



REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I KOMUNIKIMEVE ELEKTRONIKE DHE POSTARE

ANALIZË
E
TREGUT

Tregjet me shumicë të terminimit të SMS-ve në rrjetet publike telefonike të lëvizshme

Dokumenti Perfundimtar

Tetor 2011

INDEKSI I PËRMBAJTJES

I. PËRMBLEDHJE	4
II. HYRJE	7
II.1. PANORAME E SEKTORIT TE TELEFONISE CELULARE	7
II.2 PËRCAKTIMI I SIPËRMARRËSVE ME FUQI TË NDJESHME NË TREG.....	10
I. Objektivat e Ligjit dhe kuadri rregullator.....	10
II. Procesi i Konsultimit	11
III. Bashkëpunimi me Autoritetin e Konkurrencës.....	12
IV. Struktura e Dokumentit	12
V. Përkufizimi i tregut përkatës.....	13
VI. Fuqia e Ndjeshme në Treg dhe masat rregulluese	15
III. TERMINIMI I SMS-VE NE RRJETET CELULARE	17
III.1. TREGU ME PAKICË I SMS-VE.....	17
Perdorimi i SMS-ve	17
Tarifimi i SMS-ve me pakice	20
Tarifat standarte te SMS-ve dhe promocionet/ofertat/bulk SMS	23
Tarifa SMS retail: rajoni.....	24
Rezultatet e modelit BULRAIC.....	24
Përfundim për tregun me pakice te SMS-ve ne Shqiperi	25
III.2. PERKUFIZIMI I TREGUT TE TERMINIMIT TE SMS-VE.....	26
I. Dimensioni i produkteve dhe shërbimeve ne tregun perkates te terminimit te SMS-ve	26
III.3 APLIKIMI I TESTIT TË TRE KRITEREVE	39
III.4 ANALIZA PËR FUQI TË NDJESHME NË TREG	42
I. Pjesët e tregut.....	42
II. Konkurrenca e mundshme në tregun e terminimit të SMS-ve në rrjetet celulare	43
III. Fuqia kundërvepruese e blerësve te terminimit te SMS-ve ne rrjetet celulare.....	43
IV. Përvoja rregullatore në vendet e rajonit dhe të BE-së.....	45
V. Përfundime mbi fuqinë e ndjeshme ne tregun e analizuar.....	46
III.5 MASAT RREGULLATORE PËR TERMINIMIN E SMS-VE NË RRJETET CELULARE	48
ANEKS 1. KOMENTET NE KONSULTIM PUBLIK DHE QENDRIMI AKEP	54

INDEKSI I TABELAVE DHE FIGURAVE

FIGURE II .1 ECURIA E NUMRIT TË PËRDORUESVE CELULARË 2000-2011/1	7
TABELA II.1: PJESËT E TREGUT TË OPERATORËVE CELULARË (2011/1)	8
FIGURE III .1 ECURIA E NUMRIT TOTAL TE MESAZHEVE SMS TE DERGUARA NGA ABONENTET CELULARE 2003-2010	18
TABELA III .1 ECURIA E PJESEVE TË TREGUT TË OPERATORËVE PËR SMS 2003-2011/1.....	18
TABELA III .2 ECURIA E PERDORIMIT MESATËR TE SMS-VE 2006-2010.....	19
TABELA III .3 ECURIA E PERDORIMIT MESATËR TE DISA PREJ SHERBIMEVE CELULARE PER 2009- 2010	19
TABELA III .4 TARIFA T E SMS-VE NE VENDET E RAJONIT PER PAKETA STANDARTE TARIFORE (2011)	24
SKEMA III.1: TERMINIMI I SMS-VE MIDIS DY RRJETEVE CELULARE	29
SKEMA III.2: TERMINIMI I SMS-VE TE DERGUARA NGA RRJETE FIKSE/INTERNETI	30
SKEMA III.3: TERMINIMI I SMS-VE TE DERGUARA NGA RRJETE FIKSE/INTERNETI ME SMS AGREGATOR.....	32
FIGURA III.2: TARIFAT E TERMINIMIT TË SMS-VE NË VENDET E BE (2011)	45
TABELA III.5 REDUKTIMI I PËRSHKALLËZUAR I TARIFAVE TË TERMINIMIT TË SMS-VE NE RRJETET CELULARE PËR ORIENTIM NË KOSTO BU-LRAIC (KONSULTIM PUBLIK)	51
TABELA III.6 REDUKTIMI I PËRSHKALLËZUAR I TARIFAVE TË TERMINIMIT TË SMS-VE NE RRJETET CELULARE PËR ORIENTIM NË KOSTO BU-LRAIC (FINAL)	53

I. PËRMBLEDHJE

Ligji nr.9918, date 19.05.2008 "Për Komunikimet Elektronike në Republikën e Shqipërisë" (në vijim Ligji 9918) që hyri në fuqi më 26.06.2009, në nenin 1 të tij, përcakton se:

Qëllimi i ligjit është që nëpërmjet parimit të asnjësisë teknologjike të promovojë konkurrencë dhe infrastrukturë eficiente në komunikimet elektronike dhe të garantojë shërbimet e duhura dhe të përshtatshme në territorin e Republikës së Shqipërisë.

Ky dokument përmban analizën e tregjeve me shumicë të terminimit të SMS-ve në rrjetet publike të telefonisë së lëvizshme.

Ligji Nr.9918 dt. 19.05.2008 "Për komunikimet elektronike në RSH", parashikon në Nenin 35 të tij procedurën e këshillimit me palet e interesit për analizën e tregut duke vendosur si afat periudhen kohore prej 60 ditësh.

Njëkohësisht neni 36 përcakton se AKEP vendos, ndryshon mban ose heq detyrime për FNT pas këshillimit me palët e interesuara. AKEP kishte hartuar një listë me pyetje rreth të cilave kërkohej mendimi i paleve të interesuara, por duke mos i kufizuar në dhenien e komenteve edhe jashtë kornizës së pyetjeve të hartuara. Periudha e konsultimit u zhvillua nga data 05.07.2011 deri më 05.09.2011.

Në përfundim të periudhës së konsultimit nga palët e interesuara kanë dërguar komente në lidhje me këtë dokument të katër operatorëve celularë, AMC; Vodafone Albania; Eagle Mobile dhe Plus Communication.

Komentet mbi dokumentin si dhe qëndrimet e mbajtura rreth këtyre komenteve nga AKEP janë të reflektuara në dokumentin e analizës në seksionin e fundit, "ANEKS 1".

Tregu me shumicë i terminimit të SMS-ve, nuk është pjesë e Listës së tregjeve të Rekomandimit të Komisionit Europian, të vitit 2003 apo të vitit 2007, si dhe nuk është as pjesë e listës së tregjeve në Rregulloren e Analizës së Tregut të miratuar me VKD Nr.747 datë 17.09.2009. Megjithatë rregullorja, ashtu si edhe rekomandimet e KE, parashikojnë që AKEP mund të analizojë tregje që nuk janë pjesë e listës së tregjeve të justifikuar për ndërhyrje ex-ante apo për analizim të tyre. Në përputhje me përcaktimet e rregullores, para analizimit të tregut të terminimit të SMS-ve për FNT, si treg që nuk është pjesë e listës së Rekomandimit të KE të datës 11 Shkurt 2003 (2003/311/EC), AKEP fillimisht ka provuar se ky treg plotëson tre kriteret e mëposhtme :

1. *prezenca e barrierave të larta dhe jo-kalimtare të hyrjes ;*
2. *një strukturë tregu e cila nuk ka tendencë për të shkuar në drejtimin të një konkurrence efektive brënda afatit kohor përkatës; dhe*
3. *pamjaftueshmëria e ligjit të konkurrencës për të adresuar në mënyrë të përshtatshme dështimin e tregut të marrë në shqyrtim*

Nga analiza për përkufizimin e tregjeve përkates të terminimit të SMS-ve në rrjetet celulare rezulton se tregjet perkatëse të terminimit të SMS-ve në rrjetet celulare janë:

- *Tregu i terminimit të SMS-ve në rrjetin celular AMC, shërbim i ofruar nga sipërmarrësi AMC sh.a;*
- *Tregu i terminimit të SMS-ve në rrjetin celular Vodafone Albania, shërbim i ofruar nga sipërmarrësi Vodafone Albania sh.a;*
- *Tregu i terminimit të SMS-ve në rrjetin celular Eagle Mobile, shërbim i ofruar nga sipërmarrësi Eagle Mobile sh.a;*
- *Tregu i terminimit të SMS-ve në rrjetin celular Plus Communications, shërbim i ofruar nga sipërmarrësi Plus Communications sh.a;*

Dimensionin gjeografik i tregjeve të terminimit të SMS-ve në secilin rrjet celular është territori i Republikës së Shqipërisë.

Në analizën e faktorëve të marrë në konsideratë për fuqinë e ndjeshme në tregjet perkatëse, u konkludua se:

- Secili prej operatoreve celularë zoteron 100 për qind të tregut të terminimit të SMS-ve në rrjetet e tyre;
- Operatorët celularë nuk perballen me kercenimin e hyrjes në tregjet e tyre të terminimit të operatorëve të tjerë, që do të ishin të aftë të kryenin edhe terminimin e SMS-ve në këto rrjete;
- Fuqi të ulët kundervepruese, ose e paperfillshme nga operatorët e rrjeteve të tjera dhe ofruar shërbimesh të internetit;
- Kriteret e marra në shqyrtim nuk pritet të ndryshojnë të paktën në një periudhë afatmesme, në mënyrë që të eliminojnë aftësinë ndikuese të operatorëve në tregjet përkates të terminimit të SMS-ve.

AKEP gjykon se operatorët Vodafone Albania, AMC, Eagle Mobile dhe Plus Communication përmbushin kriteret për fuqi të ndjeshme në tregjet perkatëse të terminimit të SMS-ve në rrjetet e tyre celulare:

- Operatori AMC përmbush kriteret e sipërmarrësit me FNT në tregun e terminimit të SMS-ve në rrjetin celular AMC.
- Operatori Vodafone Albania përmbush kriteret e sipërmarrësit me FNT në tregun e terminimit të SMS-ve në rrjetin celular Vodafone Albania.
- Operatori Eagle Mobile përmbush kriteret e sipërmarrësit me FNT në tregun e terminimit të SMS-ve në rrjetin celular Eagle Mobile.
- Operatori Plus Communication përmbush kriteret e sipërmarrësit me FNT në tregun e terminimit të SMS-ve në rrjetin celular Plus Communication.

Masat Rregulluese dhe detyrimet për operatorët me FNT në tregjet e terminimit të SMS-ve në rrjetet celulare:

AKEP, gjykon se detyrimet rregullatore që duhen vendosur në lidhje me shërbimin e terminimit në nivelin e shumicës për operatorët e rrjeteve të telefonisë së lëvizshme duhet të jenë:

- 1) *Detyrimi i Mosdiskriminimit*
- 2) *Detyrimi i transparencës*
- 3) *Detyrimi për akses dhe interkoneksion dhe përdorimi i përbashkët i faciliteteve të rrjetit*
- 4) *Detyrimi për kontroll të tarifave dhe orientim në kosto*

Detyrimet që AKEP propozoi sipas dokumentit të konsultuar për FNT në terminimin e SMS-ve janë të njëjta me detyrimet e vendosura në terminimin e thirrjeve zanore, duke qene se problemet e FNT janë analoge me këto shërbime. Në këtë version përfundimtar të analizës duke marrë në konsideratë komentet e rëndësishme të operatorëve, mënyrën e rregullimit të tarifës së terminimit të SMS-ve në raport me kostot në vendet (aktualisht vetëm dy vende) që kanë aplikuar rregullim të tillë, risku i rritjes së stimuljeve për dërgimin e mesazheve SMS spam për shkak të tarifës shumë të ulët, nivelin e tarifave të terminimit të mesazheve SMS në vendet e BE, si dhe kohën e publikimit të këtij versioni final të analizës dhe vendimeve respektive për FNT, AKEP ka bërë disa ndryshime në tabelën e reduktimit të përshkallëzuar të tarifës së terminimit të SMS-ve, në lidhje me afatet e aplikimit të tarifave maksimale duke bërë disa sponime në kohë të këtyre afateve. Afatet dhe niveli maksimal i tarifave të terminimit të mesazheve SMS nën rregullim, për t'u aplikuar nga këta operatorët me FNT, janë dhënë në tabelën e mëposhtme.

	Aktuale	1 Janar 2012	1 Shtator 2012	1 Shtator 2013
AMC Vodafone EM Plus Communication	3.00	2.40	2.00	1.44

Tarifat në Lek/SMS pa TVSH

Nderkohe barazimi i tarifës së terminimit me koston BULRAIC do të jetë objekt vlerësimi nga AKEP në analizën e tregut të rrathes që do kryhet sipas përcaktimeve të ligjit 9918, e cila do të duhet të kryhet maksimumi brenda dy viteve.

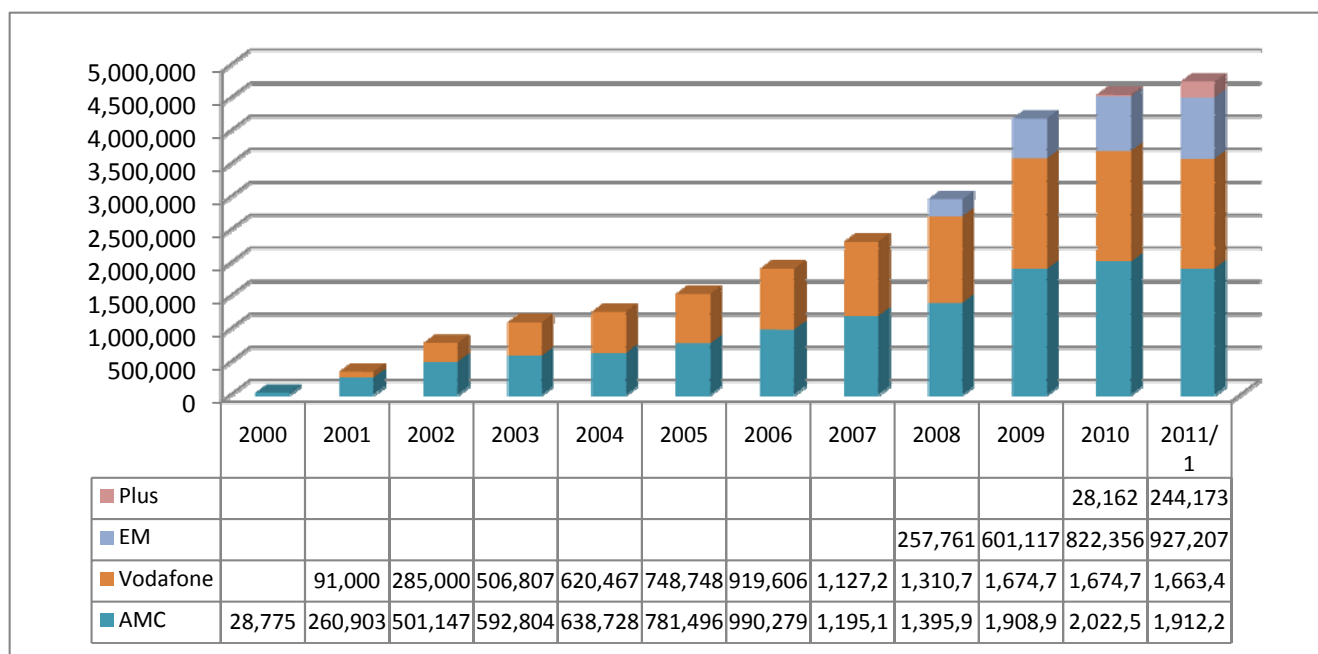
Qëllimi kryesor i masave rregulluese për terminimin e SMS-ve është që të arrihet konkurrenca efektive në nivelin me pakicë dhe përfitime më të mëdha për përdoruesit. Nëpërmjet kontrollit të tarifës (me shumicë) së terminimit të SMS-ve, AKEP pret që reduktimi i tarifave të terminimit të SMS-ve, të rrisë konkurrencën në tregun me pakicë për SMS dhe të shoqërohet apo ndjehet në reduktime të tarifave me pakicë për SMS-të.

II. HYRJJE

II.1. Panorame e sektorit të telefonise celulare

Në fund të vitit 2010, numri i përdoruesve të telefonisë së lëvizshme arriti në afërsisht 4.5 milion, e cila përbën një normë penetrimi (numri i përdoruesve për 100 banorë) prej 140%¹, e cila është 11 pikë përqindje më e lartë se në vitin 2009 si edhe më e madhe se niveli mesatar prej 122% në vendet e BE në vitin 2009. Norma vjetore e rritjes së numrit të përdoruesve ishte rreth 9% (rreth 360 mijë përdorues më shumë), që është shumë më e ulët se norma e rritjes vjetore prej 41% në vitin 2009 apo dhe me vitet e mëparshme. Rënia e normës së rritjes si dhe numri i lartë i përdoruesve për 100 banorë përbëjnë shenja se ky treg po i afrohet fazës së saturimit. Gjatë vitit 2010 rritje më të madhe duket se ka pasur Eagle Mobile me 37% ndërsa AMC me 6%, ndërkohë që numri i përdoruesve të Vodafone është rritur në masë shumë të vogël. Përdoruesit me parapagim vazhdojnë të përbëjnë më shumë se 90% të përdoruesve celulare dhe kjo strukturë abonentësh është e ngjashme në të katër operatorët. Ne fund te gjashtemujorit te pare 2011, numri i përdoruesve celulare arriti ne 4.75 milione. Figura e mëposhtëme paraqet ecurinë e numrit të përdoruesve celularë në periudhën 2000-2011/1.

FIGURE II .1 ECURIA E NUMRIT TË PËRDORUESVE CELULARË 2000-2011/1



Burimi: Të dhënat periodike të operatorëve.

¹ Numri i përdoruesve celularë i referohet numrit të kartave SIM aktive, dhe normat e larta të përdoruesve për 100 banorë shpjegohen nga mbajtja prej një individi e më shumë se 1 kartë SIM si dhe prej përdorimit të kartave SIM nga vizitorët në një vend.

Gjatë vitit 2010 thirrjet dalëse të përdoruesve celularë janë rritur në masë të konsiderueshme me 85% në krahasim me vitin 2009, ndërsa terminimi i thirrjeve hyrëse nga rrjetet e tjera dhe numri i SMS-ve kanë shënuar rënie të vogla. Thirrjet brenda rrjetit përbëjnë pjesën më të madhe të thirrjeve dalëse duke arritur në mbi 90% në vitin 2010 (rritje të konsiderueshme nga vitet e mëparshme) ndërsa thirrjet hyrëse ndërkombëtare përbëjnë mbi 70% të thirrjeve hyrëse nga rrjete të tjera, peshë e cila nuk ka ndryshime të ndjeshme në vite.

Pjesët e tregut të operatorëve celularë kanë vazhduar të ndryshojnë, ku kryesisht ka pasur reduktim të pjesëve të tregut të AMC dhe Vodafone dhe rritje të pjesëve të tregut të Eagle Mobile. Në mesin e vitit 2011, Eagle Mobile ka arritur në 20% pjesë tregu për përdorues (total) dhe 31% për përdorues më kontratë dhe 9-10% për thirrje dalëse dhe SMS. Plus Communication si operatori me i ri ka arritur 5% pjesë tregu në numër përdoruesish në rreth 7 muaj aktivitet (fundi i muajit nëntor deri në mesin e vitit 2011), ndërsa ka pjesë shumë të vogla (me pak se 1%) në thirrje dalëse dhe SMS. Tabela e mëposhtëme paraqet pjesët e tregut për gajshëmujorin e parë 2011 për disa tregues kryesorë.

TABELA II.1: PJESËT E TREGUT TË OPERATORËVE CELULARË (2011/1)

	Përdorues në total	Parapagim	Kontratë	Thirrje dalëse (minuta)	SMS	Të ardhura (2010)
AMC	40%	40%	41%	41%	31%	40%
Vodafone	35%	36%	26%	49%	60%	48%
Eagle Mobile	20%	19%	31%	10%	9%	12%
Plus Communication	5%	5%	2%			

Në sektorin e telefonisë celulare janë leshuar katër autorizime individuale për shërbimet celulare me standartin GSM (më parë licensa):

- AMC sh.a,
- Vodafone Albania, sh.a
- Eagle Mobile, sh.a
- Plus Communication sh.a. (më parë Mobile 4 Al sh.a)

dhe dy autorizime për shërbime celulare me standartin UMTS (3G)² për Vodafone Albania dhe AMC.

Operatori AMC është licensuar si operator publik kombëtar i telefonisë celulare në vitin 1996 dhe ka funksionuar si kompani shtetërore deri në Shtator të vitit 2000, kur u krye privatizimi i 85

² Vodafone Albania u pajis me autorizim individual për frekuencat UMTS në 2.12.2010 dhe AMC me ___2011. Dy autorizimet individuale janë dhënë nga AKEP në përfundim të dy tenderave publik me procedurë të hapur të zhvilluar në 2010 dhe 2011.

përqind të aksioneve³, pjesë e cila u ble nga Cosmote Group⁴, operatori celular në Greqi, e cila është vetë pjesë e grupit OTE, operatorit të telefonise fikse në Greqi. Ministria e Ekonomisë Tregtisë dhe Energjetikes zotëronte rreth 12.6% të aksioneve të AMC Sh.a, deri në vitin 2008, kur u krye dhe shitja e kesaj pjese Cosmote Group. Afersisht 2.4% të aksioneve zoterohen nga aksionerë të vegjël (punonjës të AMC në kohën e privatizimit). Me 28.09.2011, AMC u pajis me autorizimin individual për frekuencat në standartin UMTS, pasi u shpall fituese e konkurrimit publik.

Operatori Vodafone Albania është licensuar si operatori i dytë kombëtar i shërbimit celular GSM në Shqipëri më 9 Qershor 2001. Vodafone International Holding zotëron 51 per qind të kapitalit të Vodafone Albania, ndërsa Vodafone Panafon International Holdings zotëron 49 per qind të aksioneve. (Kjo e fundit zotërohet në mënyrë direkte dhe indirekte në 99,4 per qind nga Vodafone Group). Në 3 Gusht 2001 Vodafone Albania filloi ofrimin e shërbimeve të saj GSM në Shqipëri. Me 2.12.2010, Vodafone u pajis me autorizimin individual për frekuencat në standartin UMTS, pasi u shpall fituese e konkurrimit publik.

Operatori “Eagle Mobile” është licensuar si operatori i tretë kombëtar i shërbimit celular GSM në Shqipëri më 1 Mars 2004. Licenca i është dhënë Albtelecom si pjesë e paketës së privatizimit të kësaj kompanie, proces i cili përfundoi në vitin 2007. Operatori Eagle Mobile filloi ofrimin e shërbimeve celulare në Mars 2008.

Operatori Plus Communication (më parë Mobile 4 Al) është operatori i katërt celular GSM, të cilit i akordua autorizimi individual nga AKEP më datë 26.06.2009. Autorizimi individual iu dha kosorciumit të përfaqësuar nga Postë Telekomunikacioni i Kosovës (PTK) në bazë të Ligjit nr.10118, datë 23.04.2009 “Për dhënien e së drejtës së përdorimit, për 15 vjet, në brezin e frekuencave E-GSM dhe GSM 1800, bashkimit të ofertuesve, përfasuar nga Postë Telekomunikacioni i Kosovës Sh.a., sipas procedurës “Tender i hapur ndërkombëtar”, e datës 20.02.2009”. Plus Communication filloi ofrimin e shërbimeve për përdoruesit fundor më 27.11.2010.

³ Kontrata e shitjes së aksioneve të AMC, është ratifikuar në Kuvendin e Republikës së Shqipërisë me Ligjin nr. 8660, datë 18.09.2000.

⁴ Cosmoholding Albania zotëron 85% të AMC sh.a. Cosmote Mobile Telecommunications S.A. zotëron 97% të Cosmoholding Albania. 3% e kesaj të fundit zotërohet nga Telenor International A.S.

II.2 Përcaktimi i sipërmarrësve me Fuqi të Ndjeshme në Treg

I. Objektivat e Ligjit dhe kuadri rregullator

Ligji nr.9918, datë 19.05.2008 "Për Komunikimet Elektronike në Republikën e Shqipërisë" (në vijim Ligji 9918) i cili ka hyrë në fuqi më 26.06.2009, në nenin 1 të tij, përcakton se:

Qëllimi i ligjit është që nëpërmjet parimit të asnjësisë teknologjike të promovojë konkurrencën dhe infrastrukturë eficiente në komunikimet elektronike dhe të garantojë shërbimet e duhura dhe të përshtatshme në territorin e Republikës së Shqipërisë.

