებადობის შეფასების პრინციპები.

4. ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურებების სექტორში, როგორც წესი, ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის გეოგრაფიული საზღვრები დგინდება 2 მთავარი კრიტერიუმის საფუძველზე:

ა) ქსელის დაფარვის არეალი; და

ბ) სამართლებრივი და სხვა მარეგულირებელი ინსტრუმენტების არსებობა.

5. კომისიის მიერ სხვადასხვა გეოგრაფიული არეალის დადგენა შესაძლოა ეფუძნებოდეს ისეთ კრიტერიუმებს, როგორებიცაა: კონკურენტების რაოდენობა და მათი შესაძლებლობები, ბაზრის ხვედრითი წილების განაწილება, დიფერენცირებული ფასები, მომსახურებაზე მოთხოვნის პირობები, განსხვავებული კომერციული პირობები ან მარკეტინგული სტრატეგიები.

6. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის გეოგრაფიული საზღვრების დადგენისას კომისიამ უნდა უზრუნველყოს, რომ:

ა) ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები იყოს საკმარისად მცირე, რათა თავიდან იქნეს აცილებული თითოეულ გეოგრაფიულ ერთეულში კონკურენტული პირობების მნიშვნელოვანი ვარიაციების არსებობა და საკმარისად დიდი, რათა თავიდან იქნეს აცილებული მიკრო ანალიზი, რომელიც მოითხოვს დიდ რესურსებს და შეიძლება გამოიწვიოს ბაზრის ფრაგმენტაცია;

ბ) აისახოს ყველა შესაბამისი ავტორიზებული პირის ქსელის სტრუქტურა;



გ) ბაზრის გეოგრაფიულ სეგმენტს ჰქონდეს მკაფიო და სტაბილური საზღვრები დროის განსაზღვრულ პერიოდში, რომელიც გულისხმობს ბაზრის მიმდინარე ანალიზიდან ბაზრის შემდეგი ანალიზის დასრულებამდე პერიოდს.

7. კომისიამ შესაძლოა ბაზრის ერთიანი სეგმენტის ფარგლებში მოაქციოს ორი ან რამდენიმე გეოგრაფიული ბაზრის სეგმენტი, თუ სრულდება არანაკლებ ერთი ქვემოთ მოცემული პირობა:

ა) ცალკეულ მომსახურებებს გააჩნიათ ერთგვაროვანი კონკურენტული მახასიათებლები, რაც გულისხმობს, რომ აღნიშნული მომსახურებების მიმწოდებლების ქცევაც ერთგვაროვანი იქნება თითოეული განხილული ბაზრის სეგმენტის ფარგლებში; ან/და

ბ) ბაზარზე მოქმედებს საერთო სატარიფო შეზღუდვა, რაც გულისხმობს, რომ მიმწოდებლების ფასები და ქცევა მოსალოდნელია, რომ ერთგვაროვანი იქნება თითოეული განხილული ბაზრის სეგმენტის ფარგლებში.

8. ბაზრის შესაბამისი გეოგრაფიული საზღვრების დადგენისას რაოდენობრივი კრიტერიუმების სახით, შესაძლოა, შესაბამისი ბაზრის სეგმენტის კონიუნქტურისა და კონკურენტული მახასიათებლების გათვალისწინებით, გამოყენებულ იქნეს საერთაშორისო პრაქტიკით გათვალისწინებული შეფასების კრიტერიუმები, მათ შორის, ჰიპოთეტური მონოპოლისტის ტესტი.

### **მუხლი 9. ბაზრის მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტების განსაზღვრა**

1. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის განსაზღვრის ეტაპზე შესაძლოა დადგინდეს მჭიდროდ დაკავშირებული ბაზრის სეგმენტების საზღვრებიც, მომსახურების ბაზრის შესაბამის და მჭიდროდ დაკავშირებულ სეგმენტზე მოქმედი ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელის ოპერატორების ვერტიკალურად ინტეგრირებულობის და ჰორიზონტალური კავშირების რაოდენობრივი და თვისობრივი მახასიათებლების, მათი ქსელების ინფრასტრუქტურული კავშირების, მათ შორის, სახელშეკრულებო ურთიერთობების, ურთიერთდამოკიდებულების ხასიათის და ერთობლივი ქმედების განხორციელების შესაძლებლობების ანალიზის შედეგების გათვალისწინებით.

2. ბაზრის მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტები უნდა განისაზღვროს ამ თავით დადგენილი პრინციპების მიხედვით, ხოლო მათი კონკურენტუნარიანობის ანალიზი უნდა განხორციელდეს სამი კრიტერიუმის ტესტისა და ამ პროცედურებით გათვალისწინებული სხვა პირობების შესაბამისად.

## **თავი III**

### **ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კონკურენტუნარიანობის დონის განსაზღვრა**

#### **მუხლი 10. საცალო ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების კონკურენტუნარიანობის შეფასების პრინციპები**

1. ბაზრის ანალიზის ამოსავალი წერტილი უნდა იყოს საცალო ბაზრის იმ შესაბამისი სეგმენტ(ებ)ის კონკურენტუნარიანობის შეფასება, რომელიც (რომლებიც) განისაზღვრა ამ პროცედურების II თავის შესაბამისად.