Neni 7 i Ligjit 9918, Objektivat Rregullatore, përcakton midis të tjerave:

AKEP-i nxit konkurrencën eficiente për sigurimin e rrjeteve dhe të shërbimeve të komunikimeve elektronike, facilitetet shoqëruese dhe shërbimet e tjera:

a) për t'i krijuar mundësinë çdo kategorie përdoruesish të shërbimeve të komunikimeve elektronike, përfshirë edhe përdoruesit me nevoja të veçanta, që kundrejt tarifave në çdo rast jo më të larta se tarifat mesatare të vendeve të BE-së, mbi bazën e përzgjedhjes të përfitojnë maksimalisht shërbime alternative, cilësore dhe në përputhje me standardet e miratuara nga AKEP-i;

b) për të mbrojtur interesat e përdoruesve të shërbimeve të komunikimeve elektronike, për të mbrojtur të dhënat personale dhe privatësinë e përdoruesve;

ç) për të siguruar konkurrencën e lirë dhe efektive në sektorin e komunikimeve elektronike;

d) për të siguruar integritetin dhe sigurinë e rrjeteve të komunikimeve elektronike publike;

dh) për të nxitur investimet eficiente në infrastrukturën e komunikimeve elektronike dhe zhvillimet e reja teknologjike për një cilësi të lartë të produkteve të tyre;

ë) për të siguruar mosdiskriminimin dhe barazinë në trajtimin e ofruesve të rrjeteve dhe shërbimeve të komunikimeve elektronike.

Kapitulli VI, Rregullimi i Konkurrencës, përmban përcaktimet për rregullimin e konkurrencës në tregun e komunikimeve elektronike, dhe përfshin ndërmjet të tjerave detyrimin e AKEP për kryerjen e analizës së tregut për vlerësimin e konkurrencës efektive dhe përcaktimin e sipërmarrësve me fuqi të ndjeshme në treg. Kreu VI, përmban gjithashtu kriteret e përdorura nga AKEP për vlerësimin e fuqisë së ndjeshme në treg, detyrimet/masat rregulluese në rast të gjetjes së FNT.

Pika 4 e nenit 31, parashikon detyrimin për një rregullore për analizen e tregjeve dhe përcaktimin e FNT. AKEP me vendimin Nr.747, datë 17.07.2009, ka miratuar Rregulloren për Analizën e Tregjeve (në vijim referuara si Rregullorja). Rregullorja përcakton midis të tjerave një listë prej 18 tregjeve për tu analizuar nga AKEP për FNT, si dhe detyrimi për të kryer analizën e tre

kritereve për tregjet që nuk janë pjesë e Rekomandimit të Komisionit Europian, datë 11 Shkurt 2003.

Ligji 9918 është në linjë me direktivat e KE të vitit 2003 dhe metodologjinë e analizës së tregjeve ka përcaktuar në Ligj dhe në Rregullore, se AKEP duhet të marrë në konsideratë rekomandimet e Komisionit Europian.

Disa nga Rekomandimet dhe udhëzimet e KE-se të marra në konsideratë nga AKEP janë si më poshtë:

- Udhëzuesi e komisionit për analizën e tregut dhe vlerësimin e FNT (2002/C 165/03) sipas kuadrit rregullator për komunikimet elektronike, rrjetet dhe shërbimet të komunikimit elektronik (ne vijim referuar si Udhëzimi i KE)
- Rekomandimi i Komisionit, datë 11 shkurt 2003, për produktet dhe shërbimet përkatëse të tregut brenda sektorit të komunikimeve elektronike të rregulluara *ex ante* në përputhje me Direktivën 2002/21/EC të Parlamentit Europian dhe të Këshillit në një kuadër të përgjithshëm rregullator për rrjetet dhe shërbimet e komunikimit elektronik (2003/311/EC, OJ L 114, 8.5.2003, p. 45)
- Rekomandimi i Komisionit, datë 17 dhjetor 2007 për produktet dhe shërbimet përkatëse brenda sektorit të komunikimeve elektronike të rregulluara *ex ante* në përputhje me Direktivën 2002/21/EC të Parlamentit Europian dhe të Këshillit në një kuadër të përgjithshëm rregullator për rrjetet dhe shërbimet e komunikimit elektronik (2007/879/EC, OJ L 344, 28.12.2007, p. 65)

II.Procesi i Konsultimit

Ligji Nr.9918 dt. 19.05.2008 “Për komunikimet elektronike në RSH”, parashikon në Nenin 35 të tij, procedurën e këshillimit me palet e interesit për analizën e tregut duke vendosur si afat,periudhën kohore prej 60 ditësh. Njëkohësisht neni 36 përcakton se AKEP vendos, ndryshon,mban ose heq detyrime për FNT pas këshillimit me palet e interesuara. Në bazë të këtyre parashikimeve, ky dokument Analizë që përmban analizën e tregjeve të terminimit të SMS-ve, si edhe masat rregulluese të propozuara për rastet e FNT, është konsultuar me palet e interesuara, për një periudhë 60 ditore (nga 05.07.2011 deri 05.09.2011).

Ne perfundim te periudhes se konsultimit komente ne lidhje me kete dokument derguan te kater operatoret celulare.

Komentet mbi dokumentin si dhe qendrimet e mbajtura rreth ketyre komenteve nga AKEP jane te reflektuara ne dokumentin e analizes ne seksionin e fundit, “ANEKS 1”.

III. Bashkëpunimi me Autoritetin e Konkurrencës

Sipas Nenit 38 të Ligjit Nr.9918 dt. 19.05.2008 “Për Komunikimet Elektronike në RSH”, AKEP-i do të njoftojë dhe do të bashkëpunojë me Autoritetin e Konkurrencës, në lidhje me këtë dokument, duke kërkuar mendime dhe sugjerime në lidhje me konkluzionet e arritura në këtë draft analizë. Ky bashkëpunim, tradite tashmë në procesin e mbajtjes së analizave të tregut, mbështetet edhe nga fakti që, AKEP dhe Autoriteti i Konkurrencës kanë nënshkruar një Memorandum Mirëkuptimi më datë 29.08.2007, ku midis të tjerave “Neni 6”, parashikon bashkëpunimin midis dy autoriteteve për përcaktimin e tregut, përcaktimin e dominancës / përcaktimi i FNT.

IV. Struktura e Dokumentit

Ky dokument përmban analizën për tregun e terminimit të SMS-ve në rrjet celular.

Duke qënë se tregu i terminimit të SMS-ve në rrjet celular nuk është pjesë e listës së tregjeve që AKEP ka përcaktuar për t’u analizuar në Rregulloren e Analizës së Tregut, atëherë bazuar edhe në përcaktimin e Rregullores së Analizës së Tregut, është e nevojshme që fillimisht të kryhet analiza e testit të tre kriterëve për të provuar nëse ky treg ka nevojë për t’u analizuar dhe ndërhyrje ex-ante nëpërmjet masave rregullatore, sipas përcaktimeve në ligj dhe rregullore.

Procesi i kësaj analize të nisur, fillon me publikimin e saj për konsultim publik dhe përfundon me publikimin e dokumentit final të analizës si dhe vendimit të AKEP për FNT dhe masat rregulluese të nevojshme.

Në bazë të parashikimeve të Rregullores, analiza përmban:

- përkufizimin e tregjeve përkatëse;
- shqyrtimin e tregut përkatës duke analizuar konkurrencën në këtë treg, dhe nëse ka operatorë me fuqi të ndjeshme, duke përdorur kriteret e përcaktuara në nenin 33 të Ligjit si dhe udhëzimin e KE;
- analizimin e problemeve kryesore që identifikohen në këtë treg, nëse gjatë analizës arrihet në konkluzionin që jemi në kushtet e një konkurrence efektive të munguar, apo ku ka operatore me fuqi të ndjeshme në treg;
- detyrimet për operatorët me fuqi të ndjeshme në treg;

V. Përkufizimi i tregut përkatës

Në kuader të analizave të kryera nga një rregullator për qëllime të analizës së konkurrencës efektive dhe përcaktimit të sipërmarrësit/sipërmarrësve me FNT, analiza e një tregu përkatës fillon me shqyrtimin e produkteve dhe shërbimeve që konsiderohen të jenë pjesë e të njëjtit treg.

Në të gjitha analizat e tregut të zhvilluara deri tani nga AKEP, është përdorur përkufizimi i tregut përkatës të marrë nga Ligji për Mbrojtjen e Konkurrencës, në të cilin specifikohet se:

Treg përkatës- janë produktet që vlerësohen si të zëvendësueshme nga konsumatorët ose klientët e tyre, për sa u përket karakteristikave, çmimit dhe funksionit të tyre dhe që ofrohen ose kërkohen nga ndërmarrjet në një zonë gjeografike me kushte të njëjta konkurrence, zonë kjo e cila veçohet nga zonat e tjera kufizuese.

Ky përkufizim është i ngjashëm me përkufizimin e dhënë në Udhëzimin e KE, pika 44⁵, udhëzim i përdorur nga AKEP në të gjitha analizat e zhvilluara. Për këtë arsye si dhe duke qënë se udhëzimi i KE, është pjesë e dokumentave të KE të referuara në Rregullore, AKEP në këtë Analizë do të përdorë të njëjtën metodologji për përcaktimin e produkteve/shërbimeve që janë pjesë e të njëjtit treg përkatës, sic do të prezantohet në vijim.

Përkufizimi i tregut për një shërbim merr parasysh efektin e zëvendësueshmërisë së produktit (në anën e kërkesës dhe ofertës), si edhe dimensionin gjeografik. Nje instrument ndihmës që përdoret për identifikimin e tregjeve është parimi i monopolistit hipotetik.

Parimi i monopolistit hipotetik

Një produkt konsiderohet të përbëjë një treg më vete nëse “monopolisti” (hipotetik) që ofron produktin mund të rrisë çmimin e këtij produkti për një periudhë kohe jo tranzitore dhe të mos ketë rënie në shitje deri në nivelin që kjo të jetë jo- fitimprurëse. Pra, rritja e çmimit duhet të jetë fitimprurëse dhe e qëndrueshme-monopolisti të ketë aftësinë të mbajë çmimin mbi nivelin konkurrues.

Testi i monopolistit hipotetik kryhet për të analizuar produktet/shërbimet të cilat mund të bëjnë pjesë në të njëjtin treg duke marrë në konsideratë efektin e zëvendësueshmërisë së produkteve në

⁵ According to settled case-law, the relevant product/service market comprises all those products or services that are sufficiently interchangeable or substitutable, not only in terms of their objective characteristics, by virtue of which they are particularly suitable for satisfying the constant needs of consumers, their prices or their intended use, but also in terms of the conditions of competition and/or the structure of supply and demand on the market in question⁽³²⁾. Products or services which are only to a small, or relative degree interchangeable with each other do not form part of the same market⁽³³⁾. NRAs should thus commence the exercise of defining the relevant product or service market by grouping together products or services that are used by consumers for the same purposes (end use).

anën e kërkeses dhe/ose ofertës. Nëse monopolisti përballet me kufizime nga ana e kërkeses-konsumatorët do të zhvendosen drejt konsumit të një produkti tjetër, që do ishte zëvendësues dhe, nga ana e ofruesve- ofrues të tjerë do të futeshin në këtë treg për të ofruar produktin me çmim dhe përfitim të lartë, atëhere produktet e tjera që janë zëvendësues të ngushtë të produktit të analizuar duhet të përfshihen në këtë treg.

Zëvendësimi në anën e kërkesës

Nëse një subjekt, që është monopol në ofrimin e një produkti/shërbimi, do të rriste çmimin e këtij produkti, çfarë mundesish kanë konsumatorët të zëvendësojnë përdorimin e këtij produkti me një tjetër ?

Produkti/shërbimi që analizohet krahasohet me produkte të tjerë, nëse ato mund të zëvendësohen nga ana e konsumatorit. Nëse konsumatorët mund të zëvendësojnë produktin e ofruar nga monopolisti hipotetik me një produkt apo produkte të tjera, këto të fundit duhet të përfshihen në përkufizimin e tregut përkatës.

Zëvendësimi në anën e ofertës

Nëse monopolisti hipotetik do të rriste çmimin e produktit/shërbimit për një periudhë kohe jo tranzitore, a do të kishte presion nga ofrues të tjerë të mundshëm të këtij shërbimi? Operatorë të tjerë, të cilët nuk e ofrojnë shërbimin në fjalë, mund të zhvendosin burimet e tyre në drejtim të ofrimit të këtij shërbimi.

Në zëvendësimin në anën e ofertës duhet të merren parasysh vetëm operatorët, të cilët mund të zhvendosin burimet e tyre drejt ofrimit të shërbimit të marrë në konsideratë, për një kohë të shkurtër dhe pa kosto të larta të pakthyeshme. Pra, operatorë të rinj që nuk janë në treg nuk mund të merren parasysh, pasi reagimi i tyre ndaj një rritjeje të çmimit të produktit nuk do të ishte i shpejtë (në periudhë afatshkurtër) por do të kërkonte kohë për investime kapitale që kërkojnë një periudhë afatgjatë. Ofruesit e mundshëm janë operatorë që ofrojnë shërbime të tjera dhe lehtësisht për një periudhë kohe të shkurtër mund të prodhojnë edhe produktin, çmimi i të cilit është rritur.

Efekti i operatorëve të rinj në treg, që duhet të kryejnë investime kapitale, merret në konsideratë vetëm në analizën e fuqisë së ndjeshme në treg, pra të konkurrencës së mundshme që këta operatorë mund të ushtrojnë.

Një faktor tjetër që merret në konsideratë në përkufizimin e tregut përkatës është nëse ekzistojnë kufizime të përbashketa në tarifim (common pricing constraints) midis klientëve, shërbimeve apo zonave të ndryshme. Kjo do të thotë që operatori të mos jetë i pavarur në tarifimin e shërbimeve të ndryshme: s'ka mundësi të rrisë çmimin e një shërbimi pa reduktuar çmimin e një shërbimi tjetër, i cili në vetevetë nuk është zëvendësues për shërbimin tjetër.

Ndërkohë para se të bëhet përcaktimi i produkteve/shërbimeve që janë pjesë e të njëjtit treg përkatës, është e nevojshme të bëhet një analizë nëse tregu i shërbimit/shërbimeve të marra në shqyrtim është treg përkatës i justifikueshëm për ndërhyrje ex-ante. Detyrimi për kryerjen e kësaj analize është pjesë e Rregullores, Pika 4 e nenit 3, e cila përcakton:

Nese nje treg i analizuar nga AKEP nuk eshte pjese e listes se Rekomandimit te KE te dates 11 Shkurt 2003 (2003/311/EC), atehere AKEP vlereson gjithashtu nese ky treg ploteson tre kriteret e meposhteme :

- I. prezenca e barrierave te larta dhe jo-kalimtare te hyrjes ;*
- II. nje strukture tregu e cila nuk ka tendence per te shkuar ne drejtimin te nje konkurrence efektive brenda afatit kohor perkates; dhe*
- III. pamajftueshmeria e ligjit te konkurrences per te adresuar ne menyre te pershtatshme deshtimin e tregut te marre ne shqyrtim*

Tregu i terminimit te SMS-ve, ne nivel shumice nuk eshte pjese e listes se tregjeve perkatese te Rekomandimit te Komisionit Europian, datë 11 Shkurt 2003, dhe rrjedhimisht nuk eshte as pjese e listes se tregjeve qe percaktohen ne Rregulloren e Analizes se Tregut, ne nenin 1 te saj, “Lista e tregjeve”.

Rrjedhimisht ne perputhje me piken 4, te nenit 3 te Rregullores, ne analizen e tregut te terminimit te SMS-ve ne nivel shumice, AKEP ben vleresimin nese ky treg eshte treg perkates, i justifikueshem per nderhyrje ex-ante, duke aplikuar testin e tre kriterëve te cituar me siper.

VI. Fuqia e Ndjeshme në Treg dhe masat rregulluese

Pekufizimi i FNT eshte dhene ne nenin 33 te ligjit:

Një sipërmarrës vlerësohet me fuqi të ndjeshme në treg nëse, i vetëm, apo së bashku me të tjerë, zotëron një pozitë të tillë ekonomike, që i mundëson një zgjerim të ndjeshëm, pavarësisht nga konkurrentët, klientët apo përdoruesit fundorë.

Ky perkufizim eshte pothuajse i njejte me perkufizimin e Direktives Kuader te KE 2002, neni 14⁶ (EC 2002 Framework Directive).

Neni 33 i Ligjit percakton gjithashtu kriteret kryesore qe duhet merren ne konsiderate per analizen per FNT, duke bere nje ndarje per rastet kur ne treg dyshohet per nje sipermarres me FNT, qe do te thote dominance individuale, dhe per raste kur dyshohet per me shume se nje sipermarres me FNT apo dominance e bashkuar. Perkufizimi i dominances se bashkuar i dhene ne nenin 33 eshte si vijon:

Dy ose më shumë sipërmarrës vlerësohen se kanë një pozitë zotëruese nëse edhe në mungesë të lidhjeve strukturore apo të lidhjeve të tjera, veprojnë në treg në një strukturë dhe mënyrë të tillë, e cilat çojne në një sjellje të bashkërenduar, në mënyrë të pavarur nga konkurrentët, klientët ose përdoruesit.

⁶ ‘an undertaking shall be deemed to have significant market power if, either individually or jointly with others, it enjoys a position equivalent to dominance, that is to say a position of economic strength affording it the power to behave to an appreciable extent independently of competitors customers and ultimately consumers’

Per percaktimin e FNT, dominace individuale apo e bashkuar, sic theksohet dhe ne pikat 79 dhe 98 te Udhezimit te KE, kriteret e perdorura duhen marre te gjitha ne konsiderate dhe ne kombinim me njeri tjetrin dhe jo ne menyre te vecante per secilin kriter me vete, pasi evidenca e kriterëve te vecanta mund te mos jete percaktuese e FNT.

Analiza per FNT eshte nje analize e cila merr ne konsiderate zhvillimet e kaluara dhe njekohesisht tendencen per te ardhmen (forward looking), pasi mungesa e konkurrencës ne te kaluaren nuk do te thote qe nje treg nuk ka tendence per te qene ne konkurrenca ne te ardhmen. Ne kete menyre Analiza krahas shqyrtimit te kriterëve per vleresimin e konkurrencës efektive ne treg ne te kaluaren, ben vleresimin se si pritet te evoluojë tregu ne te ardhmen. Analiza kryhet per te shqyrtuar nese nje treg perkates vleresohet te jete ne konkurrenca efektive ne nje periudhe kohore te pakten 2 vjecare, dhe mungesa e konkurrencës efektive eshte e barazvlefshme me ekzistencen e fuqise se ndjeshme ne treg, prej nje ose me shume sipermarresish.

Ekzistenca e FNT do te thote qe ne treg ka probleme te cilat identifikohen dhe ne baze te problemeve te evidentuara, propozohet marrja masave rregulluese apo detyrime per tu zbatuar nga sipermarresi/sipermarresit me FNT.

AKEP ne baze te nenit 34, ka detyrimin qe ne rast te gjetjes se FNT ne nje treg perkates te vendose nje disa apo te gjitha detyrimet e cilesuara ne nenet 39-45 dhe neni 56 te Ligjit. Vendosja e detyrimeve/masave rregulluese per FNT duhet te marre ne konsiderate objektivat rregullatore te percaktuara ne Ligj.

Nese nga analiza arrihet ne perfundimin se tregu perkates eshte ne konkurrenca efektive, pra nuk ka FNT, atehere AKEP nuk vendos detyrime dhe ne rast se ndaj sipermarresve jane vendosur detyrime (per shkak te statusit te meparshem me FNT) atehere AKEP i heq keto detyrime duke percaktuar dhe nje afat kohor jo me te gjate se 6 muaj per berjen efektive te tyre.

III. TERMINIMI I SMS-ve NE RRJETET CELULARE

Nje SMS (short message service), eshte nje mesazh i shkruar i cili perbehet nga 160 karaktere. Ky sherbim mundesohet nga operatorët e rrjeteve te levizshme dhe ofrohet ne nivel me pakice apo retail si SMS brenda rrjetit apo jashte rrjetit. Ofrimi i sherbimit mbeshtetet ne teknologjite GSM, GPRS, UMTS. Sipas standarteve te teknologjive, teknikisht sherbimi i SMS kerkon ne nje rrjet specific (SMS Center) ose qendra e mesazheve e cila siguron ruajtjen e bazes se te dhenave te SMS-ve, shperndarjen e SMS-ve tek perdoruesi fundor brenda, apo jashte rrjetit ku ndodhet qendra e mesazheve, apo serveri baze.

Nderkohe sherbimi i terminimit te SMS-ve eshte sherbim me shumice, i cili ka analogji me sherbimin e terminimit te thirrjeve zanore te pershkruar dhe analizuar ne menyre te detajuar ne analizen e tregut te telefonise se levizshme. Pra terminimi i SMS-ve eshte nje sherbim me shumice qe nje operator rrjeti celular e ofron per operatore te tjere ne menyre qe abonentet e ketyre operatoreve te mund te dergojne SMS drejt aboneteve te ketij rrjeti celular.

Ne menyre qe te analizohet nje treg me shumice eshte e rendesishme te kryhet fillimisht nje analize apo vleresim i tregut te lidhur me pakice, qe ne kete rast eshte tregu me pakice i SMS-ve ne Shqiperi.

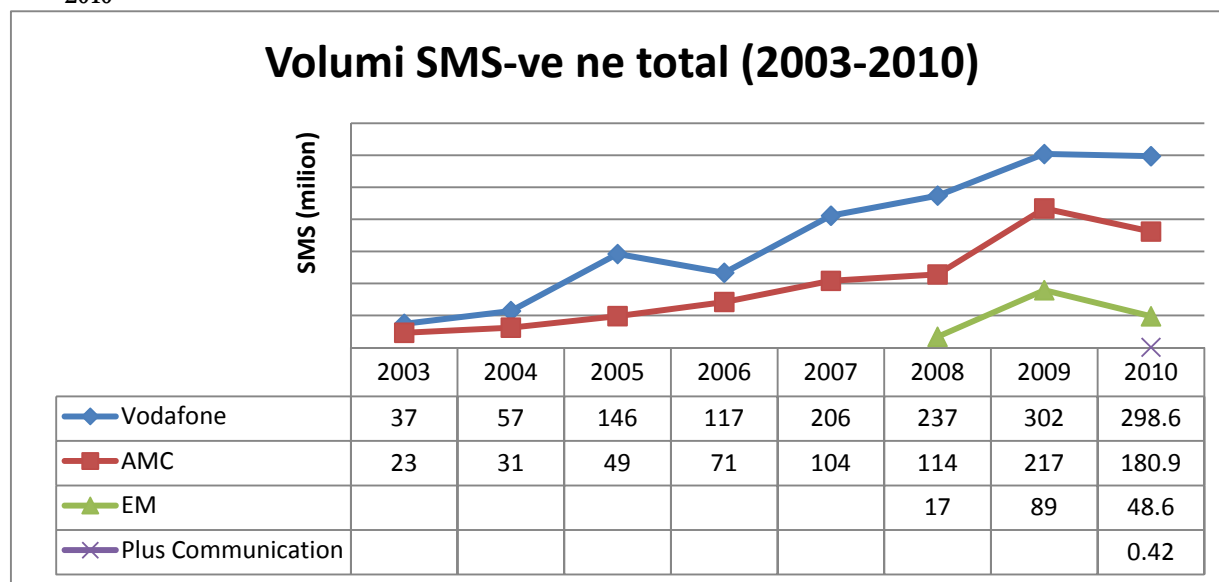
III.1. TREGU ME PAKICË I SMS-VE

Në analizat e tregut celular te kryer ne vitin 2006, 2007 dhe 2010, AKEP ka analizuar tregun me pakice te sherbimeve celulare duke konsideruar sherbimin me pakice te SMS-ve si pjese e tregut me pakice te sherbimeve celulare. Ne analizen e tregut te perfunduar ne 2010, AKEP arriti ne konkluzionin se tregu me pakice celular nuk ploteson testin e tre kriterëve, per tu konsideruar treg perkates i justifikueshem per nderhyrje ex-ante. Megjithate sic eshte konkluduar ne dokumentin e analizes se publikuar me 31.03.2010, ky perfundim i AKEP nuk do te thote qe tregu me pakice eshte tashme ne konkurrence efektive, dhe ne kete dokument AKEP ka evidentuar disa probleme ne tarifimin e thirrjeve telefonike, sic jane tarifat shume te larta per thirrjet jashte rrjetit. Gjithashtu ky problem u evidentua edhe ne dokumentin e orientimit ne kostot BULRAIC te tarifave celulare, ku permend se tarifat e thirrjeve jashte rrjetit si dhe tarifat e mesazheve SMS rezultojne te jene ne nivele te larta krahasar me kostot e ketyre sherbimeve. Ne kete seksion, AKEP është perqendruar në ofrimin me pakice te mesazheve SMS, si nje nder sherbimet celulare me te rendesishme pas thirrjeve telefonike celulare.

Perdorimi i SMS-ve

Ne figuren e meposhteme paraqitet ecuria e numrit te mesazhve SMS te derguara nga abonentet e rrjeteve celulare ne peridhen 2003-2010.

FIGURE III .1 ECURIA E NUMRIT TOTAL TE MESAZHEVE SMS TE DERGUARA NGA ABONENTET CELULARE 2003-2010



Burimi: Te dhenat periodike zyrtare te derguara ne AKEP

Nga figura vihet re se numri i mesazheve SMS te derguara nga abonentet celulare ka ardhur kryesisht ne rritje, megjithate vihet re se ka periudha me renie te numrit te SMS-ve, ku bi ne sy viti 2010. Gjithashtu edhe ne periudhat me rritje te numrit te SMS-ve kjo rritje duket se nuk eshte proporcionale me rritjen e numrit te abonenteve.

Tabela e meposhteme parqet ecurine e pjeseve te tregut te operatoreve celulare per numrin e SMS-ve te derguara nga abonentet e tyre.

TABELA III .1 ECURIA E PJESEVE TË TREGUT TË OPERATORËVE PËR SMS 2003-2011/1

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011/1
Vodafone Albania	61.70%	64.80%	74.80%	62.20%	66.40%	64.40%	49.60%	56.50%	60.15%
AMC	38.30%	35.20%	25.20%	37.80%	33.60%	31.00%	35.70%	34.20%	30.15%
Eagle Mobile						4.60%	14.70%	9.20%	8.53%
Plus Communication								0.08%	1.17%

Burimi: Të dhenat periodike zyrtare të derguara në AKEP

Ne Tabelen e meposhteme paraqitet ecuria e perdorimit mesatar te SMS-ve, e matur si numri i SMS-ve te derguara mesatarisht nga nje abonent celular gjate nje muaji.

TABELA III .2 ECURIA E PERDORIMIT MESATAR TE SMS-VE 2006-2010

Viti	2006	2007	2008	2009	2010	2011/1
SMS dalese ne muaj per perdorues	9	12	12	14	10	11

Burimi: Te dhenat periodike zyrtare te derguara ne AKEP

SMS si sherbim celular mund te kosniderohen si sherbim plotesues dhe/ose sherbim zevendesues i thirrjeve telefonike. Efekti zevendesues vihet re ne perdorimin e SMS-ve ne vend te thirrjeve telefonike dhe arsyet mund te jene te ndryshme perfshire tarifen me te lire te nje SMS me nje thirrje telefonike. Tabela e meposhteme paraqet ecurine e treguesve te perdorimit mesatar

TABELA III .3 ECURIA E PERDORIMIT MESATAR TE DISA PREJ SHERBIMEVE CELULARE PER 2009-2010

	2009	2010	Ndryshimi %
Thirrje dalëse në muaj	53	80	+52%
Thirrje të marra (hyrëse) në muaj	67	91	+35%
MOU ⁷	120	171	+43%
SMS (dalëse) në muaj	14	10	-16%

Burimi: Te dhenat periodike zyrtare te derguara ne AKEP

Nga te dhenat e mesiperme vihet re se perdorimi i mesazheve SMS ka rezultuar me renie ne vitin 2010 (16%) nderkohe qe ka pasur rritje te perdorimit te thirrjeve telefonike me 43%.

Nese do te krahasonim perdorimin mesatar te SMS-ve me vendet e tjera rezulton se ky tregues ne Shqipei eshte shume me i ulet se mestarja ne vendet e tjera. Nga te dhenat e ITU rezulton se ne vitin 2010 jane derguar rreth 6.1 trilion SMS nga 5.3 miliard perdorues celulare ne bote, qe do te thote rreth 95 SMS ne muaj. Kjo vlere eshte shume me larte se perdorimi mesatar ne Shqiperi, qe ne asnje vit nuk i ka kaluar 14 SMS ne muaj.

⁷ Minutes Of Use: Minuta perdorimi të matura me shumën e thirrjeve dalëse dhe hyrëse.

Tarifimi i SMS-ve me pakice

Niveli i perdorimi te SMS-ve eshte i lidhur me nje sere faktoresh si cmimi i SMS-ve, cmimi i thirrjeve telefonike, mosha e perdoruesit te sherbimeve celulare etj. Ne tabelat e meposhteme eshte dhene informacion per tarifat e SMS-ve te aplikuara nga operatoret celulare ne Shqiperi,⁸ si dhe eshte bere nje krahasim i tarifave ne Shqiperi me vendet e rajonit.

Nga informacioni i derguar nga AMC dhe informacioni i publikuar ne faqen e internetit te AMC rezulton se tarifat e SMS per paketat tarifore standarte jane si me poshte:

	Me parapagese	Me kontrate
Brenda rrjetit	9.85	8.33
Drejt operatoreve te tjere	14.7	12
Nderkombetare	14.7	18

Tarifat ne Lek/SMS pa TVSH

Tarifat e SMS-ve per paketat tarifore standarte te Vodafone Albania ne formë table paraqiten si më poshtë:

	Me parapagesë		Me kontratë	
	Vodafone Club	Vodafone Card	Vodafone Consumer	Vodafone Business
Brenda rrjetit	4.9	15	12	10
Drejt operatoreve te tjere celulare	10	10	13.3	13.3
Destinacione Nderkombetare	15	16.67	18	18

Tarifa e SMS Leke pa TVSH

Paketat me parapagesë Vodafone Club dhe Vodafone Card ofrojnë me SMS falas dhe me tarifa të reduktuara si më poshtë:

⁸ Tarifat e dhëna në këtë seksion për SMS janë një informacion i përgjithshëm për tarifat kryesore të aplikuar nga secili operator për SMS dhe nuk përfshijnë të gjitha tarifat e aplikuar nga secili operator për SMS.

Paketa	Përshkrimi i ofertës
Vodafone Card	6 – 12.5
Vodafone Card	333.33 Lekë (30 min + 50 SMS kombetare, min pa limit me dy numra VFAL dhe 50 MB internet.
Vodafone Club	0.833 lekë/SMS (Brenda Vodafone Club)
Vodafone Club	250 lekë (1000 minuta + 200 SMS Brenda Club + 50 MB)
Vodafone Club	125 Lekë (10 min kombetare + 100 SMS me Club)

Vodafone ka paraqitur edhe paketat e biznesit me ofertat si më poshtë:

Paketa	Pagesa mujore (Lekë)	Perfshire ne pagesen mujore: ‘Falas’		
		Minuta thirrje kombëtare	SMS Kombëtare	Internet
Paketa 30	600	30	50	100 MB
Paketa 60	1400	60	500	1 GB
Paketa 240	2700	240	500	1 GB
Paketa 480	5400	480	500	1 GB
Paketa 720	8000	720	1000	1 GB
Paketa 1000	11000	1000	1000	1 GB

Tarifat e SMS-ve per Eagle Mobile te aplikuarat per paketat tarifore standarte jane dhene ne tabelen e meposhteme:

Tarifa e SMS pa TVSH (Leke)	Prepaid	Individual Postpaid	Tarifat per korporatat	Tarifat per biznes
Janar - aktualisht)				
Brenda rrjetit	13.5	10	10	12
Drejt operatoreve te tjere celulare	13.5	13	13	13

Destinacione Nderkombetare	15	15	15	15
----------------------------	----	----	----	----

Nga te dhenat e derguara nga Plus Communication rezulton se tarifat e aplikuar per perdoruesit me kontrate dhe me parapagese jane si ne tabelat e meposhteme:

Tarifat e SMS për programet me kontratë

	Brenda grupit	Drejt Plus	Drejt celularit tjetër	Nderkombetar
Planet tarifore Ekspert	4	10	12	15

Tarifat e SMS për programet me parapagesë

Planet tarifore	Miqtë Plus	Planet Plus	Planet Plus Promo
Brenda rrjetit plus	12	10	8
Drejt celularit tjetër	12	12	10
Nderkombetar	15	15	15
Tarifat per “Miqtë Plus”:			
Brenda rrjetit plus	1	4	4
Drejt celularit tjetër	6	6	6
Nderkombetar	8	8	8

Tariaft ne Leke per SMS pa TVSH

Tarifat standarte te SMS-ve dhe promocionet/ofertat/bulk SMS

Nga sa trajtuar me siper rezulton se tarifat e SMS ne paketat tarifore standarte apo tarifat standarte per SMS jane ne nivele 8-14 Lek/SMS (pa TVSH) per SMS kombetare. Nje veshtrim historik i ketyre tarifave, per dy operatore me te medhenj, AMC dhe Vodafone, tregon se keto tarifa kane qene stabel dhe pa ndryshime te ndjeshme ne shume vite, madje edhe ne vitet 2008 e ne vijim ku ka pasur reduktime te ndjeshme te tariafave te thirrjeve telefonike.

Nderkohe karakteristike ne ofrimin e SMS-ve me pakice, ashtu si per thirrjet telefonike, eshte ofrimi nga secili operator celular i paketave te shumta tarifore qe perfshijne SMS falas ne pagesen mujore, oferta dhe promocione te shumta qe ofrojne shitjen e sasive te SMS-ve me cmime me te lira se tarifat standarte (Bulk SMS).

Të katër operatorët celularë kanë oferta të ndryshme për SMS, disa prej të cilave janë përshkruar shkurtimisht më poshtë.

Vodafone ofron për pajtimtarët e paketës Vodafone Club, 500 SMS me çmim 500 lek (me TVSH) pra efektivisht 1 Lek/SMS.

AMC ofron paketa bundle (Daily SMS Bundle) për AMC Friends prej 100 SMS me vlerë 50 Lek (pa TVSH).

Eagle Mobile ofron paketa te ndryshme me SMS që shkojnë deri në 1 Lek/SMS (me TVSH) për SMS brenda rrjetit EM.

Plus Communication ofron SMS për Miqtë Plus që arrijnë në 1 Lek/SMS (pa TVSH) brenda rrjetit PC.

Ne kete sens nje tregues qe paraqet pagesen mesatare per nje SMS, eshte e ardhura per SMS e operatoreve celulare. Nga te dhenat e dergura nga operoret celulare si dhe te dhenat peridoike te vitit 2010 rezulton se te ardhurat mesatare te operatoreve celulare nga SMS-te ne nivelin me pakice jane 4-7 lek/SMS (pa TVSH). Ky tregues eshte llogaritur si te ardhurat totale nga SMS te secilit operator, pjestuar me numrin total te SMS-ve te derguara nga abonentet e operatoreve. Ky tregues rezulton te jete shume i ulet krahasuar me tarifat standarte dhe nje nder arsyet kryesore gjykohet te jete perdorimi i madh i ofertave/opsioneve te operatoreve celulare si SMS falas brenda grupeve te mbyllura dhe/ose te perfshira ne pagesen mujore dhe ofertat per konsum te larte me tarifa shume te lira.

Diferenca e madhe qe vihet re midis tarifave standarte te SMS-ve dhe tarifave te SMS-ve te ofruara ne paketat tarifore jo standarte (promocionet, SMS falas brenda grupeve etj) tregon per nje shperndarje jo uniforme te perfitimeve midis perdoruesve celulare:

- perdoruesit celulare qe shfrytezojne oferta/promocionet paguajne shume me lire se 4-7 lek/SMS;

- perdoruesit celulare qe nuk shfrytezohen keto paketa, paguajne 8-14 lek/SMS apo shume me teper se pjesa tjeter e perdoruesve celulare.

Nga te dhenat e depozituara nga operoret celulare, rezulton se perfituesit me te medhenj te tarifave me te lira te SMS-ve jane perdoruesit me parapagim, ndersa perdoruesit me kontrate paguajne tarifa shume me te larta per SMS (e ardhura mesatare e operatorit per SMS). Kjo mund te shpjegohet me faktin se perdoruesit me parapagim jane me te ndjeshem ndaj cmimit te SMS-ve dhe perdorues me te medhenj te ofertave/promocioneve.

Tarifa SMS retail: rajoni

Me poshte jane paraqitur tarifat e SMS-ve per vendet e rajonit. Informacioni eshte marre nga faqet e internetit te operatoreve kryesore celulare ne keto vende per paketat tarifore standarte te aplikuara prej tyre. Per oferta dhe promocione (si edhe ne Shqiperi) keta operatore kane tarifa me te uleta se tarifat e dhena ne tabelen e meposhteme.

TABELA III .4 TARIFA T E SMS-VE NE VENDET E RAJONIT PER PAKETA STANDARTE TARIFORE (2011)

	Tarifa per SMS	
	Monedhe vendase me TVSH	Lek pa TVSH
Maqedoni	4.8-5.9 denar	11-13.57
Kroaci	0.35 - 0.4 kruna	5.6-6.4
Mali I Zi	0.02-0.035 euro	2.3-4
Kosove	0.03-0.13 euro	3.45-14.95
Greqi/Itali	0.125-0.13 euro	14.3-14.95

Burimi: Internet

Rezultatet e modelit BULRAIC

Sic eshte cituar ne dokumentin “ Orientimi ne kosto i tarifave celulare”....rezultatet e modelit BULRAIC te kostove te rrjetit tregojne se kostoja e terminimit te SMS-ve (kur SMS vjen nga nje operator tjeter) eshte 0.58 lek/SMS dhe e nje SMS brenda rrjetit eshte 0.6 lek/SMS.

Nje operator celular ne ofrimin e SMS-ve ka kostot e meposhteme te rrjetit:

- SMS Brenda rrjetit: 0.6 lek/SMS
- SMS jashte rrjetit: 0.58 lek/sms + tarifa per terminim per SMS ne rrjetin tjeter:
 1. Me tarifen aktuale te terminimit 4 lek/sms: 4.58 lek/sms
 2. Me tarifen drejt kosos (0.58) per terminimin e SMS: 1.16 lek/sms.

Duhet theksuar se rezultatet e kostove te SMS-ve (si edhe te terminimit te thirrjeve) nuk perfshjne kostot retail, keshtu qe ketyre kostove te SMS-ve (brenda dhe jashte rrjetit) ne nivel retail duhet ti shtohet nje kosto retail te tilla si shpenzimet e marketingut, tregtimit te pikave te shitjes si dhe pjesen e kostove te perbashketa te menaxhimit etj.

Perfundim per tregun me pakice te SMS-ve ne Shqiperi.

Nga sa trajtuar ne kete seksion:

- Aktualisht tarifat me pakice ne paketat standarte variojne nga 8-10-14 lek/sms (pa TVSH) mesatare apo rreth 12 lek/SMS;
- Niveli i tarifave standarte te SMS-ve eshte ne nivel mestar me vendet e rajonit, pervec Malit te Zi dhe Kroacise qe kane tarifa standarte shume me te lira.
- Per SMS ka oferta te shumta dhe paketa te vecanta me cmime shume te uleta sidomos per brenda grupeve dhe rrjetit. Keto tarifa mund te jene edhe 1 lek/sms apo ne disa raste edhe me pak, duke rezultuar ne te ardhur mesare te operatoreve celulare ne 4-7 lek/SMS, qe eshte shume me e vogel se tarifa standarte e SMS-ve.
- Niveli i tarifave standarte te SMS-ve rezulton te jete shume me i larte se kostot e ofrimit eficient te tyre, madje edhe duke perfshire parashikime per kostot me pakice te ofrimit te tyre.
- Megjithese tarifa aktuale e terminimit te SMS-ve e aplikuar nga operatoret celulare eshte 4 lek/SMS dhe shume me e larte se kostoja e terminimit, tarifat standarte te SMS-ve jane te larta jo vetem per SMS jashte rrjetit por edhe per SMS brenda rrjetit.

AKEP ne analizen e tregut celular ne vitin 2010, midis te tjerave ka cituar se:

Ne dokumentin COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT, EXPLANATORY NOTE (Brussels, 13/11/2007 SEC(2007) 1483/2), qe shoqeron Rekomandimin e KE te vitit 2007 per tregjet perkates, KE eshte shprehur midis te tjerave se per te percaktuar nese terminimi i SMS-ve ka te njejtat probleme te fuqise ne treg si terminimi i thirrjeve, eshte ne gjykimin e rregullatorit te konsideroje percaktimin e nje tregu shtese te vecante per SMS-te⁹.

⁹ *The market identified in this Recommendation is the same as the one identified in the initial Recommendation, i.e. voice call termination on individual mobile networks. To the extent that the exchange and termination of SMS are considered to result in similar market power problems, it is open to NRAs to consider defining and notifying an additional separate market for SMS.*

Duke marre ne konsiderate kete citim, eshte e qarte se terminimi i SMS-ve nuk konsiderohet nga KE te jete pjese e te njejtin treg si edhe terminimi i thirrjeve zanore, por mund te percaktohet nga rregullatori si treg me vete. Analizmi i ketij tregu si treg i mundshem perkates i justifikueshem per nderhyrje ex-ante, nuk eshte objekt i kesaj analize, dhe AKEP do te konsideroje ne te ardhmen nese do te nise nje analize te tille.

Per sa me siper, AKEP gjykon se tregu me pakice i ofrimit te SMS-ve shfaq probleme ne nivelin tarifave standarte te SMS-ve dhe ne shperndarjen e drejte te perfitimeve midis perdoruesve te ndryshem te SMS-ve, dhe se kjo analize e tregjeve perkates me shumice te terminimit te SMS-ve eshte e justifikuar.

III.2. PERKUFIZIMI I TREGUT TE TERMINIMIT TE SMS-VE

I. Dimensioni i produkteve dhe sherbimeve ne tregun perkates te terminimit te SMS-ve

Terminim eshte sherbimi nepermjet te cilit nje Operator, ne emer te nje Operatori tjetër, percjell mesazhet e komunikimeve nga nje Pike Interkoneksioni ne rrjetin e tij te komunikimeve, ne nje Pike Fundore ne rrjetin e tij te komunikimeve.

Terminimi i SMS-ve ne rrjetet celulare eshte nje sherbim me shumice, i cili perben nje input te domosdoshem per operatorët e rrjeteve te tjere nga te cilet mund te origjinohet nje SMS (rrjete te tjere celulare, rrjete fikse, apo ofruet te sherbimit te internetit), me qellim qe sherbimin e SMS-ve ta mundesoje per perdoruesit e rrjetit te vet celular.

Nese nje perdorues i rrjetit A dergon nje SMS drejt nje perdoruesi te rrjetit B, operatori i rrjetit A duhet t'i paguaje operatorit B nje tarife terminimi per te mundesuar dergimin e SMS-se tek perdoruesi i ketij operatori. Tarifa e terminimit percaktohet nga operatori B, ndersa SMS origjinohet nga perdoruesi i operatorit A.

Operatori origjinues A perfshin tarifen e terminimit ne tarifen e plote te SMS-se per perdoruesin e tij, qe dergon SMS drejt perdoruesit te operatorit B.

Skema e funksionimit te terminimit te SMS-ve dhe pagesave eshte analoge me sherbimin e terminimit te thirrjeve ne rrjetin e telefonise se levizshme.

Analiza per FNT fillon me perkufizimin e tregut perkates te marre ne shqyrtim, me qellim qe te percaktohen sherbimet qe bejne pjese ne te njejtin treg perkates dhe ato qe nuk bejne pjese. Per te bere kete vleresim do te shqyrtohet efekti i zevndesueshmerise ne anen e kerkeses dhe ofertes, duke marre ne konsiderate:

1. SMS-te e terminuara ne rrjete te ndryshme jane pjese e tregjeve te vecante perkates apo jane pjese e nje tregu?
2. Llojet e ndryshme te terminimit te SMS-ve sipas origjines: nga rrjete celulare, rrjete fiks/ISP (PUSH SMS);
3. Zevendesueshmerine e SMS-ve ne tregun me pakice nga perdoruesit me thirrje telefonike, MMS etj.

1- SMS-te e terminuara ne rrjete te ndryshme jane pjese e tregjeve te vecante perkates apo jane pjese e nje tregu?

Ne perkufizimin e tregut te terminimit te SMS-ve ne rrjetet celulare faktoret kryesore, qe çojne ne identifikim te tregjeve te vecante per çdo operator celular, jane konsideruar faktoret si:

a- Praktika, sipas te ciles: pala origjinuese e SMS-se, paguan;

b- Mungesa e zevendesueshmerise se plote te ketij sherbimi, qe mund te ndikonte ne tarifat e sherbimit te terminimit;

c- Ne nivelin me shumice te ofertes dhe kerkeses nuk ka alternativa zevendesimi per sherbimin e terminimit te SMS-ve ne rrjetin e nje operatori celular.

Operatoret nuk kane mundesi tjeter perveçse te blejne terminim te operatorit, ne te cilin jane destinuar SMS-te, te origjinuara nga perdoruesit e vet.

Gjithashtu, operatoret e rrjetit celular nuk kane mundesi te ofrojne sherbimin e terminimit te SMS-ve drejt perdoruesve te nje rrjeti tjeter, ne mungese te aksesit ne rrjetin tjeter.

Rrjedhimisht, ne perkufizimin e tregut te terminimit te SMS-ve ne nje rrjet celulare, nuk mund te perfshihet terminimi i SMS-ve ne rrjetet e tjera celulare, gje qe do te thote se:

Terminimi i SMS-ve ne secilin rrjet celular, perben nje treg me vehte perkates.

Menyra e perkufizimit te terminimit te SMS-ve ne kete rast eshte analoge me terminimin e thirrjeve zanore.

2- Llojet e ndryshme te terminimit te SMS-ve sipas origjines: nga rrjete celulare, rrjete fikse/ISP (PUSH SMS);

Duhet te kemi te qarte faktin qe ne kryerjen e nje SMS te suksesshme, ne nje proces te plote qe nga momenti i origjinimit te SMS deri ne perfundim te tij, perseri jemi ne analogji me pershkrimin e sherbimit te nje thirrje te sukseshme, por ndryshimi ndermjet tyre qendron ne diferencen ne kohe te kryerjes se ketij sherbimi. Ne se thirrja e sukseshme realizohet ne te njejten kohe ndermjet pajtimtarit thirres dhe pajtimtarit marres, SMS e sukseshme eshte e lidhur me afatin e ruajtjes ne serverin baze, apo qendren e mesazheve.

Nje SMS mund te origjinohet nga:

- a) perdorues i nje rrjeti te levizshem;
- b) perdorues i nje web-i;
- c) perdorues i nje rrjeti fikse,

- ne rastin e origjinimit te SMS nga nje rrjet fikse, mundesite jane me te pakta, sepse do te duhet qe ne procesin e plote te perfundimit te nje SMS te konsideronim procesin e konvertimit ne IP, dmth qe ne kete rast teksti i mesazhit konvertohet ne nivel IP, gje qe ngelet si nje mundesi e diskutueshme per SMS-te qe mund te origjinohen duke shfrytezuar rrjetet fikse te telefonise. Por gjithesesi nga pikepamja teknike dhe teorike e nje pershkrimi te mundshem, nje gje e tille egziston.

Pale te interesuara per te blere sherbimin e terminimit me qellim realizimin e nje SMS te sukseshme do te jene rrjetet respektive te telefonise se levizshme, por edhe cdo pale tjetere nga e cila mundesohet origjinimi i SMS-se, nga web-i dhe rrjetet fikse, atehere ne kete faze te ketij pershkrimi per kete sherbim, nga pikepamja teorike do te konsiderohen si pale te interesuara per te blere sherbimin e terminimit.

Rrjedhimisht ne anen e ofruesit te ketij sherbimi (shitesit) ngelen rrjetet respektive te telefonise se levizshme, si rrjete qe jane te lidhura me perdoruesin e kartes SIM te dhene nga ana e tyre.

Sherbimi i aksesit dhe sherbimi i terminimit konsiderohen si dy sherbime plotesuese te njeri tjetrit me qellim qe te mundesohet nje SMS e sukseshme.