2. კომისია ბაზრის ანალიზის პროცესში ადგენს, არის თუ არა ბაზრის საცალო სეგმენტი ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი საბითუმო რეგულაციის არარსებობის შემთხვევაში და მდგრადია თუ არა ბაზარზე არსებული ეფექტიანი კონკურენტული გარემო.

3. კომისიამ ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული შეფასება უნდა განახორციელოს მომავალზე ორიენტირებულობის პრინციპით, შესაბამისი პერიოდის განმავლობაში ბაზრის განსაზღვრული სეგმენტის სავარაუდო განვითარების შეფასების გზით. ამ პროცესში კომისიამ მხედველობაში უნდა მიიღოს საბოლოო მომხმარებლის პერსპექტივა მოთხოვნისა და მიწოდების მხარის ჩანაცვლებადობის თვალსაზრისით ბაზრის არსებული პირობების და მათი სავარაუდო განვითარების გათვალისწინებით.

4. ბაზრის ანალიზი შეიძლება ეფუძნებოდეს საბითუმო, საცალო ან/და მათთან მჭიდროდ





დაკავშირებული ბაზრის სეგმენტების მონაცემებს.

5. განხილვის შესაბამისი პერიოდის ხანგრძლივობა მოიცავს პერიოდს ბაზრის მიმდინარე ანალიზის დასრულებიდან შემდგომი ბაზრის ანალიზის დასრულებამდე, რომლის ფარგლებშიც კომისია შეაფასებს ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის სპეციფიკურ მახასიათებლებსა და განვითარების ტენდენციებს.

6. იმ შემთხვევაში, თუ ბაზრის განხილული საცალო სეგმენტი ან მისი შესაბამისი ბაზრის ერთი ან ერთზე მეტი საბითუმო სეგმენტი ექვემდებარება წინასწარ რეგულირებას „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის IV და V თავების საფუძველზე, კომისიის მიერ არსებული საბაზრო პირობების შეფასება, ისევე როგორც ბაზრის სეგმენტის განვითარების მოსალოდნელი ან პროგნოზირებადი ტენდენციების შეფასება უნდა განხორციელდეს წინასწარი რეგულირების არარსებობის ჰიპოთეტური დაშვებით. ეს მეთოდი ცნობილია როგორც „მოდულირებული გრინფილდის მიდგომა“. კომისიამ ასევე უნდა გაითვალისწინოს შესაბამისი პერიოდის განმავლობაში, საცალო და მასთან დაკავშირებულ საბითუმო ბაზრის სეგმენტ(ებ)ზე მოქმედი, სექტორისთვის სპეციფიკური რეგულირების, გადაწყვეტილებების და კანონმდებლობის ეფექტი.

### **მუხლი 11. ბაზრის შესაბამისი საცალო სეგმენტების კონკურენტუნარიანობის შეფასების შესაძლო შედეგები და შემდგომი პროცედურები**

1. თუ მე-10 მუხლში მითითებული შეფასება აჩვენებს, რომ საცალო ბაზრის სეგმენტი მიდრეკილია ეფექტიანი კონკურენციისკენ მოდიფიცირებული გრინფილდის მიდგომის გათვალისწინებით, კომისიამ უნდა დაასკვნას, რომ არ არის საჭირო ამ საცალო ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის და მისი აღმავალი საბითუმო სეგმენტ(ებ)ის წინასწარი რეგულირება და თუ საცალო ან მისი აღმავალი საბითუმო ბაზრის შესაბამისი სეგმენტ(ებ)ი უკვე ექვემდებარება წინასწარ რეგულირებას, კომისია აუქმებს დაწესებულ სპეციფიკურ ვალდებულებებს.

2. თუ ბაზარზე კონკურენტული გარემოს შეფასებისას კომისია დაადგენს, რომ საცალო ბაზრის შესაბამისი სეგმენტ(ებ)ი არ ხასიათდება ეფექტიანი კონკურენციით და კონკურენციის დაბალი დონე შენარჩუნდება საბითუმო ბაზრის სეგმენტზე სპეციფიკური ვალდებულებების არარსებობის შემთხვევაში, კომისიამ უნდა შეაფასოს, შესაძლებელია თუ არა კონკურენციის დაბალი დონით გამოწვეული მომხმარებელთა ზიანის რისკი აღმოიფხვრას საბითუმო ბაზრის შესაბამისი სეგმენტ(ებ)ის წინასწარი რეგულირებით.