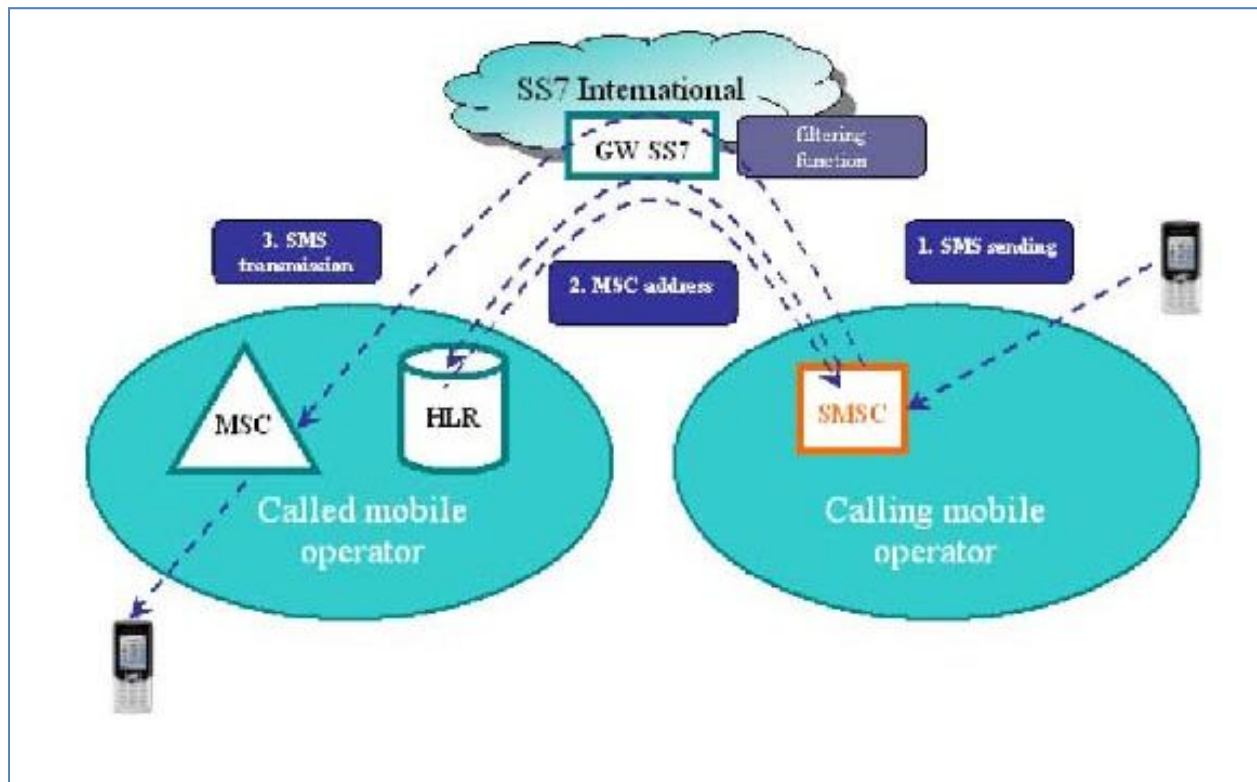
SMS ndermjet dy rrjeteve te telefonise se levizshme:

Dergimi i nje SMS nga rrjeti i operatorit A ne rrjetin e operatorit B, realizohet duke nenshkruar nje marreveshje midis dy operatoreve per te bere te mundur nderveprimin e rrjeteve per dergimin e SMS-ve tek njeri tjetri, si edhe dergimin e thirrjeve zanore.

Bazuar ne standartin e teknologjise GSM, fillimisht SMS origjinohet nga pajtimtari i rrjetit A te telefonise se levizhme, dhe permes platformes SS7 perfundon ne qendren e mesasheve te rrjetit A. Pas filtrimimit te bere ne qendren e mesazheve ne rrjetin A, SMS rrugezohet ne destinacionin e rrjetit B (qendra e mesazheve) nepermjet plaformes se rrjetit (SS7, MSC) dhe kundrejt sherbimit te blere tashme te terminimit ne rrjetin e operatorit B, behet i mundur dorezimi i SMS-se tek perdoruesi fundor ne rrjetin B. Ne kete rast nuk ka perdorim te SMSC te rrjetit terminues.

Figura e meposhteme paraqet ne menyre skematike dergimin dhe terminimin e SMS midis dy rrjeteve celulare. Ky eshte nje pershkrim i pergjithshem pa specifikime teknike, i kryerjes se nje SMS te suksesshme ndermjet dy rrjeteve te telefonise se levizshme.

SKEMA III.1: TERMINIMI I SMS-VE MIDIS DY RRJETEVE CELULARE

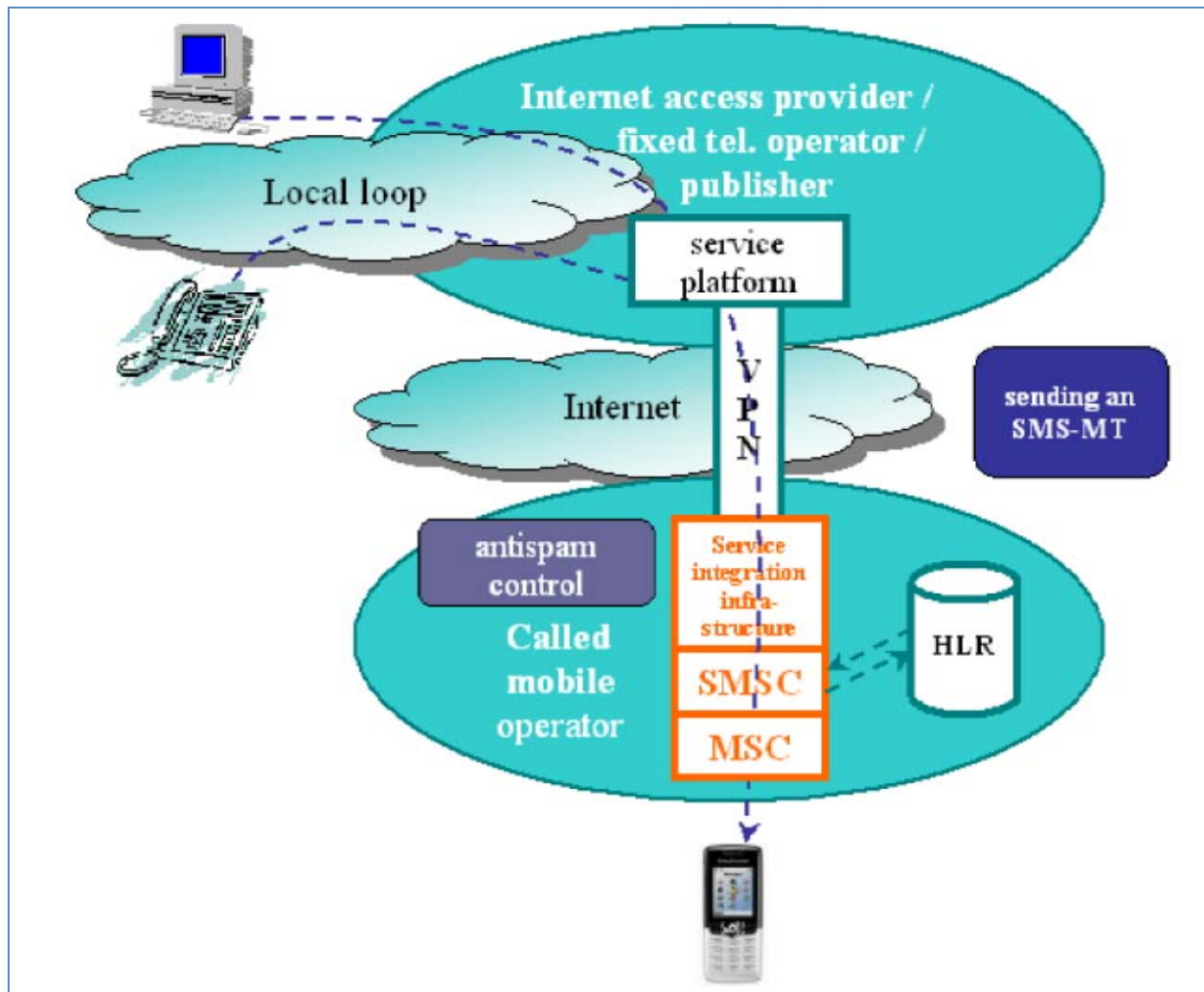


Burimi: Cullen International

SMS te origjinuara nga rrjeti fiks dhe ofruesit e shërbimit te internetit (ISP) (SMS PUSH)

Ky shërbim konsiston ne dergimin e SMS-ve nga nje rrjet telefonie fiks apo nga interneti (SMS web). Ne kete rast dergimi i SMS mundesohet nepermjet platformave te rrjeteve virtuale te cilat dergojne SMS ne SMSC e rrjetit terminues. Ne menyre skematike kjo ilustruhet ne figuren e meposhteme.

SKEMA III.2: TERMINIMI I SMS-VE TE DERGUARA NGA RRJETE FIKSE/INTERNETI



Burimi: Cullen International

Trajtimi i SMS push, ka nje rendesi te vecante edhe per faktin qe prezences se "SPAM-ve", te cilat jane prezente dhe shpesh ne nivel shqetesues ne rrjetin e telefonise se levizshme.

Veshtiresite per te siguruar identifikimin e derguesit perbejne nje problem me vete qe mund te kerkoje nje vemendje te vecante, por nje gje e tille eshte ne mungese rregullimi edhe ne tregjet me te zhvillura. Ne terminimin e SMS-ve nga operatoret e rrjeteve te telefonise fikse dhe te rrjeteve te sherbimit te internetit, mund te konsiderohen vetem per sa i perket SMS push, edhe pse ne situaten aktuale nuk mund te referohet si zgjidhje konkrete.

Ofertat komerciale qe vihen ne dispozicion te tregut me pakice, qe mundesohen nga operatore te rrjetit te telefonise se levizshme, ose ne dispozicion te paleve te treta me destinacion pajtimtaret e rrjetit te telefonise se levizshme.

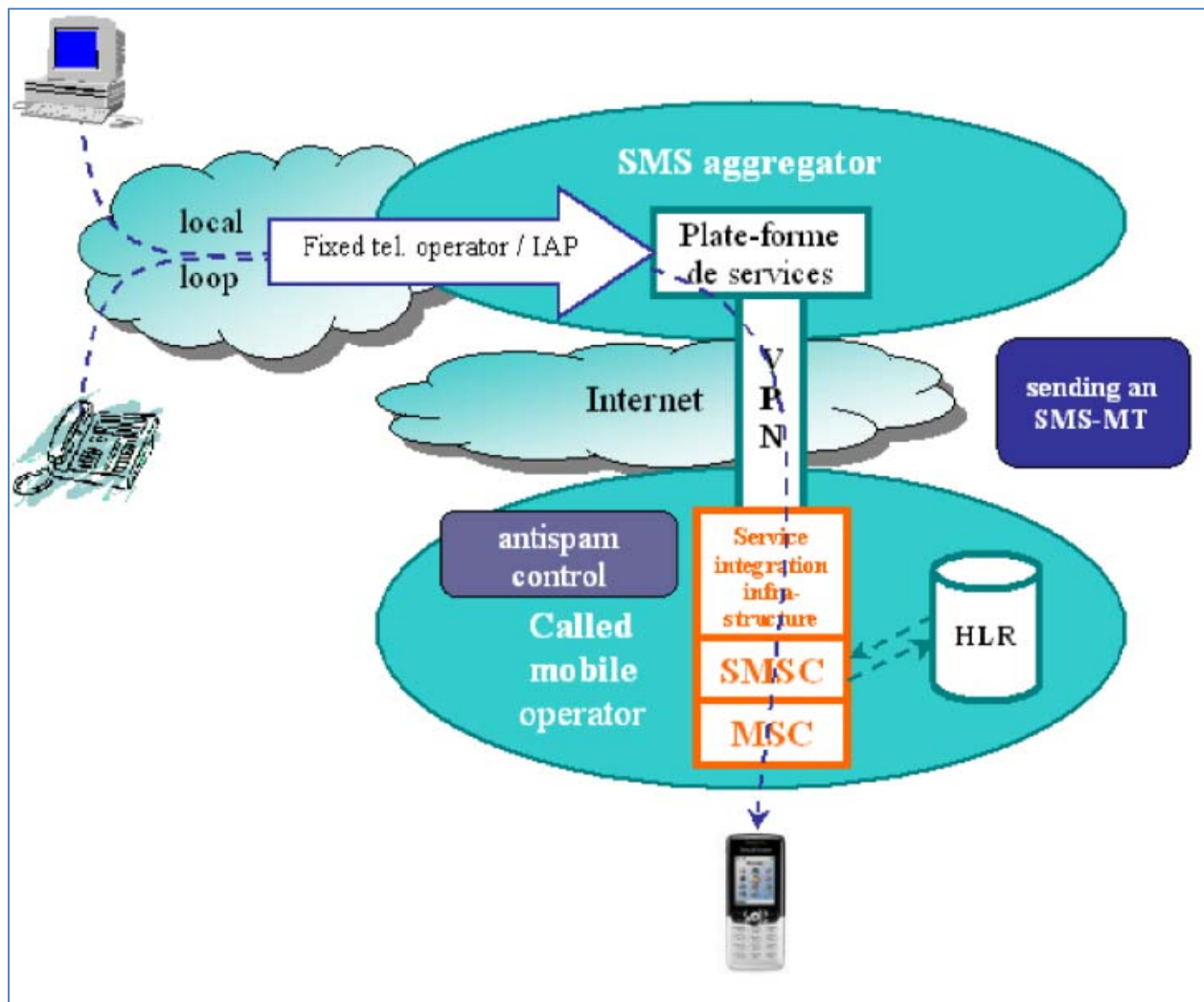
Teknikisht, SMS-te e derguara nga nje platforme e sherbimeve, kalon permes nje rrjeti Virtual Private (VPN) per te perfituar nje nga sherbimet e infrastrukturës te rrjetit korespondues ndaj te cilit destinohet sherbimi i SMS-se.

Oferta SMS Push, normalisht tregon per nevojën per te patur ne dispozicion sherbimin e terminimit te SMS-ve ne destinacionin qe mundeson kontaktin me perdoruesit e nje rrjeti te telefonise se levizshme.

SMS Push, në përgjithësi përfshin lidhje teknike, dërgimin e SMS apo te ofertes se ideuar duke marrë me qera nje bazë të abonentëve drejt se ciles eshte e orientuar reklama, apo mesazhi promociional.

Ofruesit e sherbimit te internetit mundesojne edhe sherbime nderlidhese qe dergojne, zakonisht ne menyre te kufizuar, mesashe ne forme SMS drejt destinacioneve te rrjeteve te telefonise se levizshme.

Teknikisht me poshte eshte paraqitur nje skeme qe ilustron menyren e dergimit te SMS-ve duke perdorur web agregator, por qe destionohen ne rrjetin e telefonise se levizshme.



Burimi: Cullen International

Terminimi i SMS-se, si shërbim i interkonesionit:

Dërgimi dhe marrja e një SMS-je, lejon përdoruesit e rrjeteve të ndryshme të telefonisë së lëvizshme të komunikojnë me njëri-tjetrin. Por terminimi i SMS ka në thelb një marrëdhënie interkoneksioni.

Ligji 9918, mbështet dhe detyron sipërmarrësit të ofrojnë shërbimin e aksesit interkoneksionit, kundrejt të drejtave dhe detyrimeve që parashikohen në marrëveshjet e lidhura ndërmjet tyre, të cilat janë të hartuara në terma ekonomik-tekniko-juridike.

Ne nenin 3, pika 11 citohet se:

“Interkoneksioni” është lidhja fizike dhe logjike e rrjeteve publike të komunikimit, të cilat përdoren nga i njëjti operator apo operatorë të ndryshëm, në mënyrë që t’i lejojnë përdoruesit e një operatori të komunikojnë me përdoruesit e të njëjtit operator ose të një operatori tjetër, ose të lejojë aksesin për shërbimet e ofruara nga një operator tjetër. Interkoneksioni është një lloj i veçantë aksesi, që zbatohet ndërmjet operatorëve të rrjeteve publike të komunikimit.”

Bazuar ne kete percaktim, eshte e qarte se mbyllja e nje procesi komunikimi ndermjet dergimit dhe marrjes se nje SMS, ndermjet dy perdoruesve, ne fund te fundit tregojne per nje lidhje midis rrjeteve fizike dhe logjike te operatoreve nderveprues ne dergimin, transmetimin dhe marrjen e tekstit, shenjave, sinjaleve, imazhet, tingujt etj, mbeshteten mbi rrjetet qe kane nderlidhjet e tyre fizike dhe logjike te bazuara ne rregjimin e sherbimeve te interkoneksionit, duke finalizuar terminimin e SMS-ve (sipas citimeve te mesiperme).

Nga pershkrimi i sherbimeve te SMS-ve, rezulton se terminimi i SMS-ve midis rrjeteve celulare perben interkoneksion, ndersa SMS-Push nuk konsiderohet interkoneksion.

Fokusi i kesaj analize do te jete terminimi i SMS-ve midis operatoreve celulare.

3-Zevendesueshmeri te SMS-ve ne tregun me pakice nga perdoruesit me thirrje telefonike, MMS- et

Ne lidhje me produktet dhe sherbimet e ofruara, si dhe perkufizimin e ketij tregu, paraprakisht do bazohemi ne analizen e zevendesueshmerise nga ana e kerkeses dhe ofertes per keto produkte dhe sherbime.

Duke e trajtuar ne menyre te detajuar se kush qendron ne anen e kerkeses dhe te ofertes per sherbimin e SMS-ve, detyrimisht do te vihet ne dukje kush qendron ne anen e origjinuesit dhe kush qendron ne anen e terminuesit. Ne pershkrimin e mesiperme per finalizimin apo kryerjen e nje SMS-je te sukseshme dalluam dy raste, brenda dhe jashte rrjetit. Por komunikimi ndermjet dy rrjeteve A dhe B, eshte nje ilustrim me i plote duke qene se perfshin edhe nevojën e sherbimeve te interkoneksionit qe duhet te bazohen rrjetet per kryerjen e nje sherbimi te suksesshem.

Terminimi i SMS-se ne nje rrjet, mundesohet ne rastin kur ky sherbim shitet nga poseduesi i rrjetit te telefonise se levizshme, per rrjedhoje dergimi i nje SMS eshte i lidhur ne vetevete me nevojën e blerjes se ketij sherbimi te rrjetit tjetër, duke mos u konsideruar si nje sherbim zevendesues nga nje rrjet tjetër i ndryshem nga rrjeti ne te cilin ndodhet abonenti drejt te cilit eshte destinuar SMS e derguar.

Ndaj nisur nga ky arsyetim, mund te thuhet se të gjithë operatorët e rrjetit publik te levizshem, janë pale te interesuara për të blerë sherbimin e terminimit per SMS ne rrjetet e telefonise se levizshme në kushtet e interkoneksionit.

Ndaj duke e pare ne anen e shkembimeve dhe perfitimeve reciproke ndermjet rrjeteve, konsiderohet e nevojshme trajtimi i kerkese-ofertes ne kontestin e nje tregu.

Produkti i prodhuar SMS, nuk varet nga standarti i teknologjise (GSM, UMTS), duke mos konkluduar ne idene e produkteve te diferencuara per sa i perket kosos se prodhimit te tyre, si dhe duke mos krijuar disbalance ne rastin e nderveprimit te rrjeteve, pasi shërbimet e ofruara, dmth për të lejuar një komunikim me shkrim, është i njëjtë pavarësisht nga standarde të përdorura. Pra fakti qe nuk te kushtezon teknologjia GSM apo UMTS, egziston mundesia e ofrimit te ketij produkti me te njejtin cmim, dhe perfituesi i ketij produkti nuk eshte ne gjendje te dalloje ne se operatori origjinues perdor terminale te teknologjive te ndryshme.

Nuk ka zëvendësueshmeri te një SMS nga rrjeti celular, me SMS drejt një rrjeti fiks apo Internet

Ne kushtet e rritjes se cmimeve te shitjes me pakice te SMS-ve, alternativa e zevendesimit per te derguar SMS nga rrjete fikse apo nga sherbim ne internet, nuk mund te konsiderohet si nje zëvendësim i plote, sa kohe qe do te jesh i detyruar te blesh sherbimin e terminimit te rrjetit mobil drejt te cilit eshte destinuar SMS.

Vete avantazhi i te qenurit ne levizje dhe jo stabel, e ben kete sherbim jo ne zevendesueshmeri te plote, duke i shtuar karakteristiken avantazhuese te levizshmerise.

SMS ne celular v mesazh në një kuti postare te internetit

Dërgimi i një SMS në një kuti postare që kërkon Internet , mundesohet nga nje vend ku ka një lidhje në Internet, ka një adrese e-mail, marresi eshte ne dijeni dhe identifikon korrespondencen në kuti postare. Përveç faktit se një numër i njerëzve kurrë nuk përdorin internet, ose për shkak se ata nuk kanë akses, ose për shkak se ata nuk e dinë se mundet te dergohet nje SMS në një adresë e-mail-i.

Si përfundim, SMS qe kane burime origjinuese si Interneti, rrjetet fikse, nuk janë në zëvendësueshmeri te plote për SMS-te qe origjinohen nga rrjetet celularë.

SMS v Telefonate zanore

Pyetja që lind është nëse, pas një rritje të konsiderueshme dhe të qëndrueshme te tarifes se terminimit te SMS nga një rrjet celular, dhe per rrjedhoje çmimet e shitjes me pakicë të SMS në të njëjtin rrjet, telefonuesi mund të zevendesoje SMS–ne, duke bërë një telefonatë zëri. Në të vërtetë, në vend qe te dërgoje një SMS, ai mund të preferojnë të thërrasë atë drejtpërdrejt nga një rrjet fiks apo celular, apo duke lene nje mesazh zanor. Specifikat e kesaj zevendesueshmerie kane edhe karakteristika te tjera qe duhen marre ne konsiderate, qe kane te bejne qofte me sasine,

kohen, cilesine ne te cilin mund te kryhet ky sherbim, ndaj lejon hapesine per diskutim, ne se mund te konsiderohet apo jo ne zevendesueshmeri te plote.

Trafiku per thirrjet me ze, diferencohet nga trafiku i krijuar nga SMS dhe kjo mund te identifikohet ne volum nga ana sasiore, por edhe ne volumin e te ardhurave qe sjellin.

Pervec kesaj perdorimi apo krijimi i trafikut te SMS-ve, ka lidhje edhe me sezone te caktuara, ndaj nuk duhen perjashtuar edhe efektet sezonale. Faktoret e konsideruar per te vleresuar zevendesueshmerine ose jo te thirrjeve me ze dhe SMS-ve, peshojne me shume drejt mungeses se zevendesueshmerise, duke i konsideruar ato si dy sherbime te ndryshme te komunikimit te cilat nuk jane ne zevendesushmeri te plote me njera-tjetren.

SMS-te dhe thirrjet me ze ofrojne sherbime me perdorime te ndryshme

Së pari duhet te theksohet se nje SMS është e përbërë nga një maksimum prej 160 karaktere dhe se transmetimi i tij nuk është në kohë reale si zëri. Edhe pse një telefonatë mund të jetë e përbërë nga një dialog apo të një monologu pranë thirrësit, një telefonatë zëri (Mobile-fiks apo celular-celular) në përgjithësi nuk mund te quhet si nje zëvendësim për dërgimin e mesazheve SMS. Ndryshe nga zëri, SMS krijon një komunikim të vërtetë diskrete ne kohë, qe ndryshon në mes të dërguesit dhe marrësit te SMS-se. Në këtë kuptim, SMS dhe thirrjet me zë korrespondojnë me shërbimet me natyre përdorimi të ndryshme.

Në të vërtetë, ndërsa zëri mund te konsiderohet si një komunikim në kohë reale në mes të thirrësit dhe marresit, kohën e pritjes në mes të dy mesazhe të shkurtra është në vetvete e papërcaktuar dhe varet nga “pushtimi” i kanaleve të sinjalizuar.

Kështu, komunikimi i vonuar, është një tipar i cili ndryshon krejtësisht SMS nga thirrjet me zë. Edhe në rastin e shumë dialogjeve të shkurtra ose zë pothuaj monolog, SMS ndryshon në atë të transmetuesit dhe nuk e di nëse marrësi në të vërtetë mori mesazh apo jo.

Karakteristikat qe percakton “te shkruajturit” per nje SMS, në fakt mundeson edhe një komunikim me te matur dhe jo medoemos duhen qe njerëzit e tjerë të dëgjojnë nje bisedë qe kryhet. Ndryshe nga thirrjet me zë, ne te cilat domosdoshmërisht krijohet zhurmë, SMS mundeson nje komunikim te ndryshem nga thirrjet me ze, per vete karakteristikat e cituara me siper.

Së fundi, SMS, është bërë në vitet e fundit një fenomen qe ka njohur rritje dhe perdorim , për grupmosha te caktuara, duke e percaktuar edhe mbështetjen e një identiteti të përbashkët. Duke përdorur kodet që janë specifike (figurat, gjuha, fonetika, etj.), SMS jane bërë në vitet e fundit një metodë komunikimi e preferuar.