3. პირველ რიგში მოთხოვნისა და მიწოდების (რამდენადაც ეს აქტუალურია) ურთიერთთანაცვლებადობის გათვალისწინებით უნდა განისაზღვროს და ამ პროცედურების მე-12 მუხლით გათვალისწინებული სამი კრიტერიუმის ტესტით შეფასდეს საბითუმო ბაზრის სეგმენტი, რომელიც შესაფასებელი საცალო ბაზრის სეგმენტის ვერტიკალური მიწოდების ჯაჭვში ყველაზე მაღლა დგას – ე. ი. რომლის წინასწარი რეგულირება საცალო ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ეფექტიანი კონკურენციის განვითარებაზე ყველაზე მნიშვნელოვან გავლენას მოახდენს. ამ პროცესში კომისიამ ასევე უნდა გაითვალისწინოს ის გარემოება, რომ ზოგიერთი საცალო ბაზრის სეგმენტი შესაძლოა დაკავშირებული იყოს საბითუმო ბაზრის ერთზე მეტ სეგმენტთან. თუ საცალო ბაზრის ყველაზე მაღლა მდგომ საბითუმო ბაზრის სეგმენტზე დაწესებულია სპეციფიკური ვალდებულება, მაგრამ არ არის საკმარისი საცალო ბაზარზე იდენტიფიცირებული კონკურენციის პრობლემ(ებ)ის აღმოსაფხვრელად, კომისია გადადის მიწოდების ჯაჭვის ქვედა დონის ბაზრის სეგმენტების განსაზღვრასა და ანალიზზე მოდიფიცირებული გრინფილდის მეთოდის გამოყენებით.

## **თავი IV**

### **პოტენციურად წინასწარ რეგულირებას დაქვემდებარებადი ბაზრის სეგმენტების განსაზღვრა**

#### **მუხლი 12. სამი კრიტერიუმის ტესტი**

1. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტი განისაზღვრება პოტენციურად წინასწარ რეგულირებას დაქვემდებარებადი ბაზრის სეგმენტად შემდეგი სამი კრიტერიუმის ერთდროულად არსებობის შემთხვევაში:



ა) სახეზეა ბაზარზე შესვლის მაღალი და არაგარდამავალი სტრუქტურული, სამართლებრივი ან მარეგულირებელი ბარიერები;

ბ) სახეზეა ბაზრის სტრუქტურა, რომელიც დროის შესაბამის ჰორიზონტში არ არის ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი, ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული და სხვა სახის კონკურენტული გარემოებების გათვალისწინებით;

გ) კონკურენციის სამართალი არ არის საკმარისი ბაზრის იდენტიფიცირებული ჩავარდნების აღმოსაფხვრელად.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული სამი კრიტერიუმის შეფასების სტანდარტები:

ა) პირველი კრიტერიუმი დაკავშირებულია ბაზარზე შესვლის მაღალი და არაგარდამავალი ბარიერების არსებობასთან, რომლის ფარგლებშიც უნდა შეფასდეს, რამდენად შესაძლებელია ბაზარზე შესვლა და დადგინდეს ავტორიზებული პირის ბაზარზე წარმატებულ შესვლასთან დაკავშირებული ფაქტორები. ავტორიზებული პირისათვის ბაზარზე შესვლის დამაბრკოლებელი ბარიერი შეიძლება იყოს: სტრუქტურული, სამართლებრივი ან მარეგულირებელი:

ა.ა) სტრუქტურული ბარიერების არსებობა გამომდინარეობს დანახარჯების ან მოთხოვნის სტრუქტურიდან, რომელიც განსაზღვრავს ასიმეტრიულ პირობებს ბაზარზე მოქმედ და ახალ შემსვლელ ავტორიზებულ პირებს შორის, რაც აფერხებს ან გამორიცხავს ამ უკანასკნელთა ბაზარზე შესვლას. მაღალი სტრუქტურული ბარიერები ვლინდება იქ, სადაც, ბაზარი ხასიათდება უპირატესობებით აბსოლუტური ხარჯების, მასშტაბის ეკონომიისა და ქსელის ეფექტურობის თვალსაზრისით. ამასთან, შესაძლოა, ბაზარზე მოქმედებდეს სიმძლავრეების შეზღუდვები და ბაზარზე შესვლა დაკავშირებული იყოს მაღალი არადაბრუნებადი ხარჯების გაწევასთან. გარდა ამისა, ბაზარზე შესვლის მაღალი სტრუქტურული ბარიერების არსებობა, შესაძლოა, დაკავშირებული იყოს ბაზარზე არსებულ გარემოსთან, როდესაც მომსახურების მიწოდება მოითხოვს ქსელის კომპონენტს, რომლის დუბლირება ტექნიკურად შეუძლებელია ან არ არის ეკონომიკურად მიზანშეწონილი;

ა.ბ) სამართლებრივი ან მარეგულირებელი ბარიერები – ასეთი ტიპის ბარიერებს შესაძლებელია ჰქონდეს პირდაპირი ეფექტი ავტორიზებული პირების ბაზარზე შესვლის ან/და პოზიციონირების პირობებზე. რეგულირებულ სექტორში ავტორიზაციის პროცედურებს, ტერიტორიულ შეზღუდვებს, უსაფრთხოების სტანდარტებს და სხვა სამართლებრივ მოთხოვნებს, შესაძლოა, ჰქონდეთ ბაზარზე შესვლის შემაკავებელი ან შემაყოვნებელი ეფექტი. სამართლებრივი და მარეგულირებელი ბარიერი, რომელიც სავარაუდოა, რომ გაუქმდება 3 წლის ვადაში, როგორც წესი, არ იქნება განხილული ბაზარზე შესვლის ბარიერად პირველი კრიტერიუმის მიზნებისთვის;