Si perfundim, Telefonatat zanore nuk mund te konsiderohen zevendesues te plote apo te afert te SMS-ve, te tilla qe te perfshihen ne te njetin treg perkates

SMS v Mesazh Zanor

Zevendesueshmeria e nje SMS (te shkruajtur) me nje mesazh zanor.

Analiza e zevendesueshmerise ka kuptim ne rast se supozojme se jemi ne kushtet e nje rritje te cmimit te sherbimit te terminimit per SMS, dhe ne kete rast mund te arsyetojme se sa egziston mundesia e zevendesueshmerise ndermjet nje SMS (te shkruajtur) me nje mesazh zanor ne kutine e zerit (telefon fiks, apo celular).

Ka disa karakteristika qe i bashkojne keto dy sherbime, si psh:

Komunikimi mund te ndodhe ne te dy rastet ne kohë të vonuar, egziton mundësia të ruhet edhe diskreti i komunikimit ndërmjet dy formave etj. Por ne duhet te marrim ne konsiderate dhe afatin e ruajtjes per te dy tipet e komunikimit, dhe varet nga kapacitetet e ruajtjes qe kane serverat qe mundesojne ruajtjen e ketij sherbimi.

Te rendesishme per t'u marre ne konsiderate jane edhe gjurmet qe lene te dy sherbimet e cituara te cilat mund te konsiderohen nga marresi si mundesi replike, kthim pergjigje, konfirmim etj. Ne kete menyre, duke lene një gjurmë, ata lejojnë jo vetëm të quhen të ruajtur, por edhe për ripërdorimin si një numër të informacionit te thirrësit (numri i telefonit, datën dhe kohën e dergimit të SMS), gje te cilen nuk e mundeson mesazhi zanor ne menyre te drejteperdrejte.

Një mesazh zëri nuk mund të riprodhohet ne menyre te plote si karakteristikat me shkrim te komunikimit. Në të njëjtën mënyrë mund te arsyetohet edhe anasjelltas per te dy llojet e ketyre sherbimeve qe të shkruarit nuk mund të kthehet ne gjuhën e vet e folur, komunikimin me gojë, pra nuk ka kthim të te gjitha shenjave dhe kodeve specifike për gjuhën e shkruar, e cila përdoret veçanërisht për te shkruajtur një SMS.

Si konkluzion pas ketij arsytimi mund te themi qe:

Mesazhi zanor nuk e zevendeson ne menyre te plote SMS (te shkruajtur).

SMS v MMS

Rritja e volumit te SMS-ve dhe perdorimi masiv i tyre ka bere qe ne vitet e fundit, te perqendrohet vemendja ne zhvillimin e sherbimeve të reja te mesazheve, duke përfshirë MMS (Multimedia Message Service) dhe sherbimet qe mundesohen ne mobile internet, te cilat lejojnë dërgimin e mesazheve të çastit ose me përmbajtje multimediale si: tekst, ze, foto, video, etj.

Sherbimi MMS mundëson nje komunikim më të sofistikuar sesa SMS, p.sh. duke i ofruar mundësinë e dërgimit të një imazhi të marre nga një telefon, nga një aparat fotografik etj. Fillimet e veta sherbimi MMS i ka ne vitet 2006, dhe aktualisht ka nje rritje te ketij sherbimi.

Permiresimi i teknojgjive qe kane te bejne me aparatet e telefonise celulare, ku kane te integruar kamera digjitale etj, ka bere qe te ndikoje ne rritjen e volumit te MMS ne menyre te dukshme.

Gama e shërbimeve të integruara që mundësohen nga rrjeti i telefonisë së lëvizshme, ka krijuar hapësira të reja në konkurrencën e këtyre shërbimeve, të cilat janë të fokusuara aktualisht në navigimin në internet, në modifikimin e terminaleve që lejojnë kryerjen e shërbimeve multimediale etj, ku mund të përmendin mundësitë që ofrohen për kërkime në internet ose përdorimin e e-mailit, apo edhe mundësi për të përdorur chat.

Gjithësesi në gamën e këtyre shërbimeve, specifiku shërbimi SMS, duket si një nga shërbimet që ka një përdorim masiv dhe me karakteristika sunduese në raport me shërbimet e tjera që mundëson përdorimin e rrjetit të telefonisë së lëvizshme.

Shërbimet e cituara më sipër, duhen konsideruar si shërbime plotësuese, dhe jo si shërbime në zëvendësim të plote të shërbimit SMS.

SMS nuk është në zëvendësueshmëri nga shërbime të tjera mesazhesh, si MMS etj, që mundësojnë shërbimet e telefonisë së lëvizshme

Konkluzioni final për zëvendësueshmërinë e shërbimit SMS në tregun e pakicës, nga pikepamja e kërkesës është se:

Shërbimi SMS-së në tregun e pakicës, nuk ka shërbim të plote zëvendësues në të gjitha karakteristikat e tij, pavarësisht nga burimi prej nga origjinohet SMS, nga një rrjet i telefonisë së lëvizshme, nga interneti, apo qoftë edhe nga rrjetet fikse, duke e konvertuar SMS (tekst të shkruar) në nivel IP.

Konkluzioni final për zëvendësueshmërinë e shërbimit SMS nga ana e ofertuesit:

Pas arsytimit të përdoruar më sipër arrijmë në përfundimin se nga pikepamja se kush e ofron shërbimin e SMS, mund të thuhet se nuk ka një zëvendësim nga ana e ofertës, pasi në të gjitha rastet pavarësisht burimit nga origjinohet një SMS, do të destinohet në nevojën e blerjes së shërbimit të terminimit për këtë SMS në rrjetet e operatoreve celular, që për nga vetë natyra e këtij shërbimi, nuk mund të jetë zëvendësues në rrjetet reciproke.

Përfundimisht duke e trajtuar zëvendësueshmërinë e shërbimit të terminimit, në dy anët e saj, kërkesë- ofertë, në tregun e shumicës mund të konkludohet që:

Sipas trajtimit të bëra më sipër në këtë përshkrim shërbimesh dhe arsytimesh të përdorura, rezulton se shërbimi i terminimit për SMS, për shkak të pamundësisë teknike për një operator për të terminuar një SMS në një rrjet tjetër të telefonisë së lëvizshme, për të cilën nuk posedon kartën SIM, nuk ka asnjë tjetër mundësi zëvendësimi të kërkesës në tregun me shumicë.

Rrjedhimisht nuk ka zëvendësimin në tregjet e shitjes me pakicë, në mesazhe me ze, SMS dhe shërbime të tjera të natyrës së mesazheve të ofruara nga rrjetet mobile.

Ndaj duke i konsideruar si zoterues të plote cdo operator celular të rrjetit të tij, pavarësisht teknologjisë mbi të cilën e ka ndërtuar rrjetin e tij GSM, UMTS etj, domosdoshmërisht duhen ofruar shërbimet e interkoneksionit ndërrejt këtyre rrjeteve, me qëllim që të mundësohen shërbimet e cituara më sipër në tregun e pakicës. Terminimi i SMS-ve në një rrjet të caktuar celular i ofruar nga operator i këtij rrjeti nuk mund të ofrohet nga ansje operator rrjeti tjetër si dhe nuk mund të zëvendësohet me terminimin e SMS-ve në një rrjet tjetër. Pra:

terminimi i SMS-ve ne rrjete te ndryshme celulare jane pjese te tregjeve perkates te ndryshem.

II. Dimensioni gjeografik i tregut të SMS-ve

Hapësira gjeografike në të cilën shtrihet shërbimi i rrjetit të telefonisë së lëvizshme, duhet konsideruar si një hapësirë gjeografike që mundësohet edhe shërbimi i ofrimit të SMS-se, për rrjedhojë, konkludohet se dimensionimi i këtij tregu është kombëtar.

Ky konkluzion të mundëson që si hapësirë gjeografike të konsiderohet hapësira gjeografike e mbulimit me rrjet për secilin operator të telefonisë së lëvizshme.

Përfundim:

Tregu përkatës i terminimit të SMS-ve është një treg që identifikohet si treg i vecantë për secilin rrjet të telefonisë së lëvizshme:

- tregu me shumicë i terminimit të mesazheve SMS në rrjetin celular AMC;
- tregu me shumicë i terminimit të mesazheve SMS ne rrjetin celular Vodafone Albania;
- tregu me shumicë i terminimit te mesazheve SMS në rrjetin celular Eagle Mobile;
- tregu me shumicë i terminimit të mesazheve SMS në rrjetin celular Plus Communication;

III.3 APLIKIMI I TESTIT TË TRE KRITEREVE

Në seksionin e mëparshëm u krye një analizë e zëvendësueshmërisë në anën e kërkesës dhe ofertës, për të përcaktuar dimensionet e produktit dhe atë gjeografik për tregun përkatës të terminimit të SMS-ve në një rrjet celular. Duke qënë se tregu i terminimit të SMS-ve në rrjet celular nuk është pjesë e listës së tregjeve që AKEP ka përcaktuar për t'u analizuar në Rregulloren e Analizës së Tregut, atëherë bazuar edhe në përcaktimin e Rregullores së Analizës së Tregut, është e nevojshme që fillimisht të kryhet analiza e testit të tre kritereve për të provuar nëse ky treg ka nevojë për t'u analizuar dhe nderhyrje ex-ante nepermjet masave rregullatore, sipas përcaktimeve në ligj dhe rregullore.

Ndaj ne vijim, AKEP ka bërë vlerësimin nëse tregu i terminimit të SMS-ve në një rrjet celular plotëson tre kriteret si më poshtë:

- *prezenca e barrierave të larta dhe jo-kalimtare të hyrjes;*
- *një strukturë tregu e cila nuk ka tendencë për të shkuar në drejtimin të një konkurrence efektive brenda afatit kohor përkatës; dhe*
- *pamajftueshmëria e ligjit të konkurrencës për të adresuar në mënyrë të pershtatshme dështimin e tregut të marrë në shqyrtim*

Nëse nga kjo analizë e tre kritereve të mësipërme arrihet në përfundimin se ky treg nuk plotëson një nga tre kriteret e referuara më sipër, atëherë AKEP nuk duhet të analizojë këtë treg për fuqi të ndjeshme, për rrjedhojë dhe nuk duhet të vendosë detyrime rregullatore në këtë treg.

Kriteri I-re:

- *tregu i terminimit të SMS-ve, ka prezencë të barrierave të hyrjes dhe këto barrierat janë jo-kalimtare.*

Barrierat e hyrjes janë të natyrave të ndryshme në një treg, por në të gjitha rastet duhen konsideruar si pengesë për konkurrencën në sektorin e komunikimeve elektronike dhe natyra e tyre kryesisht është e klasifikuar si:

- barrierat me natyrë strukturore;
- barrierat me natyrë ligjore, ose rregullatore;

Aktualisht është teknikisht e pamundur që një operator i ndryshëm nga operatori i rrjetit celular p.sh. AMC, të ofrojë terminim të mesazheve SMS në rrjetin AMC. Terminimi i SMS në një rrjet celular mund të kryhet vetëm nga operatori i këtij rrjeti (si edhe terminimi i thirrjeve), dhe ky kushtezim teknik përben një pengesë për hyrje në tregun e terminimit të një operatori celular, pengesë e cila nuk është kalimtare. Ky kushtezim/pengesë është i ngajshëm me terminimin e thirrjeve në një rrjet celular. Si edhe për thirrjet telefonike të destinuar në abonentët e një rrjeti

celular X, edhe per SMS qe dergohen drejt abonenteve te ketij rrjeti celular X, eshte operatori i ketij rrjeti qe mund te beje terminimin e SMS-ve dhe asnje operator tjetër nuk mund ta kryeje kete sherbim. Ne vleresimin e ketij kriteri duhet te mbajm parasysht se behete fjale per terminimin e SMS-ve ne nje rrjet individual celular, qe perben dhe tregun perkates te ercaktuar ne seksionin e meparshem.

Kriteri II:

- *Tregu i terminimit te SMS-ve, nuk ka tendencë për të shkuar në drejtimin e një konkurrence efektive brenda afatit kohor përkatës (minimalisht një periudhe 2 vjecare).*

Sipas perkufizmit te tregut perkates te terminimit te SMS-ve rezulton se nuk eshte e mundur te kete hyres te rinj ne tregun e terminimit te nje operatori celular. Gjithashtu sipas parimit pala thirrrese paguan, rezulton se nje operator celular nuk ka interes te reduktoje cmimin e terminimit te SMS-ve ne rrjetin e vet. Megjithese operatoret celulare ne Shqiperi kane rene dakort per reduktimin e tarifes se terminimit nga 4 ne 3 lek/SMS, ky reduktim nga te kater operatoret celulare ka ardhur pas publikimit te dokumentit te AKEP: orientimi ne kosto i tarifave celulare te operatoreve me FNT (10.02.2011) dhe rekomandimit te AKEP per nje reduktim te tarifes se terminimit te SMS-ve. Ky rekomandim ishte i shoqeruar edhe me paralamerimin se ne rast te mos-reduktimit te tarifave sipas skemes se propozuar nga AKEP, AKEP do te kryente analizen e tregut apo shikonte per mundesi te tjera per orientimin e kosto te tarifave e terminimit te SMS-ve. Ne kete sens, reduktimi nga operatoret celulare i tarifes se terminimit nga 4 ne 3 lek/SMS , nuk mund te konsiderohet shenje se ky treg apo me saktesisht 4 tregjet perkates te terminimit te SMS-ve ne rrjetet e secilit operator celular po shkojne apo kane tendence te shkojne ne konkurrence efektive. A do te kishin vepruar operatoret ne te njejten menyre ne kushtet e mungeses se rekomandimit te AKEP apo nderhyrjes se mundshme nga AKEP? Pergjigja eshte jo, pasi tarifa e terminimit te SMS-ve ka qene ne nivel stabel per shume vite. Qe nje treg te kete tendence te shkoje drejt konkurrence efektive do te thote qe per shkak te faktoreve te ndryshem si rritja e numrit te ofruesve, rritja e fuqise negociuese te bleresve, rritja e presionit konkurrues per kete sherbim te cojne tregun e shqyrtuar ne konkurrence efektive ne periudhe afatshkurter apo afatmesme. Per shkak te karakteristikave te tregut te terminimit te SMS-ve (ne secilin rrjet te operatoreve celulare), qe sic eshte theksuar jane analoge me terminimin e thirrjeve, nuk pritet qe keta faktore te ndryshojne qe te cojne secilin prej 4 tregjeve te terminimit te SMS-ve ne konkurrence efektive.

Pra tregu (tregjet) e terminimit te SMS-ve ne rrjetet celulare nuk kane tendence te shkojne drejt konkurrences efektive.

Kriteri III:

- pamjaftueshmerinë e ligjit të konkurrencës për të adresuar në mënyrë të përshtatshme dështimin e tregut të marrë në shqyrtim

AKEP gjykon se vetem aplikimi i Ligjit nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, nuk është i mjaftueshem për të adresuar në mënyrë të përshtatshme dështimet e tregut të terminimit të SMS-ve, që sic është theksur më sipër është një shërbim interkoneksioni, dhe si i tillë kërkohej ndërhyrja ex-ante e AKEP për të bërë rregullimet e nevojshme.

Ndërhyrja e mundshme e AK do të ishte për abuzim me fuqinë dominuese dhe masa të mundshme nëse kjo vërtetohet do të ishte vendosja e penaltiteteve dhe dhenia e rekomandimeve për AKEP për të ndërhyrë ex-ante, pasi ndërhyrjet e AK janë kryesisht të kufizuara në ndërhyrje ex-post.

Për sa më sipër, AKEP gjykon se tregu (tregjet) i terminimit të SMS-ve, plotëson kriteret për të qënë treg përkatës i justifikueshem për ndërhyrje ex-ante, duke qënë se plotësohen të tre kriteret e nevojshme të përcaktuara. Në këto kushte mendojmë se ky treg duhet të analizohet për fuqi të ndjeshme.

III.4 ANALIZA PËR FUQI TË NDJESHME NË TREG

Per te analizuar ekzistencen apo jo te fuqise se ndjeshme ne treg, neni 33 percakton nje sere kriteresh qe duhet te merren ne konsiderate. Sipas percaktimit te bere rreth perkufizimit te tregut te terminimit te SMS-ve, rezulton qe:

Çdo operator celular është monopolist në ofrimin e shërbimit të terminimit të SMS-ve në rrjetin e vet, dhe mund të konkludohet se secili prej tyre ka FNT.

Por duhet qe kjo specifike te trajtohet ne kuadrin qe shërbimi i terminimit të SMS-ve, është një shërbim i cili i ofrohet operatoreve të tjerë te rrjeteve, dhe për te arritur në përfundimin se një operator ka FNT, qe do te thote ka aftesi ndikuese në percaktimin e cmimit të këtij shërbimi pavarësisht operatoreve të tjerë apo konsumatoreve, është e rëndesishme të analizohen edhe disa faktore të tjerë qe ndikojnë në kete aftesi ndikuese.

Nder faktoret/kriteret e tjere te konsideruar me te rendesishem per t'u analizuar jane konkurrenca e mundshme, fuqia kundervepruese e blereseve te shërbimit te terminimit te SMS-ve dhe tarifimi i ketij shërbimi .

I. Pjesët e tregut

Para se gjithash bazuar ne te dhenat qe AKEP ka per SMS-te , do te fokusohemi ne percaktimin e pjeseve te tregut per sejcilin operator. Percaktimi i tregut te terminimit te SMS-ve si treg me vete per çdo operator celular, do te thote qe secili operator celulare eshte monopolist ne ofrimin e shërbimit te terminimit te SMS-ve ne rrjetin e vet, pra secili operator celular zoteron 100 perqind te tregut perkates. Ne Udhezimin e BE, shprehet qarte se pjesa e tregut me e madhe se 50% (perqind) eshte nje tregues i padiskutueshem i fuqise se ndjeshme ne treg dhe, vetem ne raste te rralla mund te ndodhe qe nje operator me pjese tregu te tille te mos kete fuqi te ndjeshme ne treg¹⁰ .

Përveç faktit që çdo operator ka pjesën e 100% të tregut, është teknikisht e pamundur për hyrje ne rrjetet e brendshme te njeri-tjetrit, sepse nuk u mundesohet nje gje e tille teknikisht, gje qe e individualizon shërbimin e terminimit te SMS-ve ne sejcilin rrjet te ketyre operatoreve. Kjo është theksuar nga udhëzimet e Komisionit Evropian si nje cilesi monopolistike per kete shërbim.

Sejcili nga operatorët AMC, Vodafone Albania dhe Eagle Mobile, Plus Communication zoterojnë 100% (perqind) te tregut te terminimit te SMS-ve ne rrjetet e tyre, nivel shume me i

¹⁰ *According to established case-law, very large market shares — in excess of 50 % — are in themselves, save in exceptional circumstances, evidence of the existence of a dominant position (78). An undertaking with a large market share may be presumed to have SMP, that is, to be in a dominant position, if its market share has remained stable over time.*

larte se pragu 50% perqind i cituar me lart. Keto pjese tregu nuk kane ndryshuar qe nga fillimi i ofrimit te sherbimeve nga secili operator celular dhe nuk pritet te ndryshojne.

Një pjesë e tregut ne nivelin 100% dhe ne kushtet e mungesës të konkurrencës potenciale eshte tregues i rëndësishëm i fuqisë së tregut. Megjithatë, për të vlerësuar ne menyre me te detajuar faktore te tjere, është e nevojshme për të analizuar karakteristika te tjera me natyre ekonomike. Vlerësimin kundërveprues te fuqisë blerëse që mund të përfitojë operatori blerës,apo fuqine e konsumit, duhet ta konsiderojme si nje element te rëndësishëm që karakterizon fuqine e operatorit.

Kjo vlen edhe për të kuptuar nëse ne të vërtetë ekziston mundesia per te vepruar ne menyre te pavarur nga konkurrentët ne kete treg.

II. Konkurrenca e mundshme në tregun e terminimit të SMS-ve në rrjetet celulare

Pozita monopoliste e nje operatori (ofruer) mund te vihet nen presion nga operatore (ofruer) te tjere, nese do te ishte e mundur hyrja e tyre ne treg. Mundesite qe operatore te tjere te hyjne ne tregun e terminimit te SMS-ve ne rrjetin e nje operatori celular nuk ekzistojne.

Qe nje operator te ofroje sherbimin e terminimit te SMS-ve te perdoruesit e nje operatori celular, duhet qe te kete akses ne karten SIM te perdoruesve te ketij operatori. Kjo mundesi nuk ekziston per operoret ekzistues, ashtu edhe per operatore te rinj te mundshem ne treg. Aktualisht kjo mundesi nuk ekziston per ofrimin e terminimit te asnje lloj operatori rrjeti celular apo fiks.

Përfundimisht:

Operaret e rrjetit të telefonise së lëvizshme AMC, Vodafone Albania; Eagle Mobile dhe Plus Communication nuk kërcenohen nga operatorë te tjerë të mundshem që të hyjnë në treg dhe të ofrojnë shërbimin e terminimit të SMS-ve në rrjetet e tyre celulare.

III. Fuqia kundërvepruese e bleresve te terminimit te SMS-ve ne rrjetet celulare

Por pozita e nje operatori, qe eshte monopol ne ofrimin e nje sherbimi, i cili nuk perballat me mundesine (kercenimin) e futjes ne treg te subjekteve te tjere, mund te jete me e dobet nese ekzistojne bleres te sherbimit, te cilet zoterojne fuqi te larte negociuese. Fuqia e larte negociuese eshte rezultat, kryesisht, i sasise se madhe te sherbimit te kerkuar nga pala blerese, dhe interesit te shitesit per te mos humbur kete klient. Ky eshte nje nder kriteret me te rendesishem per analizimin e FNT ne tregun e terminimit, pasi megjithese nje operator eshte monopolist, shpesh

ky shërbim i ofrohet një numri të kufizuar blerësish dhe në këto rast fuqia kundërvepruese e blerësve është shumë më e madhe se në rastet kur blerësit janë përdorues të vegjël, siç është shpesh rasti në tregjet me pakicë. Mund të ndodhë edhe më tej që në anën e blerësit të jete një operator i vetëm, dhe pozita e ofruesit monopolist nuk është e njëjta me rastin kur janë shumë blerës të vegjël të shërbimit.

Megjithatë në blerjen e terminimit nga operatorët është e pritshme të ekzistojë fuqi kundërvepruese e blerësit, ky kriter duhet shqyrtuar në aspektin e aftësisë së blerësit apo blerësve për të bërë jo-fitmprues për ofruesin një rritje jo-kalimtare të cmimit prej tij.

Në anën e blerësit të shërbimit të terminimit të SMS-ve në një rrjet celular janë operatorët e tjerë celularë, apo origjinues të tjerë të SMS-ve, vendas dhe të huaj. Gjithashtu pale blerëse e shërbimit të terminimit të SMS-ve mund të konsiderohen qoftë divizionet me pakicë (retail) të vetë operatorit celular: vetë-ofrimi i shërbimit të terminimit për SMS, duke e konsideruar si pjesë e të njëjtit treg, pavarësisht se në këto rast ky shërbim duhet konsideruar si një shërbim që mundëson kryerjen me sukses të një SMS-je brenda rrjetit të vetë operatorit.

Në marrëdhëniet ndërmjet dy rrjeteve të operatorëve celularë, megjithatë operatori tjetër celular ka fuqi kundërvepruese, negociimi në këto rast është për tarifat terminimi e cila do të aplikohet për të dy operatorët edhe në marrëdhënie me të tjerët. Në kushtet e trafikut të balancuar të SMS-ve midis dy operatorëve celularë, secili prej tyre ka stimul për tarifat më të larta të shërbimit të terminimit të SMS-ve në rrjetin e vet, pasi konsiderohet si një mundësi të ardhurash. Nëse do të referoheshim ecurisë së tarifës së terminimit të SMS-ve në rrjetet celularë në Shqipëri, ajo rezultoi të jete 4 lek/SMS dhe e pandryshuar për shumë vite. Kjo tarifë nuk ka ndryshuar as me hyrjen në treg të Eagle Mobile dhe të Plus Communication.

Gjithashtu vlen të theksohet se në komentet e konsultimit publik për "Orientimin në kosto të tarifave celulare" të kryer në janar 2011, ku AKEP midis të tjerave rekomandoi reduktimin e vullnetshëm të tarifës së terminimit sipas një grafiku të skeduar në kohë, të katër operatorët celularë u shprehën kundër këtij rregullimi.