ბ) მეორე კრიტერიუმი მოიცავს იმის განსაზღვრას, არის თუ არა დროის შესაბამის ჰორიზონტში ბაზრის სტრუქტურა ეფექტიანი კონკურენციისკენ მიდრეკილი ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული კონკურენციის მდგომარეობისა და პერსპექტივის, აგრეთვე ბაზარზე შესვლის ბარიერების მიღმა არსებული სხვა სახის კონკურენტული გარემოებების გათვალისწინებით. კონკურენციის დონის ეფექტიანობის შეფასებისას, კომისიამ უნდა აჩვენოს, რომ წინასწარი რეგულირების არარსებობის პირობებში ბაზარი არ გახდება ეფექტიანად კონკურენტუნარიანი შემდეგი კვლევის ჩატარებამდე პერიოდში და კვლევისას გამოვლენილი ფაქტორები გარემოებები არ მიუთითებს დადებით დინამიკაზე, რომლის მიხედვითაც, წინასწარი რეგულირების არარსებობის პირობებში ბაზარი შესაძლებელია გახდეს ეფექტიანად კონკურენტული მომავალ პერიოდ(ებ)ში;

გ) მესამე კრიტერიუმი მიზნად ისახავს ბაზარზე კონკურენციის შემაფერხებელი არაგარდამავალი ფაქტორების აღმოსაფხვრელად ზოგადი კონკურენციის სამართლის საკმარისობის შეფასებას, იმის გათვალისწინებით, რომ კონკურენციის წინასწარი რეგულირების ფარგლებში დადგენილმა სპეციფიკურმა ვალდებულებებმა შეიძლება ეფექტიანად აღკვეთოს კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებები. შესაძლოა, ზოგადი კონკურენციის კანონმდებლობით გათვალისწინებული ინტერვენციები არ იყოს საკმარისი, თუ ბაზარზე არსებული კონკურენციის შემაფერხებელი ფაქტორების აღმოსაფხვრელად ხშირი ან/და დროული ჩარევაა აუცილებელი. შესაბამისად, ასეთ ვითარებაში კონკურენციის წინასწარი რეგულირება უნდა იქნეს განხილული ზოგადი კონკურენციის კანონმდებლობის ქმედით შემავსებლად. ბაზრის შესაბამის სემენტზე, რომელიც ხასიათდება



ეფექტიანი და მდგრადი, ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული კონკურენციით, ზოგადი კონკურენციის სამართლით გათვალისწინებული მიდგომების გამოყენება საკმარისი იქნება.

### **მუხლი 13. წინასწარ რეგულირებას დაქვემდებარებული მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების ჩამონათვალი**

კომისია აქვეყნებს ამ პროცედურების მე-4 მუხლის მე-2 პუნქტით განსაზღვრული წინასწარ რეგულირებას დაქვემდებარებული მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განახლებულ ჩამონათვალს, შესაბამის გადაწყვეტილებებთან და დაკისრებულ სპეციფიკურ ვალდებულებებთან ერთად.

#### **თავი V**

### **ბაზრის შესაბამის და მჭიდროდ დაკავშირებულ სეგმენტებზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ან ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ის განსაზღვრის კრიტერიუმები**

### **მუხლი 14. მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ის განსაზღვრა ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე**

1. საბითუმო ბაზრის შესაბამის სეგმენტ(ებ)ზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ის განსაზღვრის პროცესში ბაზრის ეფექტიანი კონკურენტუნარიანობის დასადგენად მხედველობაში მიიღება პირდაპირი და არაპირდაპირი კონკურენტული შეზღუდვები, მიუხედავად იმისა, უკავშირდება თუ არა ისინი ელექტრონულ საკომუნიკაციო ქსელებს, ელექტრონულ საკომუნიკაციო მომსახურებებს და სხვა ტიპის პროდუქტებს ან მომსახურებებს, რომლებიც საბოლოო მომხმარებლის თვალსაზრისით მიიჩნევა ურთიერთჩანაცვლებადად.

2. ბაზრის ანალიზი შესაძლებელია განხორციელდეს საბითუმო, საცალო და მათთან მჭიდროდ დაკავშირებულ ბაზრის სეგმენტებზე. საცალო ბაზრის სეგმენტი შეიძლება მიუთითებდეს კომისიას საბითუმო ბაზრის სეგმენტის სტრუქტურაზე, თუმცა თავისთავად არ არის გადამწყვეტი ბაზრის საბითუმო სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ის განსაზღვრად. შესაბამისად, არ არის აუცილებელი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ის განსაზღვრა საცალო დონეზე, რათა დადგინდეს, რომ ავტორიზებული პირები სარგებლობენ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლებით საბითუმო ბაზრის შესაბამის სეგმენტ(ებ)ზე. თუ ბაზრის ანალიზის საფუძველზე კომისია დაადგენს, რომ ბაზრის შესაბამისი სეგმენტი კონკურენტუნარიანია – ე. ი. ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არ საქმიანობს ავტორიზებული პირი, რომელიც ინდივიდუალურად ან სხვა ავტორიზებულ პირებთან ერთად ფლობს მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლებას, ასეთ შემთხვევაში კომისია არ ახორციელებს სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრებას, ხოლო, თუ ასეთი ვალდებულებები უკვე დაწესებულია, კომისია აუქმებს მათ.

3. კომისიამ უნდა უზრუნველყოს, რომ ავტორიზებულ პირებს, რომელთა კანონიერ ინტერესებსაც შეეხება სპეციფიკური ვალდებულებების გაუქმება, განესაზღვროთ გონივრული და პროპორციული გარდამავალი პერიოდი, რომლის ფარგლებშიც სპეციფიკური ვალდებულებები დარჩება ძალაში. უზრუნველყოფს სტაბილურ გარდამავალ პერიოდს ვალდებულებების ბენეფიციარებისა და საბოლოო მომხმარებლებისთვის (და მათი არჩევანისთვის). ამასთან, გარდამავალი პერიოდის განმავლობაში კომისიას უფლება აქვს, დაადგინოს კონკრეტული პირობები და მოთხოვნები დაშვების მოქმედ ხელშეკრულებებთან მიმართებით.

4. თუ ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კვლევისა და ანალიზის შედეგად კომისია დაადგენს, რომ ერთ ავტორიზებულ პირს გააჩნია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება, გამოირიცხება ერთობლივი საბაზრო ძალაუფლების არსებობა და მისი შემოწმების საჭიროება.

5. თუ კომისია ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კვლევისა და ანალიზის შედეგად დაადგენს, რომ ერთ ან რამდენიმე ავტორიზებულ პირს აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება, კომისია აღნიშნულ პირებს განუსაზღვრავს შესაბამის სპეციფიკურ ვალდებულებებს, საქართველოს კანონმდებლობით და ამ პროცედურების VI თავის შესაბამისად, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ხასიათიდან გამომდინარე.



## მუხლი 15. ავტორიზებული პირის ერთპიროვნული საბაზრო ძალაუფლების განსაზღვრის კრიტერიუმები

1. ავტორიზებული პირი მიიჩნევა ერთპიროვნული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ, თუ ის ერთპიროვნულად სარგებლობს დომინანტური მდგომარეობის შესატყვისი პოზიციით, ე. ი. მას გააჩნია საკმარისი ეკონომიკური ძალა, რომელიც აძლევს მომხმარებლებისა და კონკურენტებისგან დამოუკიდებლად მოქმედების საშუალებას.

2. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კონკურენტუნარიანობის კვლევისა და ანალიზის ჩატარებისას ერთპიროვნული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ განსაზღვრის ძირითადი (აუცილებელი) კრიტერიუმია ავტორიზებული პირის მიერ ბაზრის ამ სეგმენტზე დაკავებული ფარდობითი საბაზრო წილის რაოდენობრივი მაჩვენებელი – იგი განიხილება ერთპიროვნული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ, თუ ბაზრის შესაბამისი სეგმენტზე უკავია ფარდობითი საბაზრო წილის არანაკლებ 40 პროცენტისა. კომისიამ ასევე მხედველობაში უნდა მიიღოს ბაზრის შესაბამისი სეგმენტზე მოქმედი სხვა ავტორიზებული პირების საბაზრო ხვედრითი წილების შესახებ მონაცემების დინამიკა. აღნიშნული გარემოება, სხვა რელევანტურ კრიტერიუმებთან ერთად, განსაზღვრავს, მიდრეკილია თუ არა ბაზრის შესაბამისი სეგმენტი ეფექტიანი კონკურენციისკენ.

3. ერთპიროვნული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების შეფასებისას, ამ მუხლის მე-2 პუნქტში მითითებულ ძირითად კრიტერიუმთან ერთად, გამოყენებული უნდა იქნეს „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე-12 პუნქტით გათვალისწინებული მეორეული კრიტერიუმები. შესაბამისად, ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კონკურენტუნარიანობის კვლევისა და ანალიზის ჩატარებისას ერთპიროვნული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ განსაზღვრის მეორეულ კრიტერიუმებად ბაზრის სტრუქტურულიდან და კონკურენტული მახასიათებლებიდან გამომდინარე, შესაძლოა, გამოყენებულ იქნეს:

ა) რთულად დუბლირებადი ინფრასტრუქტურა - ავტორიზებული პირის მიერ სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით ბაზარზე უფრო დიდი ხნის განმავლობაში საქმიანობა, 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;

ბ) ტექნოლოგიური უპირატესობები – ინოვაციურ ტექნოლოგიებზე ხელმისაწვდომობამ და ძვირადღირებული პატენტებისა და ლიცენზიების ფლობამ შეიძლება მნიშვნელოვნად შეუწყოს ხელი ავტორიზებული პირის მიერ ერთპიროვნული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მოპოვებას ან კონსოლიდაციას. შესაბამისად, კომისიამ უნდა შეაფასოს, ზემოაღნიშნული აქტივების ფლობა რამდენად აძლევს ავტორიზებულ პირს კონკურენტებისგან და მომხმარებლებისგან დამოუკიდებლად მოქმედების საშუალებას;