Në kohë të informacionet e fundit të derguara nga operatorët celularë, ata janë shprehur se kanë rënë dakort për reduktim nga 4 në 3 lek/SMS. Megjithatë, siç është cituar më sipër kjo ulje ka ardhur për shkak të presionit rregullator të shprehur në dokumentin Orientimi në kosto të tarifave celulare të operatorëve me FNT (10.02.2011) dhe gjithsesi nuk është plotësisht në linjë me rekomandimin e këtij dokumenti të AKEP.

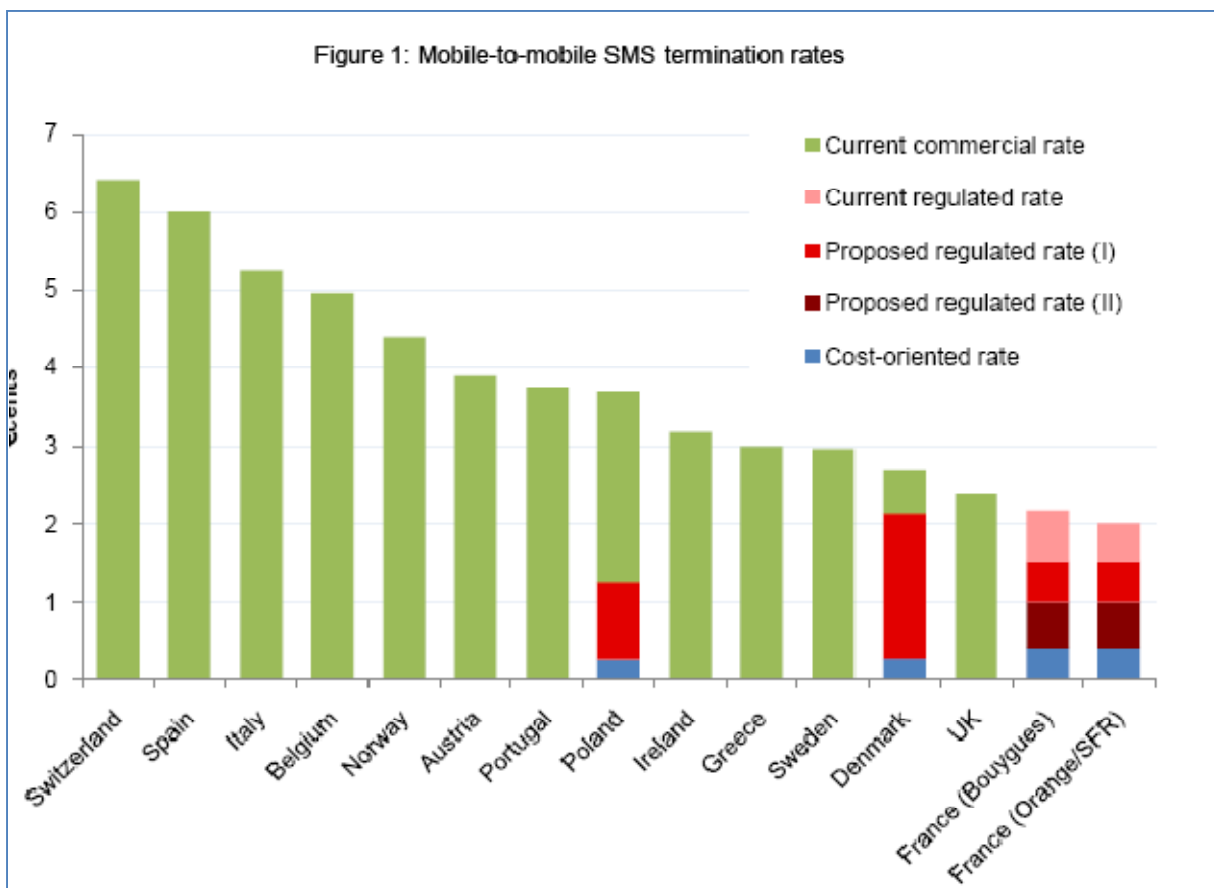
Informacioni i mësipërm, tregon se një operator celular nuk ndeshet me fuqi kundërvepruese nga operatorët e tjerë celularë, pasi ata nuk kanë stimul për të bërë një gjë të tillë.

Në këtë kuptim mund të thuhet që, fuqia kundërvepruese e blerësit të terminimit të SMS-ve, nuk ushtron ndonjë presion të konsiderueshëm për palën ofruese të këtij shërbimi.

IV. Përvoja rregullatore në vendet e rajonit dhe të BE-së

Nga të dhënat për terminimin e SMS-ve në vendet e BE rezulton se tarifa e terminimit të SMS-ve varion nga 2.39 eurocent-6.5 eurocent për SMS (3.3 lek-9 lek), sipas të dhënave në Figurën e mëposhtëme.

FIGURA III.2: TARIFAT E TERMINIMIT TË SMS-VE NË VENDET E BE (2011)



Burimi: Cullen International

Përvoja rregullatore në vendet e BE për rregullimin e shërbimit të terminimit të SMS-ve është me e paket dhe shumë e ndryshme nga rregullimi i terminimit të thirrjeve zanore (i cili është objekt rregullimi në të gjitha vendet e BE dhe për të gjithë operatorët aktive). Tregu i terminimit të SMS-ve nuk është në listën e tregjeve përkatës të Komisionit Europian (2003 apo 2007), por Komisioni ka trajtuar këtë çështje dhe ka lënë të hapur dhe në varesi të situatave specifike që ka çdo vend nevojën për t'u analizuar nga autoritetet rregullatore kombëtare.

Ne dokumentin COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT, EXPLANATORY NOTE (Brussels, 13/11/2007 SEC(2007) 1483/2), qe shoqeron Rekomandimin e KE te vitit 2007 per tregjet perkates, KE eshte shprehur midis te tjerave se per te percaktuar nese terminimi i SMS-ve ka te njejtat probleme te fuqise ne treg si terminimi i thirrjeve, eshte ne gjykimin e rregullatorit te konsideroje percaktimin e nje tregu shtese te vecante per SMS-te¹¹.

Sipas informacioneve te deritanishme

- Franca dhe Danimarka jane te vetmet vende qe kane nderhyre ne rregullimin e terminimit te SMS-ve:
 - a. **Franca** me analiza tregu dhe vendime per FNT qe ne vitin 2006 ka reduktuar terminimin gradualisht nga 5-6 eurocent ne 3-3.5 eurocent/SMS. Ne vitin 2010, rregullatori ARCEP vendosi reduktim tjetër te pershkallezuar me 3 faza (Tetor 2010, 2011 dhe 1.07.2012): nga 3-3.5 eurocent ne 1 eurocent/SMS me 1.07.2012. Nderkohe kostoja BULRAIC per terminimin e SMS-ve ne France ka rezultuar 0.4 eurocent/SMS.
 - b. **Danimarka**: ne Korrik 2010 ka shpallur me FNT operatorët celulare per terminimin dhe ka vendosur reduktimin e tarifës nga 2.68 ne 2.14 eurocent. Kostoja LRAIC ka dale 0.27 eurocent/SMS dhe nuk eshte percaktuar ende afati i orinetimit te tarifës se terminimit ne koston LRAIC.
- **Polonia**: Kostoja ka dale 0.25 eurocent per SMS, por rregullatori ka deklaruar se cmimi 1.25 eurocent per SMS eshte i arsyeshem dhe nuk ka vendosur ende kete shërbim nen-rregullim. Komisioni ka kritikuar kete trajtim te rregullatorit.
- **Anglia**: Rregullatori OFCOM ka deklaruar ne 2006 se do te beje nje analize tregu per terminimin e SMS-ve ne 2007, por nuk e ka kryer ende kete analize.

V. Përfundime mbi fuqine e ndjeshme ne tregun e analizuar

Pas faktorëve të analizuar në lidhje me shërbimin e terminimit të SMS-ve, AKEP arrin në konkluzioni se në mungesë të rregullimit të terminimit të SMS-ve, operatorët e rrjeteve te telefonise së lëvizshme, kanë të gjitha mundësite të veprojnë në menyre të pavarur nga njëri tjetri, dhe bazuar në parimin se kush paguan shërbimin e terminimit të SMS-se, të gjithë faktorët që mund të inkurajojnë zvoglimin e kesaj tarife, do të jenë në disfavor të konsumatorit, apo

¹¹ *The market identified in this Recommendation is the same as the one identified in the initial Recommendation, i.e. voice call termination on individual mobile networks. To the extent that the exchange and termination of SMS are considered to result in similar market power problems, it is open to NRAs to consider defining and notifying an additional separate market for SMS.*

pëdoruesit final të SMS-së. Për rrrjedhojë, aktualisht si pasojë e pamundësisë teknike për të nderhyrë , apo neglizhuar statusin e monopolit në sejcilin nga rrjetet e operatoreve të telefonisë së lëvizshme, do të rezultojë fuqi e ndjeshme në këtë treg nga sejcili nga operatorët e rrjetit të telefoniëe së levizshme.

Në analizën e faktorëve të marrë në konsideratë për fuqinë e ndjeshme në tregjet perkatës, rezulton se:

- Secili prej operatoreve AMC, Vodafone Albania, Eagle Mobile dhe Plus Communication zoteron 100% (përqind) te tregut te terminimit te SMS-ve ne rrjetet e tyre;
- Operoret celulare nuk perballen me kercenimin e hyrjes ne tregjet e tyre te terminimit te operatoreve te tjere, qe do te ishin te afte te kryenin edhe terminimin e SMS-ve ne keto rrjete;
- Operoret celulare nuk ndeshen me fuqi kundervepruese nga operoret e tjere celulare per reduktimin e tarifes se terminimit te SMS-ve;
- Ne mungese te nderhyrjes se AKEP operoret celulare nuk kane stimuj per te ulur tarifen e terminimit te SMS-ve, por kane arsyet per te mbajtur ne nivele te larta te paarsyeshme keto tarifa.

Kriteret e marra ne shqyrtim nuk pritet te ndryshojne te pakten ne nje periudhe afatmesme, ne menyre qe te eliminojne aftesine ndikuese te operatoreve ne tregjet perkates te terminimit te SMS-ve.

Duke marrë në konsideratë faktorët (argumentat) e mesipërm, AKEP gjykon se operatorët Vodafone Albania, AMC, Eagle Mobile dhe Plus Communication përmbushin kriteret për fuqi të ndjeshme në tregjet përkatëse të terminimit të SMS-ve në rrjetet e tyre celulare.

III.5 MASAT RREGULLATORE PËR TERMINIMIN E SMS-VE NË RRJETET CELULARE

AKEP, gjykon se detyrimet rregullatore që duhen vendosur në lidhje me shërbimin e terminimit në nivelin e shumicës për operatorët e rrjeteve të telefonisë së lëvizshme duhet të jenë:

- 1) *Detyrimi i Mosdiskriminimit*
- 2) *Detyrimi i transparencës*
- 3) *Detyrimi për akses dhe interkoneksion dhe përdorimi i përbashkët i faciliteteve të rrjetit*
- 4) *Detyrimi për kontroll të tarifave dhe sistemin e mbajtjes së llogarive*

Nenet 46 dhe 52 përmbajnë detyrime për sipërmarresit me FNT në lidhje me aksesin/interkoneksionin, ndërsa 55-59, përmbajnë përcaktime në lidhje me detyrimet për kontrollin dhe rregullimin e tarifave dhe zbatimin e tyre.

Rekomandimet e ERG për zgjidhjen e problemeve që mund të ndeshen në tregun e terminimit kryesisht janë për tregun e terminimit të thirrjeve, por edhe terminimi i SMS-ve, në kushtet e analizës së tregut të SMS-ve, nuk mund të përjashtohen nga e njëjta llogjike e te arsyetuarit që është përdorur në terminimin e thirrjeve në rrjetet e telefonisë së lëvizshme, sepse ka të njëjtën llogjikë dhe analogji, pavarësisht se bëhet fjalë për shërbime të ndara.

Aplikimi i vetëm detyrimeve të mos-diskriminimit dhe transparencës nuk konsiderohen të mjaftueshëm për eliminimin e këtyre problemeve.

ERG udhëzon se ka edhe probleme të tjera që mund të krijojnë sipërmarresit me FNT, siç janë diskriminimi me terma jo-tarifore. Keto probleme mund të krijohen edhe në prezencë të detyrimit të mos-diskriminimit dhe kontrollit të tarifave, nëse detyrimi i mosdiskriminimit nuk shoqërohet me masa të tjera parandaluese. Nder këto probleme të diskriminimit jo-tarifor mund të përmendim vonesë në dhënien e aksesit, ku operatori me FNT ka interes të aplikoje strategji vonuese ndaj operatorëve të cilëve u jep akses në rrjetin e tij.

Rekomandimi i ERG për të eliminuar strategjitë vonuese është shoqërimi i detyrimit të mos-diskriminimit me detyrimin për dhënien e Garancive apo marrëveshjes së Nivelit të Shërbimit (Service Level Agreement-SLA) si dhe publikimin e Treguesve Kryesorë të Performancës (Key Performance Indicators -KPI). Nëpërmjet këtyre detyrimeve, sipërmarrësi me FNT detyrohet të paguaje kompensim për vonesat apo deshtimin e ofrimit të shërbimit sipas afateve kohore dhe cilësisë së rënë dakort.

AKEP, merr në konsideratë edhe përvojën rregullatore në disa nga vendet e BE-së, si Franca, Danimarka, Polonia etj, në lidhje me rregullimin e këtij tregu, problematikën e gjetur në analizat e kryera etj, llojin e detyrimeve rregullatore të vendosura. AKEP gjykon se për të realizuar objektivat rregullatore, të listuara në pikën 3 të nenit 7 të Ligjit, për FNT për terminimin e SMS-

ve ne rrjetet celulare, te gjitha masat e cituara jane te nevojshme per Vodafone , AMC, Eagle Mobile dhe Plus Communication te aplikohen detyrimet e Mosdiskriminimit, Transparences, dhënies Aksesit dhe kontrolli i tarifave.

AKEP gjykon se detyrimet e mësipërme janë të nevojshme për të realizuar objektivin e përgjithshëm të nxitjes së konkurrencës efektive për sigurimin e rrjeteve dhe shërbimeve, faciliteteve shoqëruese dhe shërbimeve të tjera, me qëllim:

a) krijimin e mundësisë së çdo kategorie përdoruesish të shërbimeve të komunikimeve elektronike, përfshirë edhe përdoruesit me nevoja të veçanta, që kundrejt tarifave në çdo rast jo më të larta se tarifat mesatare të vendeve të BE-së, mbi bazën e përzgjedhjes të përfitojnë maksimalisht shërbime alternative, cilësore dhe në përputhje me standardet e miratuara nga AKEP-i;

ç) sigurimin e konkurrencës së lirë dhe efektive në sektorin e komunikimeve elektronike;

dh) për të nxitur investimet efikente në infrastrukturën e komunikimeve elektronike dhe zhvillimet e reja teknologjike për një cilësi të lartë të produkteve të tyre;

e) për të nxitur përdorimin e frytshëm të frekuencave dhe serive numerike si burime të fundme;

ë) për të siguruar mosdiskriminimin dhe barazinë në trajtimin e ofruesve të rrjeteve dhe shërbimeve të komunikimeve elektronike.

Detyrimet që kanë lidhje me:

- a) Mosdiskriminim
- b) Dhënie akese dhe interkoneksioni
- c) Transparencë

Këto detyrime që aktualisht janë të vendosura në rrjetet e AMC, VODAFONE dhe EAGLE MOBILE, por ndryshimi konsiston në specifikimin konkret për ofrimin e shërbimit të terminimit të SMS-ve në rrjetet e tyre, ndaj edhe në përshkrimin e tyre, tre detyrimet e sipërcituara nuk kane ndonje ndryshim nga detyrimet e vendosura për terminimin e thirrjeve në rrjetet e tyre të telefonise së levizshme.

Kështu për efekt të këtij dokumenti, ato do të prezantohen si në vijim:

Detyrimi i Mosdiskriminimit (neni 39)

Ky detyrim shërben për te mos-lejuar diskriminim midis operatoreve perfitues si edhe diskriminin e tyre ndaj filialeve apo partnereve të vet. Per rritjen e efektivitetit të këtij detyrimi, AKEP gjykon se është e nevojshme edhe detyrimi për dhënien e Garancive apo marreveshjes së Nivelit të Shërbimit (Service Level Agreement-SLA) si dhe publikimin e Treguesve Kryesore të Performancës (Key Performance Indicators -KPI), të pershkruar me sipër.

Per sa i perket publikimit te ofertes reference per terminimin e SMS-ve, bazuar edhe ne pervojen ne vendet qe kane vendosur detyrime per terminimin e SMS-ve, AKEP gjykon se nuk eshte e nevojshme publikimi i RIO per SMS nga operatoret celulare. Operatoret do te duhet te depozitojne ne AKEP marreveshjet e interkoneksionit te lidhura per terminimin e SMS-ve ne rrjetet e tyre.

Detyrimi për mos-diskriminim nuk konsiderohet i mjaftueshem për të eliminuar stimujt për mos-dhënie apo vonesa në dhënie aksesi për terminim, tarifa te larta terminim dhe jo te orientuara në kosto, mungesë transparence.

Detyrimi i transparencës (Neni 40)

Ne lidhje me kete detyrim, operatoret celulare do te duhet te bejne publike tarifat e terminimit et SMS-ve ne rrjetet e tyre.

Ashtu si edhe detyrimi i mos-diskriminimit, ky detyrim nuk konsiderohet i mjaftueshem për të eliminuar stimujt për mos-dhënie apo vonesa në dhënie aksesi për terminim, tarifa të larta terminim dhe jo të orientuara në kosto

3. Detyrimi për akses dhe interkoneksion dhe përdorimi i përbashkët i faciliteteve të rrjetit (Neni 42)

Ky detyrim i percaktuar dhe pershkruar në nenin 39 të Ligjit, kërkon që AKEP të vendosë një, disa, apo të gjitha prej masave të parashikuar në piken 3. AKEP gjykon se për FNT për terminimin e mesazheve SMS në rrjetet celulare, janë të nevojshme masat:

- a) t'u ofrojë palëve të treta akses dhe interkoneksion në rrjet dhe elementet e tij;
- c) të mos anulojë aksesin në facilitetet, kur e ka dhënë atë;
- ç) të negociojë me dëshirën e mirë dhe me mirëbesim me subjektet, që kërkojnë akses;
- dh) të ofrojë bashkëvendosje ose forma të tjera të përdorimit të përbashkët, përfshirë ndërtesat, tubacionet kabllore ose shtyllat, kullat;
- ë) të ofrojë akses në sistemet mbështetëse funksionale ose sistemet e ngjashme informatike (*softëare*), të nevojshme, për të siguruar konkurrencë të ndershme në ofrimin e shërbimeve;
- f) të interkonektojë rrjetet ose facilitetet e rrjetit.

Sic eshte sqaruar ne perkufizimin e tregut, terminimi i SMS-ve perfshin vetem terminimin e SMS-ve te origjinuara ne rrjetet celulare, dhe ne kete sens secili operator celular me FNT per terminimin e SMS-ve ne rjetin e tij ka detyrimin t'u ofroje operatorëve te tjere celulare akses per terminimin e SMS-ve te origjinuara ne rrjetet e tyre.

4. Detyrimi për kontroll të tarifave dhe orientim në kosto

Kjo është masa rregullatore që kërkon vëmendje të vecantë dhe që aplikohet për herë të parë. Në ndryshim nga masat e tjera rregullatore, të cilat aktualisht janë të aplikueshme në tregun e shërbimeve celulare (në tregun e terminimit të thirrjeve për rrjetet celulare, përveç operatorit Plus Communication), eficaenca e kësaj mase konsiderohet me rëndësi themelore sipas kësaj analize. Kontrolli i tarifës së terminimit të SMS-ve në nivelin e shumicës, do të duhet të orientohet drejt koston, pasi aktualisht AKEP ka rezultatet e gjetura spas projektit BU-LRAIC, për të cilën AKEP ka konsultuar edhe dokumentin në të cilin përcakton orientimin e tarifave të shërbimeve të orientuara drejt koston dhe aktualisht është marrë vendimi final mbi dokumentin e konsultuar. Këtu është përfshirë edhe shërbimi i terminimit të SMS-ve. Por duke qënë se tregu i terminimit të SMS-ve, nuk është në listën e tregjeve për t'u analizuar, është lënë e hapur mundësia e analizës së ketij tregu, duke e lënë në kompetencën e rregullatorëve në vendet perkatëse. Një gjë e tillë është parashikuar edhe në rregulloren e analizës së tregut, miratuar me VKD nr.747 datë 17.07.2009.

Vendosja dhe aplikimi i kësaj mase rregullatore, rregullimi i tarifës me shumicë të terminimit të SMS-ve dhe orientimi në koston BULRAIC, konsiderohet e justifikueshme, sepse pavarësisht të gjithë faktorëve të analizuar dhe të sjellë në vëmendje në këtë dokument, shërbimi i SMS-ve konsiderohet në një konkurrence jo-efektive.

Ne dokumentin per konsultim publik u propozua si ne vijim:

Rezultatet e modelit BU-LRAIC tregojnë se kostoja për terminimin e mesazheve SMS është 0.58 lek/SMS, e cila është shumë më e ulët se tarifa aktuale e terminimit prej 4 lek/SMS. AKEP gjykon se tarifa aktuale e terminimit të SMS në nivel 7 herë më të lartë se kostoja e ofrimit eficient, tarifë e cila ka një ndikim negativ në zhvillimin e konkurrencës për këtë segment të tregut dhe minimizon dukshem perfitimet e konsumatoreve për këtë shërbim. Ndaj AKEP propozon që tarifa e terminimit të SMS-ve të vijojë reduktimin e saj, sipas vlerave të dhëna në tabelën e mëposhtme:

TABELA III.5 REDUKTIMI I PËRSHKALLËZUAR I TARIFAVE TË TERMINIMIT TË SMS-VE NE RRJETET CELULARE PËR ORIENTIM NË KOSTO BU-LRAIC (KONSULTIM PUBLIK)

	1 Tetor 2011	1 Mars 2012	1 Shtator 2012	1 Shtator 2013
AMC Vodafone EM Plus Communication	2.40	1.44	0.86	0.58

Tarifat ne Lek/SMS pa TVSH

Vlerat në tabelën e mesiperme janë të njëjta me rekomadimin e AKEP të dhënë në dokumentin “Orientimi në kosto i tarifave të shërbimeve të operatorëve celularë me FNT Dokumenti final”, dokument i miratuar me VKD nr.1505, datë 10.02.2011, përveç ndryshimit të afateve kohore të dy fazave të para. Ndryshimi i afateve të dy fazave të para është i nevojshëm pasi AKEP nuk mund të marrë vendime me efekte retrospektive.

Ne kete version perfundimtar te analizes duke marre ne konsiderate komentet e operatoreve, si edhe:

- menyren e rregullimit te tarifes se terminimit te SMS-ve ne raport me kostot ne vendet (aktualisht vetem dy vende) qe kane aplikuar rregullim te tille
Sic eshte theksuar aktualisht vetem dy vende kane bere analize per FNT dhe kane vendosur masa rregulluese per terminimin e SMS-ve: Franca dhe Danimarka. Edhe ne keto dy vende bie ne sy fakti se megjithese kostoja LRIC e terminimit ka dale ne vlera 0.27 deri ne 0.4 eurocent/SMS, tarifa e terminimit sipas reduktimit te pershkallezuar eshte vendosur ne vlera me te medha se keto kosto (Danimarka: 2.68 eurocent nga 0.27 eurocent; Franca 1 eurocent ne vitin 2012 nga rreth 0.4 eurocent qe eshte kosto).
- Niveli i tarifave te terminimit ne vendet e BE, ku vihet re se tarifat variojne nga 2 eurocent (2.8 lek) ne 6.5 eurocent (9 lek), si edhe faktin qe Franca si vendi me aktiv ne rregullimin e terminimit te SMS-ve ka vendosur si vlere finale te glide path ne 2012, 1 eurocent apo 1.4 lek/SMS).
- risku i rritjes se stimuljve per dergimin e mesazheve SMS spam per shkak te tarifes shume te ulet.
Ne rregullimin e tarifes se terminimit te SMS-ve vihet re se pr tarifa shume te uleta rritet ndjeshem risku i dergimit te SMS-ve spam, e cila redukton perfitimet e konsumatoreve, pavaresisht masave qe mund te merren per reduktimin apo kontrollin e tyre.
- kohen e publikimit te ketij versioni final te analizes dhe vendimeve respektive per FNT, Aplikimi i fazes se pare me 1.10.2011 nuk eshte praktik pasi kjo analize dhe vendimet respektive po publikohen pas dates 1.10.2011. Gjithashtu operatoret tashme kane reduktuar tarifen e terminimit nga 4 ne 3 lek/SMS.