გ) მსყიდველობითი ძალაუფლების დაბალი დონე ან/და არარსებობა – ბაზრის შესაბამისი სეგმენტზე ისეთი მდგომარეობა, როდესაც არსებულ ან პოტენციურ მომხმარებლებს არ გააჩნიათ მომსახურების შექმნის ფასზე ან სხვა მომსახურების პირობებზე გავლენის მოხდენის საკმარისი შესაძლებლობა ან 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 შესაბამისი სეგმენტზე მომსახურების მიმწოდებლების რაოდენობა;

დ) კაპიტალთან და ფინანსურ რესურსებთან მარტივი ან პრივილეგირებული წვდომის შესაძლებლობა – 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;

ე) დივერსიფიცირებული მომსახურების სახეები (მომსახურების პაკეტები) – ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე დივერსიფიცირებული მომსახურების სახეების პორტფელის მქონე ავტორიზებულ პირს მომხმარებლებისთვის არჩევანის და მიმზიდველობის თვალსაზრისით, სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით, უკეთესი პოზიცია გააჩნია. ამ კუთხით მომსახურების დივერსიფიცირება ავტორიზებულ პირს აძლევს მომხმარებლების ბაზის მოპოვებისა და შენარჩუნების საშუალებას;

ვ) მასშტაბის ეკონომია – დიდი მოცულობით მომსახურების მიმწოდებელ ავტორიზებულ პირებს აქვთ შესაძლებლობა, მიაღწიონ მასშტაბის ეკონომიას, რაც განპირობებულია ავტორიზებული პირის მთლიანი დანახარჯების მიწოდებული მომსახურების ერთეულზე შორის გადანაწილებით;

ზ) მომსახურების სახეების მრავალფეროვნებით განპირობებული ეკონომია (მრავალფეროვნების ეკონომია) – ამ კრიტერიუმს გააჩნია მასშტაბის ეკონომიის ანალოგიური ეფექტი, თუმცა ხარჯის შემცირება მიიღწევა ერთი და იმავე ინფრასტრუქტურის საშუალებით მიწოდებული სხვადასხვა ტიპის მომსახურებას შორის ფიქსირებული და ზედნადები დანახარჯების განაწილების შედეგად;

თ) ქსელის პირდაპირი და ირიბი ეფექტი:

თ.ა) ქსელის პირდაპირი ეფექტი ვლინდება მაშინ, როდესაც მომხმარებლისთვის მომსახურების ღირებულება გამომდინარეობს სხვა მომხმარებლების მხრიდან ასეთი მომსახურების გაზრდილი მოხმარებიდან;

თ.ბ) ქსელის ირიბი ეფექტი ვლინდება მაშინ, როდესაც მომსახურების ღირებულება იზრდება ამ მომსახურების შემავსებელი მომსახურებების მოხმარების ზრდით;

ი) ვერტიკალური ინტეგრაცია – ვერტიკალურად ინტეგრირებული ავტორიზებული პირები არიან ეკონომიკური აგენტები, რომლებიც საქმიანობენ მომსახურების მიწოდების ღირებულებათა ვერტიკალური ჯაჭვის როგორც საბითუმო, ისე საცალო დონეზე, რაც მათ ანიჭებს კონკურენტულ უპირატესობას სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით, რადგან მათ დამოუკიდებლად შეუძლიათ მომხმარებლებისთვის მომსახურების მიწოდება, მომსახურების მიწოდების კონტროლი და ბაზრის პოტენციურ ცვლილებებზე მყისიერი რეაგირება;

კ) სადისტრიბუციო და გაყიდვების მაღალგანვითარებული ქსელი – სადისტრიბუციო და გაყიდვების მაღალგანვითარებული ქსელის მქონე ავტორიზებული პირები სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით უკეთეს პოზიციაში იმყოფებიან, რადგან აღნიშნული ფაქტორი ზრდის მომსახურების შეძენის ხელმისაწვდომობას არსებული და პოტენციური აბონენტებისთვის. ხსენებული კრიტერიუმის გამოყენება მნიშვნელოვანია საცალო ბაზრის სეგმენტის ანალიზის პროცესში;

ლ) პოტენციური კონკურენტების არარსებობა – მიწოდების მხარის ჩანაცვლებასთან დაკავშირებით პოტენციურ კონკურენტებად განიხილებიან ის ეკონომიკური აგენტები, რომლებიც ბაზრის ანალიზის პერიოდისთვის ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არ არიან წარმოდგენილნი, თუმცა ბაზრის ამ სეგმენტზე ფასების მცირე, მაგრამ მნიშვნელოვანი და არაგარდამავალი ზრდის შემთხვევაში აქვთ შესაძლებლობა, გააფართოონ მათი მომსახურების პორტფელი ან/და საქმიანობის გეოგრაფიული არეალი და დაიწყონ აღნიშნული მომსახურების მიწოდების უზრუნველყოფა;

მ) ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ავტორიზებული პირის გაფართოებასთან დაკავშირებით არსებული ბარიერები – ეს ბარიერები დამახასიათებელია გაჯერებული ბაზრის შესაბამისი სეგმენტისთვის, რომელიც ვერ უზრუნველყოფს ავტორიზებული პირისთვის ბაზრის სეგმენტზე ზრდის/გაფართოების საჭირო შესაძლებლობებს, იწვევს ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არსებული კონკურენტული გარემოს (კონკურენტების არსებული რაოდენობის) კონსერვაციას, რამაც, შესაძლოა, გააუარესოს ბაზარზე არსებული კონკურენტული მდგომარეობა.

4. ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრული რომელიმე კრიტერიუმი, შესაძლოა, განცალკევებულად არ იყოს საკმარისი ავტორიზებული პირის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ



განსაზღვრისთვის. კომისიამ საკითხი უნდა გადაწყვიტოს ამ მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული ფაქტორებისა და ამ მუხლის მე-2 პუნქტით დადგენილი პირველადი კრიტერიუმის კომბინირებულად შეფასების გზით.

5. ავტორიზებული პირების საბაზრო ძალაუფლების შეფასებისთვის, ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრული კრიტერიუმების პარალელურად ან მათი ალტერნატივის სახით, შესაძლოა, გამოყენებულ იქნეს საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკაში მიღებული ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრულის ეკვივალენტური კრიტერიუმები.

## **მუხლი 16. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების განსაზღვრა**

1. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება არსებობს, როდესაც ერთმანეთისგან იურიდიულად და ეკონომიკურად დამოუკიდებელი რამდენიმე პირი ეკონომიკური თვალსაზრისით, ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არის წარმოდგენილი, ან მოქმედებს, როგორც ერთი ეკონომიკური აგენტი. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების პირობებში ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის ფაქტობრივი მახასიათებლების გათვალისწინებით, ერთობლივი საბაზრო ძალაუფლების მქონე თითოეული მონაწილე, აცნობიერებს რა საერთო ინტერესებს, მიიჩნევს შესაძლებლად, ეკონომიკურად რაციონალურად და შესაბამისად ხელსაყრელად, რომ განსაზღვროს საბაზრო ქცევის საერთო პოლიტიკა მომსახურების კონკურენტულ საბაზრო ფასზე ძვირად გაყიდვის მიზნით, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლით გათვალისწინებული კონკურენციის შემზღვეველი ხელშეკრულების დადების ან შეთანხმებული ქმედების ჩადენის გარეშე და იმ პირობებში, როდესაც მოქმედ ან პოტენციურ კონკურენტებს ან მომხმარებლებს არ შეუძლიათ აღნიშნულ ქცევაზე ეფექტიანი რეაგირება.

2. უსიტყვო კოორდინაცია უფრო სავარაუდოა, თუ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არსებობს კონკურენტებს შორის კოორდინაციის მნიშვნელობის და შემოთავაზებული საერთო პოლიტიკის ძირითადი პარამეტრების საერთო აღქმის ხელშემწყობი გარემოებები. ამავდროულად, ერთობლივი საბაზრო ძალაუფლების შეფასებისას აუცილებელია, კომისიამ შეფასების კრიტერიუმები ერთიან კონტექსტში გააანალიზოს (თავიდან აიცილოს რომელიმე კონკრეტული კრიტერიუმის განცალკევებულად შეფასების საფუძველზე გადაწყვეტილების მიღება) და მხედველობაში მიიღოს უსიტყვო კოორდინაციის საერთო ეკონომიკური მექანიზმი.

3. ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კონკურენტუნარიანობის კვლევისა და ანალიზის ჩატარებისას ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ განხილვის ძირითადი (აუცილებელი) კრიტერიუმია ავტორიზებული პირების მიერ ბაზრის ამ სეგმენტზე დაკავებული ფარდობითი საბაზრო წილის რაოდენობრივი მაჩვენებელი. მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენის ძირითადი კრიტერიუმის შესაბამისად, ავტორიზებული პირები განიხილებიან ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ, თუ:

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.

4. ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენისთვის ზემოაღნიშნულ 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 იქცევიან 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 მიჰყვებიან 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 სარგებლიანია 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 მოელიან საერთო პოლიტიკიდან (გარე ფაქტორების არარსებობა).

5. კომისიამ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე 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 გამოვლენა 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 პარალელურ ქცევას.

ა.ა) კოორდინაციის მექანიზმის მდგრადობის უზრუნველსაყოფად აუცილებელია უკუქმედების (დამსჯელი) მექანიზმის დამაჯერებელი 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 გამოიხატება 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 მოთხოვნადი პროდუქტის საცალო ბაზრის სეგმენტებზე შესვლის პოტენციალი, საქმიანობის ძირითად არეალში მათი ფარდობითი ძალა და ა.შ.

## თავი VI

### მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირისათვის სპეციფიკური ვალდებულებების განსაზღვრის და დაკისრების პრინციპები და მიდგომები

#### მუხლი 17. სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრების პრინციპები

1. კომისიამ სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრებისას უნდა გამოიყენოს სტატიკური და დინამიკური მიდგომები, რათა დაკისრებულმა სპეციფიკურმა ვალდებულებებმა ხელი შეუწყოს ბაზარზე კონკურენტული გარემოს განვითარებას. სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრება უნდა განხორციელდეს „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონით და ამ პროცედურების მე-4 მუხლით განსაზღვრული კონკურენციის წინასწარი რეგულირების პრინციპების, მიზნებისა და ამოცანების გათვალისწინებით და ასევე მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული შემდეგი მოთხოვნები:





ა) სპეციფიკური ვალდებულებები უნდა დაწესდეს უპირატესად საბითუმო ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე და მხოლოდ იმ ბაზრის მხოლოდ იმ სეგმენტებზე, რომლებიც არ ხასიათდება კონკურენციის ეფექტიანი დონით;

ბ) სპეციფიკური ვალდებულებების დაწესება ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე უნდა განხორციელდეს კონკურენციასთან დაკავშირებით გამოვლენილი არსებული ან პოტენციური პრობლემის აღმოფხვრის მიზნით;

გ) სპეციფიკური ვალდებულებები უნდა იყოს კონკურენციასთან დაკავშირებით გამოვლენილი, დადასტურებული პრობლემის პროპორციული და ტექნიკურად შესრულებადი;

დ) სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრება უნდა მოხდეს მათი ურთიერთდამოკიდებულების გათვალისწინებით.

2. სპეციფიკური ვალდებულებების პირობები უნდა შეესაბამებოდეს საბაზრო უპირატესობის ფლობის და მისი ბოროტად გამოყენების, ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე შესვლის დაბრკოლებების ჩამოყალიბების შესაძლებლობების ხასიათს, უნდა იყოს თანაზომიერი და დასაბუთებული.

3. საცალო ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრება უნდა მოხდეს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ საბითუმო ბაზრის სეგმენტზე დაკისრებული სპეციფიკური ვალდებულებები ვერ უზრუნველყოფს საცალო ბაზრის სეგმენტზე ეფექტიან კონკურენციას.

## **მუხლი 18. სპეციფიკური ვალდებულებების განსაზღვრასთან დაკავშირებული მიდგომები**

1. თუ კომისია ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრების დადგენისას მივა დასკვნამდე, რომ გეოგრაფიულ ერთეულებს შორის არსებობს ბაზრის განსხვავებული მახასიათებლები, თუმცა ეს განსხვავებები საკმარისი არ არის შესაბამისი გეოგრაფიული ბაზრის სეგმენტის ცალკე გამოსაყოფად ან ამ გეოგრაფიულ ერთეულში მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ის გამოსავლენად, კომისია უფლებამოსილია, სხვადასხვა გეოგრაფიულ ერთეულში დააწესოს დიფერენცირებული სპეციფიკური ვალდებულებები. გეოგრაფიული საზღვრის მკაფიოდ იდენტიფიცირების და მისი დროთა განმავლობაში სტაბილურობის ხარისხი არის ის ორი ძირითადი ფაქტორი, რომლებიც განსხვავებს ბაზრის გეოგრაფიულ დაყოფას სპეციფიკური ვალდებულებების გეოგრაფიული სეგმენტაციისგან.

2. სპეციფიკური ვალდებულებების განსაზღვრისას კომისიამ, სხვა მიდგომებსა და მიზნებთან ერთად, შესაძლოა, გაითვალისწინოს ინფრასტრუქტურაზე დაფუძნებული კონკურენციის ეფექტიანი დონის მიღწევის მიზანი.

3. სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრებისას კომისია განსაზღვრავს ამ ვალდებულების შესრულების ვადას. კომისიამ ვადის განსაზღვრისას უნდა დაიცვას გონივრული ბალანსი ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენტული გარემოს ჩამოსაყალიბებლად აუცილებელ დროსა და სპეციფიკური ვალდებულების შესასრულებლად აუცილებელ დროს შორის.

## **თავი VII**

### **სპეციფიკური ვალდებულებების შეცვლა/გაუქმება**

#### **მუხლი 19. სპეციფიკური ვალდებულებების პირობების ცვლილება**

1. ამ პროცედურების მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ბაზრის ანალიზის პერიოდებს შორის კომისია უფლებამოსილია შეიტანოს ცვლილებები და დამატებები სპეციფიკური ვალდებულებების კონკრეტულ პირობებში, ბაზრის შესაბამის არაეფექტურად კონკურენტულ სეგმენტზე განვითარებული შესაბამისი ტენდენციების ნაწილობრივი კვლევისა და ანალიზის საფუძველზე. ცვლილებებისა და დამატებების შეტანა უნდა განხორციელდეს ახლად გამოვლენილი გარემოებების შეფასების საფუძველზე ამ პროცედურებით დადგენილი პრინციპებისა და წესის შესაბამისად.



2. კომისიამ უნდა უზრუნველყოს, რომ მხარეებს, რომლებსაც შეეხებათ სპეციფიკური ვალდებულებების ცვლილება, დამატება ან გაუქმება, განესაზღვროთ გარდამავალი პერიოდი, რომლის ფარგლებშიც დაშვების ვალდებულებები დარჩება ძალაში. კომისია უზრუნველყოფს სტაბილურ გარდამავალ პერიოდს ვალდებულებების ბენეფიციარებისა და საბოლოო მომხმარებლებისთვის (და მათი არჩევანისთვის). ამასთან, გარდამავალი პერიოდის განმავლობაში კომისიას უფლება აქვს, დაადგინოს კონკრეტული პირობები და მოთხოვნები დაშვების მოქმედ ხელშეკრულებებთან მიმართებით.