AKEP ka bere disa ndryshime ne tabelen e reduktimit te pershkallezuar te tarifes se terminimit e SMS-ve, ne lidhje me afatet e aplikimit te tarifave maksimale duke bere disa spostime ne kohe te ketyre afateve. Afatet dhe niveli maksimal i tarifave te terminimit te mesazheve SMS nen rregullim, per tu aplikuar nga kater operatoret me FNT, jane dhene ne tabelen e meposhteme.

TABELA III.6 REDUKTIMI I PËRSHKALLËZUAR I TARIFAVE TË TERMINIMIT TË SMS-VE NE RRJETET CELULARE PËR ORIENTIM NË KOSTO BU-LRAIC (FINAL)

	Aktuale	1 Janar 2012	1 Shtator 2012	1 Shtator 2013
AMC				
Vodafone	3.00	2.40	2.00	1.44
EM				
Plus Communication				

Tarifat në Lek/SMS pa TVSH

Ne tabelen e mesiperme jane hequr dy faza te cilat synonin barazimin e tarifes se terminimit me koston BULRAIC qe ishte parashikuar te kryhej me 1.09.2013 (ne dokumentin e konsultimit publik dhe rekomandimin e AKEP me 10.02.2011), duke lene vleren 1.5 te arrihet ne 1.09.2013. Kjo vlere eshte e njejte me tarifen me te ulete te terminimit qe do te jete e aplikuar ne vendet e BE (Franca). Nderkohe barazimi i vleres se tarifes se terminimit te SMS-ve me koston BULRAIC do te jete objekt vleresimi nga AKEP ne analizen e tregut te rradhes qe do kryhet sipas percaktimeve te ligjit 9918, e cila do te duhet te kryhet maksimumi brenda dy viteve. Ne kete menyre AKEP do te kete mundesine qe te rishikoje praktikat me te mira nderkombetare e lidhje me rregullimin e SMS-ve dhe te vleresoje efektin e rregullimit te kryer deri ne 2013.

Qëllimi kryesor i masave rregulluese për terminimin e SMS-ve është që të arrihet konkurrenca efektive në nivelin me pakicë dhe përfitime më të mëdha për përdoruesit. Situata në tregun me pakicë të shërbimeve celulare ka evoluar gjatë periudhës Mars 2010-aktualisht, ku ndër ndryshimet me kryesore përmendim:

- fillimin e ofrimit të shërbimeve nga Plus Communication në fund të muajit Nëntor 2010;
- dhënien e autorizimit për frekuencat 3G për Vodafone Albania dhe se fundmi edhe per AMC;
- implementimin e portabilitetit të numrit celular;
- marrja e vendimeve të AKEP per orientimin në kosto të tarifave të terminimit të thirrjeve në rrjetet celulare.

Megjithatë në vlerësimin e tregut me pakicë të SMS, u konkludua se ka disa probleme në tarifrat me pakicë të paketave standarte dhe ka mundësi për një shpërndarje më të mirë të përfitimeve midis të gjithë kategorive të përdoruesve celularë. Nëpërmjet vendosjes nën-rregullim dhe reduktimit te ndjeshem te tarifes me shumicë së terminimit të SMS-ve, (62%: nga 4 lek ne 1.5 lek/SMS) AKEP pret që reduktimi i tarifave të terminimit për SMS, të shoqërohet apo ndjehet në reduktime të tarifave me pakicë për SMS.

ANEKS 1. KOMENTET NE KONSULTIM PUBLIK DHE QENDRIMI AKEP

Gjate fazes se konsultimit publik, AKEP kishte hartuar disa pyetje rreth te cilave kerkonte komente nga palet e intersuara, duke mos u kufizuar te drejten per t'u shprehur edhe jashte ketyre pyetjeve.

Ne perfundim te fazes se konsultimit kane sjellur komentet e tyre te kater operatoret celulare, AMC; Vodafone Albania; Eagle Mobile dhe Plus Communication.

Duke falenderuar operatoret per komentet e tyre mbi kete dokument si dhe duke qene se komentet jane voluminoze, pasi jane paraqitur edhe ne formen e nje sinteze te pergjithshme, si dhe duke bere perseritjen e tyre ne pergjigjet e dhena per pyetjet e hartuara nga AKEP.

Ndaj per orientim te lexuesit, ne vijim do te gjeni nje renditje te tille:

- pyetjen e hartuar nga AKEP, komentet e secilit operator mbi kete pyetje si dhe qendrimin e AKEP, dhe konkretisht:

1. Cili është opinioni juaj në lidhje me përfundimet e AKEP për tregun me pakicë dhe tarifatat e mesazheve SMS?

Pergjigje e AMC:

Gjate ketyre viteve te fundit ne Shqiperi vihet re nje rritje e konsiderueshme ne perdorimin e SMS-ve nga ana e abonenteve si brenda rrjetit ashtu dhe midis rrjeteve te operatoreve mobile. Shtimi i perdorimit te SMS-ve ka ardhur si pasoje e dy faktoreve kryesore:

- a) rritja e numrit te operatoreve mobile qe jane aktiv ne treg.
 1. Mund te permendim faktin se ne Shqiperi me nje popullesi pre 3.2 milion banoresh operojne 4 operatore mobile, te cilet e kane rritur ndjeshem konkurrencen midis tyre duke krijuar nje mjedis mjaft konkurues.
- b) shtimi i paketave tarifore per SMS-te si brenda ashtu dhe jashte rrjetit (on/off net).

Pra, sic evidentohet dhe me siper, konkurrenca ne nivelin retail, te shitjes me pakice ka ardhur gjithnje ne rritje duke iu pergjigjur nevojave te ndryshme qe kane konsumatoret per te komunikuar midis tyre. Futja ne treg e paketave te ndryshme tarifore ka cuar si rrjedhoje dhe ne uljen e tarifave te SMS-ve, gje e cila deshmon per nje konkurrence me te madhe ne politikat tarifore drejt abonenteve te ndjekura keto dy vitet e fundit (me futjen ne treg te operatorit te trete dhe te katert ne treg).

Rritja e konkurrences ne nivelin retail eshte nje tregues qe deshmon se ajo do te vazhdoje dhe ne te ardhmen, si pasoje e nje lufte gjithnje e me te ashper midis operatoreve mobile per t'u ofruar abonenteve tarifa dhe paketa tarifore gjithnje e me afer ekzigjencave te tyre.

Tregu mobile retail, si ne shume vende te tjera te Europes dhe rajonit eshte shume konkurrues. SMS-te jane pjese e nje grupi te gjere sherbimesh qe blihen nga abonenti ne tregun mobile retail. Duke gene se dhe cmime ne nivelin retail po behen me konkurruese me kalimin e viteve, atehere mendojme qe nuk ekzistojne probleme te tregut ne lidhje me plotesimin e kerkesave te abonenteve.

Ketu duhet marre parasysh dhe futja e portabilitetit te numrit (qe ka rritur me tej nivelin e konkurrences ne sektorin e telefonise celulare), faktor i cili do t'i shtyje akoma me teper kompanite qe t'u afrohen kerkesave te abonenteve me tarifa me konvenciente dhe me ekonomike se rivalit e tyre, qe duhet pare dhe si politike per te mbajtur klientelen aktuale por dhe si menyre per te zgjeruar me tej kuoten perkatese te tregut ne nivel abonentesh.

Nuk duhet lene menjane dhe nje faktor tjetër: dhenia se afermi e licenses tjeter 3G nje operatori tjeter celular, qe do te beje te mundur shtimin e larmishmerise se sherbimeve, qe do te ndikoje ne uljen e metejshme te tarifave dhe per sherbimet SMS.

Pra, pervec evidentimit qe i eshte bere ne kete analize nivelit te tarifave per SMS nga AKEP, ne mendojme qe ne pjesen e analizes per tregun retail te SMS-ve duhej shtuar dhe evidentimi i dy faktoreve (portabiliteti dhe futja e sherbimeve 3G), ne menyre qe analiza te merrte parasysh dhe dinamiken dhe rezultatet qe ato do te sjellin ne rritjen e metejshme te konkurrences midis operatoreve ne tregun e SMS-ve.

Gjithashtu, AMC nga muaji Mars 2011 ka ulur dhe tarifen e terminimit nga 4 leke ne 3 leke/SMS (reduktim ne nivelin 25%), duke iu afruar tarifes prej 2.40 leke te propozuar nga AKEP duke filluar nga Tetor 2011, si dhe koston se terminimit te SMS-ve, duke ndermarre me nismen e saj reduktimin e tarifes se terminimit te SMS-ve, qe mudn te sherbeje dhe si nxitës per operatorët e tjere ne uljen e tarifave perkatese te terminimit te SMS-ve. Ne kete menyre, nje nderhyrje e metejshme ne kete drejtim nga ana e AKEP nuk do te rezultonte e nevojshme, pasi eshte vete konkurrenca midis operatoreve ne kete drejtim qe do te coje ne uljen e tyre.

Perfundimet e evidentuara nga AKEP-i per nivelin retail tregojne nje rritje te konsiderueshme te konkurrences, cka perputhet dhe me opinionin tone ne lidhje me kete pike, e theksuar kjo akoma me tej dhe me implementimin e dy faktoreve te tjere qe luajne nje rol teper te rendesishem ne rritjen e konkurrences: portabiliteti i numrit dhe licenca e dyte per ofrimin e sherbimeve 3G.

Pergjigje e Vodafone Albania:

- ❖ **Vodafone Albania konsideron se perfundimet e AKEP ne Projekt-Analizen e Tregut mbi gjendjen e tregut me pakice te SMS-ve ne Shqiperi jane te pambeshtetura ne fakte dhe japin nje tablo jo te sakte te realitetit e nuk mund te perdoren ne asnje menyre per te perkufizuar e rregulluar tregun e terminimit te SMS-ve ne Shqiperi.**

- ❖ **Vodafone Albania konsideron se tregu i pakices per SMS-te ne Shqiperi ofron perfitime me cmime reale (oferta e paketa) mjaft te favorshme si per SMS-te me destinacion brenda rrethit edhe per SMS-te me destinacion jashte rrethit, si per SMS-te per pajtimtare me parapagese edhe per ata me paspagese (kontrate), pra per te gjithë bazen e pajtimtareve te Vodafone Albania-s. Keto fakte i jane komunikuar**

normalisht AKEP gjate ecurise se veprimtarise ekonomiko-tregtare dhe praktikisht permbysin cdo arsyetim apo justifikim qe AKEP ka paraqitur per rregullimin e tregut te terminimit te SMS-ve.

- ❖ Tarifat standarde te Vodafone Albania jane mese te krahasueshme me te gjitha mesataret (benchmarks) te tarifave standard Rajonale (SEE), ndaj nuk mund te pretendohet per asnje moment se keto tarifa jane te larta, dhe te justifikonte rregullimin e tregut te shumices. Kjo eshte ne kundërshtim me Ligjin per Komunikimet Elektronike, neni 57.2 pikat a dhe b, ku kërkohej qe AKEP te marre ne konsiderate pergjate ketij rregullimi tarifat mesatare te BE dhe tarifat e vendeve te rajonit me zhvillim te ngjashem me Republikën e Shqipërisë.
- ❖ Vodafone Albania konsideron se AKEP arrin ne konkluzion te gabuar kur pretendon se tarifat standarde te pakices jane dukshem mbi kostot e ofrimit efficient te shërbimit te SMS (duke qene se nuk ka metodologjine ta provoje kete). Po ashtu, Vodafone Albania ka provuar se cmimi real per SMS eshte dukshem me i ulet sesa tarifat standarde ndaj krahasimi me planet tarifore standarde eshte shume i gabuar dhe nxjerr ne perfundime te pabaza.
- ❖ Vodafone Albania konsideron se tregu i pakices per SMS ne Shqiperi ka nje nivel te pergjithshem zhvillimi nen mesataren boterore (te dhenat e ITU) jo per shkak te cmimeve te larta por per shkak te konvencioneve te tregut (barriera e gjuhes dhe perdorimi primar i shërbimit zanor). Edhe kerkesa e konsumatorit shqiptar per shërbimin SMS eshte tejet jo-elastike ndaj uljeve te cmimeve nder vite, me nivelin e perdorimit qe ka ardhur edhe ne ulje gjate 2010. AKEP nuk mund te "rregulloje" nje treg shërbimi qe pritet te kete sidoqofte nje nivel perdorimi teper te kufizuar per apektet e larpermendura, sepse deshtimi ka per te qene i pashmangshem. Ne fakt, tregu i SMS pritet te kanibalizohet nga uljet e cmimeve te shërbimit zanor, zevendesimit te pjeseshem me chat dhe komunikimit nepermjet mediave sociale si facebook dhe aplikime te tjera interneti Kjo eshte dhe tendenca globale aktualisht .

Pergjigje e Eagle Mobile:

Eagle Mobile ne parim eshte dakort me petfundimet e AKEP per tregun me pakice dhe tarifate e SMS-ve. Ne lidhje me kete treg Eagle Mobile sugjeron qe tarifate e SMS-ve jashte rrjetit (off net) te barazohen me tarifate (on-net), te cilat duhet te jene te orientuara drejt kostos. Meqenese reduktimi i pershkallezuar i tarifave te terminimit te SMS-ve eshte propozuar te jete i njejte per te kater operatorete, rrjedhimisht edhe tarifate ne tregun me pakice duhet te jene ne te njejtat nivele per te kater operatorete. EM e mbyll sugjerimin e tij duke kerkuar nga AKEP marrjen e masave te duhura rregullatore, per te eliminuar praktikate abuzuese te perdorura nga operatorete.

Pergjigje e Plus Communication:

Ne analizen e bere, AKEP shprehet se ne kete analize nuk jane perfshire te gjitha paketat apo ofertat mujore bundle per sherbimin SMS, pra tarifa retail qe rezulton nga kjo analize nuk duket te jete aq transparente per tregun aktual. Ne ofrimin e ketij sherbimi tek perdoruesit fundore, ka tarifa te shprehura qarte (tarifa standart) dhe kosto indirekte te dhena per SMS bundle te cilet kane per qellim mbajtjen e klientit, nje kosto kjo e pamatshme.

Qendrimi AKEP:

Ne komentet e tyre si AMC dhe Vodafone Albania dhe Plus Communication, kundershtojne faktin qe ne tregun e pakices tarifat e SMS-ve jane te larta, duke pretenduar se ne treg ka nje mori ofertash nga te cilat konsumatori mund te perfitoje nje tarife tjeter per SMS. Ndersa Eagle Mobile eshte dakort me perfundimet e AKEP.

AKEP ne dokumentin e konsultuar nuk ka mohuar faktin qe ne treg ka oferta te tilla, madje per me teper ka dhene edhe referenca nga keto oferta. Por vemendja e AKEP eshte fokusuar ne SMS standarte per te cilat eshte arritur ne konkluzionin se jane te larta. Nje konkluzion i ngjashem, per tarifimin e SMS-ve standarte eshte aritur dhe ne Itali nga rregullatori AGCOM ku tarifat e SMS-ve standarte ne nivele 15 Eurocent jane te larta dhe operatoret duhet te bejen reduktim te tyre, duke marre ne konsiderate se SMS ne roaming kane nje tavan prej 11 eurocent ne nivel BE.

Prezantimi i bere per situaten e tregut si nga AMC dhe Vodafone Albania nuk sjell ndonje gje te re e cila nuk ishte vene ne dukje ne dokumentin e konsultuar.

Dy faktoret e cituar nga AMC (portabiliteti i numrit dhe teknologjia 3G), jane marre ne konsiderate nga AKEP, si dy faktore te rendesishem qe favorizojne konkurrencen, por eshte ndalur ne faktin qe gje akoma nuk mund te flitet per efekte te dhena te ketyre dy faktoreve.

Te dy operatoret (AMC dhe Vodafone Albania), e konsiderojne secili si atribut individual uljen e tarifes se terminimit nga 4 leke/sms ne 3 leke/sms ne mars 2011, gje e cila shkon ne te njejten linje me konkluzionin e AKEP, se tarifa e terminimit te SMS eshte ne nivele shume te larta krahasuar me koston eficente te ofrimit te ketij sherbimi.

AKEP nuk ka mohuar faktin qe konkurrenca ka ardhur ne rritje edhe ne ofrimin e sherbimit te SMS-ve, por ka arsyetuar se kjo konkurrenca nuk eshte ne nivelin e duhur dhe stimujt per ta bere nje gje te tille vete operatoret jane te pakte, duke qene se SMS eshte nje input te ardhurash per operatorin celular dhe se natyra e sherbimit te terminimit ne rrjetin e secilit operator nuk stimulon ulje te vullnetshme te tarifes se terminimit, me arsyetimin qe nje ulje e tille ne nivelin e shumices, do te reflektohet ne SMS ne retail.

Arguementimi i Vodafone se tregu i pakices per SMS ne Shqiperi ka nje nivel te pergjithshem zhvillimi nen mesataren boterore (te dhenat e ITU) jo per shkak te cmimeve te larta por per shkak te konvencioneve te tregut (barriera e gjuhes dhe perdorimi primar i sherbimit zanor), nuk duket i drejte, pasi tregu celular ne Shqiperi nuk mund te jete specifikisht i ndryshem nga tregu celular ne vende te tjera.

2. A mendoni se terminimi i SMS-ve në secilin rrjet celular përbën treg përkatës të vecantë?

Pergjigje e AMC:

Tregu i terminimit të SMS-ve ka si produkt kryesor ofrimin e shërbimeve me tekst të shkurtër midis operatorëve mobile, si brenda të njëjtit rrjet ashtu dhe midis dy rrjeteve të ndryshme, duke luajtur një rol komplementar në lidhje me terminimin e thirrjeve me zë. Por thirrjet zanore mund të luajnë dhe një rol zëvendësues si produkt në lidhje me shërbimin e SMS-ve nga ana e abonentëve të ndryshëm, për të realizuar komunikimin midis dy perdoruesve fundorë si brenda ashtu dhe jashtë rrjetit, dhe që të dy këto produkte në ofrimin e tyre janë të lidhura ngushtë me interkonektimin e rrjeteve midis operatorëve, për të bërë të mundur komunikimin në distancë pavarësisht shpejtësisë në kohë në realizimin e tyre.

Nga këndvështrimi i shërbimit, abonentet kanë disa mënyra për të marrë dhe dërguar mesazhe në formë teksti (psh: MMS, SMS, email, IM) në rrjetet mobile. Kështu që vihet re një zëvendësim i qartë i këtyre shërbimeve cka sugjeron që këto produkte të jenë pjesë e të njëjtit treg

Gjithashtu, dhe Komisioni Europian nuk ka mbajtur një qëndrim të qartë në lidhje me këtë çështje (sic është evidentuar dhe në dy rekomandimet përkatëse të 2003 dhe 2007 për listen e tregjeve nën rregullim), (shih referencat përkatëse në fund të faqes), duke mos u prononcuar në evidentimin e tregut të terminimit të SMS-ve si një treg me vetë. Është pikërisht kjo arsyeja pse ky treg nuk përben një treg specifik me vetë por është parë me tepër si treg i përfshirë në tregjet e terminimit me shumicë të thirrjeve zanore.

Terminimi i SMS-ve ka disa vecori që duhet të merren në konsideratë të cilat për rrjedhojë çojnë në përfundimin se terminimi i SMS-ve nuk duhet të përbejë një treg me vetë.

- 1- SMS-te kanë disa vecori të tjera në lidhje me thirrjet zanore, sidomos nga zëvendësimi nga ana e kërkesës në nivel retail:
 - a- Në terma të SMS-ve, duhet bërë një dallim ndërmjet shërbimit (mesazh në formë teksti i dërguar/marrë në rrjetin mobile) dhe teknologjisë baze (psh: SMS, MMS, email, etj). Analiza e tregut duhet të përqendrohet në dimensionin e shërbimit që i kundërvihet teknologjisë që bën të mundur ofrimin e saj;
 - b- Nga këndvështrimi i shërbimit, abonentet kanë disa mënyra për të marrë dhe dërguar mesazhe në formë teksti (psh: MMS, SMS, email, IM) në rrjetet mobile. Kështu që vihet re një zëvendësim i qartë i këtyre shërbimeve cka sugjeron që këto produkte të jenë pjesë e të njëjtit treg;

- 2- Operatoret celulare nuk jane te vetmit ofrues te sherbimeve te mesazheve drejt abonenteve; te tjere konkurrencte mund te ofrojne te tilla sherbime, si eshte rasti i dergimit te emaileve me internet pa qene nevoja e nje marreveshjeje midis operatoreve mobile. Keta konkurrencte konkurrojne midis tyre duke perdorur modele te ndryshme biznesi, te cilat ne te shumten e rasteve (sic eshte email-i) nuk perfshijne terminimin;
- 3- Prandaj, mendojme qe rritja e dhe shtimi i sherbimeve te mesazhimit e kufizon me tej fuqine ne treg te operatoreve mobile: nese tarifa e terminimit percaktohet ne nje nivel te larte, kjo do te conte ne cmime me te larta te tarifave retail te ketyre sherbimeve, duke bere qe abonentet te perdorin sherbime te tjera te zevendesueshme te mesazhimit (MMS, email, etj), ne te cilat operatoret celulare nuk nxjerrin dot te ardhura nga terminimi.

Si nga ana e zevendesueshmerise se ofertes ashtu dhe kerkeses, qe jane dy elementet kryesore ne perkufizimin e nje tregu, duke i bashkangjitur dhe progresin teknologjik (sherbimet 3G), zevendesueshmeria e SMS-ve me elemente te tjere sic jane thirrjet zanore, apo emailt qe mund te dergohen me ane te teknologjise 3G nga aparatet celulare, sherbimet MMS, apo SMS nga web, e zbehin mundesine e percaktimit te ketij tregu si nje treg terminimi me vete, pasi abonentet jane gjithnje para nje larmishmerie me te madhe ne mundesine per te kaluar nga nje sherbim tek tjetri, me te njejten teknologji te ofrimit te tyre.

Mendojme qe AKEP duhet te shprehej ne menyre te qarte per natyren e zevendesueshmerise ndermjet SMS-ve dhe sherbimeve te tjera te mesazhimit dhe te zevendesueshmerise me thirrjet zanore.

Pergjigje e Vodafone Albania:

- ❖ **Vodafone Albania konsideron se percaktimi i tregut te terminimit me shumice te SMS bie ndesh me kuadrin rregullator te KE (Komisionit European) pasi tregu i terminimit me shumice te SMS nuk perfshihet ne listen e tregjeve te identifikuara per rregullim ex-ante ne fushen e komunikimeve elektronike sipas Rekomandimit te Komisionit European te dates 17 Dhjetor 2007¹².**
- ❖ **Nga ana tjetere, perkufizimi i secilit treg terminimi me vete ne baze te rrjetit perkates te se secilit operatori celular eshte nje perfundim logjik i praktikes ekzistuese te analizave te tregjeve me shumice te terminimit zanor ne Shqiperi por edhe ne BE.**
- ❖ **Vodafone Albania konsideron se perkufizimi i tregut te terminimit si treg qe perfshin vetem terminimin e SMS-ve midis rrjeteve celulare (qe perben interkoneksion) dhe jo terminimin e push-SMS qe nuk perben interkoneksion eshte i sakte. Sidoqofte, Vodafone Albania terheq vemendjen se ne tekstin e Projekt-Analizes ka inkonsistenca te medha ne lidhje me kete parim thellesor, qe fokusi i Projekt-Analizes (dhe**

¹² Rekomandim i Komisionit European 'Mbi tregjet e sherbimeve dhe produkteve relevante ne fushen e komunikimeve elektronike, qe kane nevoje per rregullim ex-ante ne perputhje me Direktiven 2002/21/EC te Komisionit European dhe Keshillit 'Mbi kuadrin rregullator te perbashket per sherbimet dhe rrjetet e komunikimeve elektronike, 2007/879/EC

rrjedhimisht vendosja e detyrimeve te posacme ex ante eshte terminimi i SMS-ve midis operatoreve celulare dhe kuresesi jo ai i push-SMS.

- ❖ **AKEP ne dokumentin e tij analizon ne menyre plotesisht te gabuar zevendsueshmerine e SMS me produkte te tjera inovatore ne treg. Ky treg i marre ne analize eshte shume me i gjere se c'eshte paraqitur nga AKEP ndaj dhe konkurrenca reale brenda tij eshte shume me teper efektive. AKEP nuk ka analizuar ne dokumentin e tij efektet e leshimit te licenses 3G ne treg dhe hapjen e tenderit per licensen e dyte, ekzistenca e te cilave ndikon ndjeshem ne rritjen aksesimin mobil dhe masivitetin e rrjeteve sociale (facebook, twitter, badoo, etj) te cilat si produkte te zevendesueshem po konkurrojne fuqimisht sherbimin e mesazhimit te shkurter ne tregun e te dhenave. Po ashtu, AKEP nuk ka permendur ne dokumentin e tij rritjen e normes se penetrimit per aparatet smartphone 3G te cilat kane hapur rruget tanime per sherbimin e push-email apo mesazhimit ne kohe reale, te cilat qartesisht konkurrojne SMS ne tregun me pakice.**

Pergjigje e Eagle Mobile:

Eagle Mobile gjykon se terminimi i SMS-ve ne te kater rrjetet celulare perben nje treg perkates te vecante, por kjo duhet te percaktohet pasi te kryhet nje analize specifike dhe e detajuar ne tregjet me shumice te terminimit te SMS-ve.

Pergjigje e Plus Communication:

Cdo lloj sherbimi i ofruar nga nje operator mobile krijon hapësire per nje treg perkates, per shkak te natyres se sherbimit, topologjise se rrjetit, e detaje te permenduar me siper, megjithese perkufizimi dhe kuptimi i dhene nga AKEP ne kete analize nuk eshte i qarte.

Qendrimi AKEP:

Ne pergjigjet e dhena nga Eagle Mobile shprehet dakortesia mbi perfundimet e AKEP ne percaktimin e ketij tregu . Ndersa ne pergjigjen e Plus Communication, pranon se eshte treg i vecante por shprehet se perkufizimi i dhene nga AKEP nuk eshte i qarte, duke mos dhene asnje detaj se ku eshte paqartesia ne perkufizimin e ketij tregu.

Ndersa ne komentet e dy operatoreve te tjere, AMC dhe VF ne lidhje me faktin ne se tregu i terminimit te SMS-ve perben nje treg te vetem, vihet re fakti qe arsyetojne ne te njejten linje me arsyetimin e dhene ne analize persa i perket faktit qe ky treg nuk eshte ne listen e tregjeve te 2003, 2007 si dhe as listen e tregjeve te percaktuara nga Rregullore e Analizes miratuar me VKD Nr.747 date 17.09.2009, por nuk citohet fakti qe pikerisht ne kete rregullore (neni 3, pika 2 citohet se: "AKEP mund te percaktoje dhe analizoje tregje te tjera qe nuk jane pjese e listes ne piken 1, te ketij neni."

Ndersa ne lidhje zevendesueshmerine e produktit SMS me produktet e tjera si: MMS; e-mail qe vijne nga web, te cituar ne komentet e AMC dhe Vodafone Albania, AKEP ka sqaruar ne menyre te detajuar duke bere analogji per secilin nga produktet dhe ka arritur ne konkluzionin se nuk kane “zevendesueshmeri te plote” per te gjitha karakteristikat qe i bejne te ndryshme keto produkte, duke mos i perfshire ne kete treg.

Ndersa ne lidhje me teknologjine 3G, nje gje e tille eshte cituar ne dokumentin e analizes, por per efektet e saj mund te flitet ne analizat e ardhshme dhe jo ne kete analize. Aktualisht % e pajtimtareve qe ka kete avantazh eshte me e vogel se 2.5 % e totalit te perdoruesve celular. Ne analizat e ardhshme padiskutim qe duhen konsideruar efektet qe do te krijohen nga zhvillimi i teknologjise 3G.

3. A mendoni se tregu me shumicë i terminimit të SMS-ve është treg i justifikueshëm për ndërhyrje/analize ex-ante (duke plotësuar testin e tre kritereve)?

Pergjigje e AMC:

Qe nje treg te jete i justifikueshem per nje nderhyrje ex-ante nga ana e entit rregullator, duhet te evidentohet nje mungese e theksuar e konkurrences efektive, gje e cila nuk vihet re ne nivelin retail te tregut te SMS-ve. Nga rekomandimi i BE-se 2002/C/165/03, enti rregullator ndermerr nje analize tregu per percaktimin me FNT dhe ndermarrjen perkatese te masave rregullatore, duke u nisur nga kushtet aktuale ne te cilat ndidhet tregu perkates ne nivel retail.

Nga ajo qe evidentohet ne tregun me pakice te SMS-ve ne analizen ne konsiderate, nuk vihet re nje mungese e konkurrences qe mund te justifikonte nje nderhyrje nga ana e entit rregullator ne kete pjese te tregut dhe ne tregjet e lidhur direkt me te (tregu me shumice I terminimit te SMS-ve).

Ne e pranojme faktin qe AKEP eshte I interesuar qe te harmonizojte rregulloret e tij me parimet rregullatore te aplikueshme ne Bashkimin European. Per kete arsye, deshirojme te theksojme qe tarifat per SMS-te kombetare rrallehere rregullohen, dhe nje numer i madh operatoresh kane mundesine te hyjne ne negociata komerciale lidhur me kushtet ne te cilat terminohen SMS-te kombetare.

Ne rastin kur tarifat rregullohen, niveli ne te cilin zbatohet kjo gje ose eshte i ngjashem ose mbi nivelin e tarifave te negociuara aktualisht komercialisht per terminimin e SMS-ve ne Shqiperi.

Per shembull:

Vendi (Viti)	Tarifa e terminimit te SMS (Eurocent)
Austria (2008)	3.88
Danimarka (2010)	2.145
Franca (2010)	2.17

(2012)	1.00
Shqiperia (propozuar per 2011 duke Supozuar nje kurs kembimi valutor prej 140 Leke/Euro)	1.7

Ne nuk jemi ne dijeni qe ndonjeri nga keto vende te kete aplikuar nje periudhe tranzicioni per tarifat e terminimit te SMS-ve, sidomos ne nje nivel te barazvlefshem me 0.31 Eurocent/Min (Tarifa finale ne peridhen tranzitore te propozuar nga AKEP).

AKEP-i duhet te konsideroje ne menyre me te kujdesshme impaktin e rregullimit te terminimit te SMS-ve. Rregullimi i tarifave te terminimit te SMS-ve do te shkaktonte nje shtremberim te konkurrences me format e tjera alternative te sherbime mesazhuese (MMS, email, etj), dhe do te demtonte sherbimet e reja mobile. Per shembull, ne disa vende me nje treg te zgjeruar te SMS-ve, ku kemi nje rritje te konsiderueshme te MMS-ve, abonentet do te trasferoheshin drejt sherbimeve me te avancuara sic jane MMS-te, por hyresit e rinj ne treg do te perqendroheshin me shume ne tregun e SMS-ve per shkak te taerifave me te uleta te terminimit.

Gjithashtu, per sa i perket tre kriterëve qe justifikojne nje nderhyrje ex-ante nga ana e entit rregullator:

- Prezenca e barrierave te larta hyrese
- Mungesa e tendences drejt nje konkurrence efektive
- Pamjaftueshmeria e ligjit te konkurrences per te adresuar ne menyre te pershtatshme deshtimin e tregut te marre ne shqyrtim

Kriteri i dyte ne lidhje me mungesen e tendences drejt nje konkurrence nuk plotesohet, pasi AMC tashme ka kryer nje reduktim te dukshem prej 25% ne nivelin e tarifës se terminimit nga 4 leke/SMS ne 3 Leke/SMS nga Mars 2011, cka deshmon per nje tendence ne rritje te konkurrences midis operatoreve ne treg. Pra, ne i jemi afruar dukshem dhe tarifës qe ka propozuar AKEP ne 2.40 leke duke filluar nga muaji Tetor 2011.

Shihet qarte qe dinamikat e terminimit midis SMS-ve dhe thirrjeve zanore jane te ndryshme dhe ky aspekt duhet te njeihet si i tille ne trajtimin e terminimit te ketyre sherbimeve. Eshte shume e rendesishme te thkesohet qe ne nje perspektive dinamike:

“Tendenca drejt konkurrences efektive nuk nenkupton domosdoshmerisht qe tregu do te arrije statusin e konkurrences efektive brenda periudhes se rishikimit te tregut. Thjesht do te thote qe ka nje evidence te qarte te dinamikave ne treg”

AMC mendon qe rritja e sherbimeve te mesazhimit dhe natyra dinamike e ketij tregu do te thote qe ka nje evidence te qarte te nje tendence drejt konkurrences efektive. Prandaj,

percaktimi i terminimit te SMS-ve per nje rregullim ex-ante nuk eshte i sakte per mendimin tone.

Per shkak te zevendesueshmerise se sherbimeve te SMS-ve me sherbime te tjera te ngjashme me te nga ana e kerkeses dhe ofertes, sic jane emaillet dhe MMS-te, me ane te cilave konsumatori gjendet perballe nje mundesie me te madhe alternativash te tjera, si dhe nje numri operatoresh te tjere qe mund te ofrojne keto sherbime (ana e ofertes), nuk gjendemi ne situaten e nje tregu ku barrierat hyrese jane te larta per konkurrentet e tjere qe duan te hyjne ne treg per te ofruar sherbimet dhe produktet e tyre, pavaresisht politikave tarifore qe mund te ndjekin operatoret kryesore.

Prandaj, ne gjykojme qe edhe kriteri i pare qe justifikon nje nderhyrje rregullatore ex-ante ne treg nuk plotesohet. Ky konkluzion perforcohet akoma me teper dhe me futjen ne treg te sherbimeve te reja 3G ne treg (leshimi se afermi i licenses se dyte 3G ne treg), i cili do te shtojte akoma me teper sherbimet dhe produktet e reja ne treg, te cilat do te jene zevendesues direkt te sherbimeve SMS.

Konkurrenca ne tregun e SMS-ve, sic kemi permendur dhe ne paragrafe te tjere eshte mjaft evidente, per arsye te nje sere faktoresh, sic jane alternativat e ndryshme ne ofrimin e sherbimeve dhe produkteve (SMS, MMS, emaille, futja e teknologjise 3G ne treg, etj), numri i larte i operatoreve ne treg duke marre parasysh dhe dimensionin e tregjeve ne vendin tone ne raport me numrin e banoreve. Ndaj dhe abuzimet qe mund te lindin nga pozitat dominante te operatoreve te ndryshem, te cilat mund te shkaktojne ate qe quhet “deshtime ne treg” jane shume te pakta, per te mos thene qe nuk ekzistojne. Ligji per konkurrencen i vitit 2003 i mbulon dhe i adreson mjaft mire ceshtjet qe kane lidhje me pozitat abuzuese dhe dominante ne treg qe cojne ne deshtime te formave te ndryshme ne treg, ndaj mendojme qe eshte mese i mjaftueshem referimi per keto ceshtje ne ligjin mbi konkurrencen. Si rrjedhoje, gjykojme qe edhe kriteri i trete qe lidhet me pamjaftueshemerine e ligjit mbi konkurrencen per te adresuar ceshtjet e deshtimit ne treg, nuk plotesohet.

Duke qene se ky treg nuk ploteson nje nga tre kriteret qe justifikon nderhyrje ex-ante per vendosje te masave rregullatore, si dhe duke pasur parasysh faktin qe nuk ben pjese ne listen e tregjeve nen rregullim nga BE-ja dhe ku shumica e vendeve qe kane ndermarre nje nisme per analizen e ketij tregu nuk kane ndermarre masa rregullatore sic eshte rasti i Polonise dhe Danimarkes (shih dokumentat ne Referencat perkatese ne fund te faqjes), ne ne konkluzion te kesaj pergjigje nuk jemi dakort qe ky treg te jete objekt rregullimi nga ana e AKEP-it , pasi nuk justifikon nje nga tre kriteret e testit.

Pergjigje e Vodafone Albania:

- ❖ AKEP ka deshtuar te jape argumenta bindes per plotesimin e 3 kritereve te detyrueshme para se te percaktoje nje treg te ri pertej Rekomandimeve te KE. AKEP nuk i kushton me shume sesa 1 faqe analizes se te 3 kritereve per tregun e terminimit te SMS-ve pa sjelle as edhe nje prove apo fakt te vetem ne mbeshtetje te konkluzioneve.
- ❖ Duke qene se ky treg nuk eshte ne listen e Rregullores per Analizen e Tregut (si dhe ne Rekomandimet e KE) argumentimi bindes i plotesimit te te tre kritereve ka nje rendesi thelbesore per rregullimin e tregut te terminimit te SMS-ve, dhe AKEP nuk ka justifikuar dhe argumentuar kete nderhyrje per asnje moment. Kjo eshte nje shkelje flagrante e Rregullores per Analizen e Tregut dhe e praktikës europiane.
- ❖ Nga ana tjetër, qellimi i rregullimit nga ana e AKEP ngelet teper i paqarte, si dhe i paargumentuar dhe i pajustificuar. Nderhyrja per te mundesuar qe tarifat e uleta promocionale te perfitohen edhe per pajtimtaret me paspagese apo edhe per SMS-te jashte rrjetit eshte teresisht e pajustificuar , pasi keta abonente perfitojne aktualisht nga tarifa te tilla(sikurse eshte provuar nga faktet dhe informacioni i dhene nga Vodafone Albania).
- ❖ Po ashtu krahasimi i tarifave standarde te SMS-ve ne Shqiperi me mesataren rajonale tregon nje situatë mese te pranueshme e per pasoje qe nuk justifikojne nderhyrjen dhe rregullimin e tregut te terminimit.
- ❖ Edhe, informaconi i dhene nga vete AKEP provon se Shqiperia ka prirje qe te kete nje treg perdorimi relativisht te ulet te SMS-ve qe vjen per shkak te aspekteve te ndryshme specifike dhe aspak per shkak te cmimeve jo-konkurreuese (tarifat fundore jane ne fakt ne mesataren e rajonit). Kjo e ben rregullimin e tregut te shumices edhe me pak te justifikueshem dhe pa efekt potencial ne tregun e pakices.
- ❖ Mesatarja e tarifave te terminimit ne vendet anetare te BE-se eshte me e larte se ajo e Shqiperise. Sipas shifrave te permenduar nga vete AKEP ne Analize, tarifat e terminimit te SMS ne BE variojne nga 2.39 deri ne 6.5 Eurocent, ose 3.3 deri ne 9 Lek. Ne tabelen krahasimore prej 15 vendeve, vetem 3 shtete qendrojne me tarifa lehtesisht me te ulta ose te krahasueshme me Shqiperine). Kjo tregon qartesisht dhe ligjerisht se nje treg i tille nuk duhet rregulluar.

Pergjigje e Eagle Mobile:

Eagle Mobile shpreh mendimin se se bazuar ne testin e tre kritereve, tregu me shumice i terminimit te SMS-ve eshte treg i justifikueshem per nderhyrje ex-ante.

Pergjigje e Plus Communication:

PLUS gjykon se nuk është koha e duhur për të bërë një ndërhyrje ex-ante për tregun me shumicë të terminimit të SMS-ve, sepse:

- a- Praktika e deritanishme në tregun kombëtar ka treguar se operatorët kanë arritur të ofrojnë akses dhe interkoneksion për shërbimin SMS pa pasur një kornizë rregullatore.
- b- Nuk është vërejtur ndonjë mosmarrëveshje për këtë shërbim, ashtu sic ka ndodhur me shërbimin e thirrjeve.
- c- Peshë e shërbimit SMS është shumë më e vogël krahasuar me shërbimin e thirrjeve, dhe nga analiza e paketave tarifore u vërejt se përdoruesi fundor orientohet drejt ofertave, që

do të thotë se shërbimi i thirrjeve mund të mbizotërojë shërbimin SMS, nëse paketat tarifore janë me atraktive.

- d- Praktika e shërbimit të thirrjeve tregon se ulja e tarifës së terminimit, nuk nxit rritjen e trafikut.
- e- Praktika europiane tregon se dhe vete BEREC nuk e konsideron ende të nevojshëm të vendosë në axhendën e vet rregullimin për tregun e terminimit të shërbimit SMS, të paktën për momentin.
- f- Paqartësia në përcaktimin e kostos të SMS sipas vlerësimit BULRAIC, dhe diferenca midis kësaj kostoje dhe tarifës së rregulluar nga AKEP, është shumë më e ulët se ajo që ofrohet në vendet e BE ku është aplikuar kjo metodologji. Ndërkohë që tarifa e terminimit për shërbimin SMS në Shqipëri është në nivelet e vendeve Europiane, (në nivel benchmark) prandaj nuk është e nevojshme një ulje e mëtejshme e kësaj tarife.

Për më tepër, duke qënë se tregu me shumicë i terminimit të SMS-ve nuk është pjesë e listës së tregjeve që AKEP ka përcaktuar për t'u analizuar në Rregulloren e Analizes së Tregut (nenit 3, pika 4), është e nevojshme që jo vetëm të kryhet analiza e testit të tre kriterëve, por edhe të provohet se ky treg i plotëson tre kriteret e përcaktuara në rregullore.

Lidhur me këtë, PLUS gjykon se AKEP nuk ka qënë i qartë dhe nuk ka argumentuar mjaftueshëm plotësimin e të tre kriterëve (kriteri i III-të nuk është arsyetuar), pa provuar në përfundim se ky treg e plotëson realisht testin e tre kriterëve.

Për sa më sipër, një treg që nuk plotëson të tre kriteret nuk është një treg i justifikueshëm për ndërhyrje ex-ante dhe për rrjedhojë AKEP nuk duhet të analizojë dhe nuk duhet të shpallë operatorë me FNT në këtë treg.

Qendrimi AKEP:

AKEP ka provuar në mënyrë të mjaftueshme 3 kriteret e duhura që lejojnë analizimin e tregut të terminimit të SMS-ve në, duke mos vënë në dyshim se ky treg nuk është në listën e tregjeve të KE-së (2003 dhe 2007), por duke qënë në kompetencën e vete institucioneve kombëtare (enteve rregullatore) ta gjykojë ose jo të arsyeshme në varesi të rrethanave kombëtare.

Për më tepër të gjithë argumentet e sjellur nga AMC dhe Vodafone Albania dhe Plus Communication në komentet e tyre për të provuar se jemi në kushtet kur nuk është e nevojshme një analizë e tillë, janë në rastin më të një përjasjeje e drejte e konkluzioneve të arritura në analizën e bërë.

Vete fakti që operatorët AMC dhe VF, vënë në dukje faktin se kanë bërë përpjekje për të ulur tarifën e terminimit të SMS-ve në mënyrë vullnetare duke e ulur atë nga 4 lek/SMS në 3 leke/SMS është për t'u vlerësuar, por gjithësesi kjo ulje është perseri larg koston reale të ofrimit të këtij shërbimi në mënyrë eficiente.

AKEP ne versionin final te kesaj analize ka dhene disa argumenta shtese per testin e tre kritereve.

4. A mendoni se të katër operatorët celularë aktivë në treg, përmbushin kriteret për FNT në terminimin e SMS-ve në rrjetet tyre?

Pergjigje e AMC:

Per sa i perket terminimit te SMS-ve ne rrjetet perkatese, meqenese deri me sot dhe Komisioni European nuk eshte shprehur qartesisht per nje treg te ndare terminimi te SMS-ve, dhe duke mos u perkufizuar si nje treg me vete i nevojshem per rregullim, mendojme qe nuk mund te aplikohen kriteret per shpalljen me FNT te operatoreve perkates. Pasi per momentin Komisioni European e sheh kete treg si te pershire se bashku me tregjet me shumice te terminimit te thirrjeve zanore.

Pergjigje e Vodafone Albania:

- ❖ **Vodafone Albania konsideron se nese hipotetikisht AKEP do te kishte te drejte te nderhynte ne tregun e terminimit te SMS, atehere te kater operatoret ne treg permbushin kriteret per FNT ne terminimin e SMS-ve dhe duhet te trajtohen te qe te katert ne menyre te njejte dhe pa asnje diskriminim.**

Pergjigje e Eagle Mobile:

Eagle Mobile gjykon se AMC, VF, EM dhe Plus Communication permbushin kriteret per FNT ne terminimin e SMS-ve ne rrjetet e tyre, pasi te kater keta operatore celularë nuk kercenohen nga operatore te tjere te mundshem qe te hyjne ne treg dhe te ofrojne sherbimin e terminimit te SMS-ve ne rrjetet e tyre celularë.

Pergjigje e Plus Communication:

Nëse AKEP përdor metodologjinë e përcaktimit të FNT sikundër ka bërë dhe për shërbimin e thirrjeve, dhe shërbimi i terminimit të SMS në rrjetin përkates krijon hapësirë për shpalljen FNT të operatorëve.

Por sipas vlerësimeve të dhëna më sipër përcaktimi FNT për shërbimin SMS duhet parë më gjerë, duke konsideruar dhe kriterë të tjera, si vlerësimi i tregut, praktika e deritanishme, benchmark i praktikave europiane, për të përcaktuar statusin FNT për terminimin e SMS në rrjetin përkates.

Qendrimi AKEP:

Komenti i dhene nga Vodafone Albania eshte ne perputhje me konkluzionin e AKEP. Ndersa komenti i AMC per kete pyetje nuk eshte i sakte pasi sic eshte theksuar Komisioni European ka konsideruar terminimin e SMS-ve si nje treg i ndryshem nga terminimi i thirrjeve zanore.

Eagle Mobile shpreh dakortesine per konkluzionin e AKEP, ndersa Plus Communication sugjeron per nje vleresim te metejshem te ketij tregu, por duke mos referuar elemente konkrete te ketij vleresimi.

5. Cfarë mendoni për masat rregullatore për terminimin e SMS-ve në rrjetet celulare dhe reduktimin e propozuar të tarifave të terminimit të SMS-ve?

Pergjigje e AMC:

Ne lidhje me masat rregullatore per terminimin e SMS-ve ne rrjetet celulare nuk jemi dakort per aplikimin e atyre nga AKEP, duke u mbeshtetur dhe ne komentet e shprehura ne pyetjet e mesiperme. Meqenese tregu i terminimit te SMS-ve ne rrjetet celulare nuk eshte nje treg i listuar ne liste e tregjeve nen rregullim, si edhe nuk ploteson kriterin e mungeses se tendences per nje konkurrence efektive ne te ardhmen (pasi kemi aplikuar tashme qe nga mars 2011 nje reduktim prej 25% ne tarifen e terminimit te SMS-ve), nuk mund te ndermerret si rrjedhim nje nderhyrje per te vendosur masat rregullatore perkatese.

Ndaj dhe niveli i tarifave te propozuara nga AKEP nuk eshte i arsyeshem, pasi ky reduktim eshte shume i theksuar dhe pershkallezimi duhej te ishte me gradual dhe, meqenese tregu i terminimit te SMS-ve nuk i ploteson kushtet per rregullim sipas mendimit tone.

AKEP nese i referohet operatoreve te cilet kane bere rregullimin ne SMS MT, duhet ti referohet edhe per vlerat te cilat ata i kane rregulluar.

Tarifa per SMS MT duhet te jene thjesht ne nje nivel rekomandues per operatoret celulare dhe ne nivele te arsyeshme dhe jo me reduktime drastike si ne gladpath.

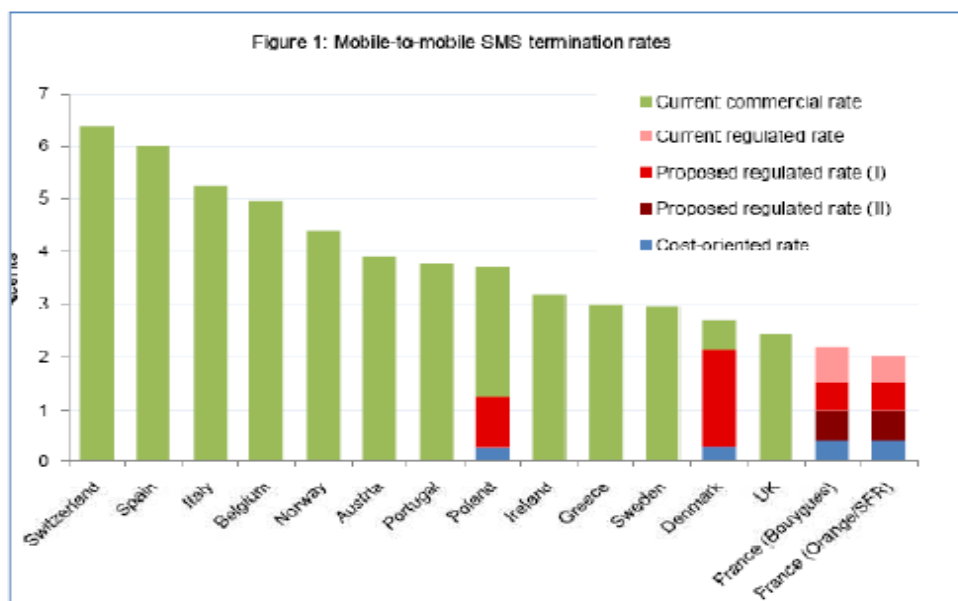
Me i dukshem eshte ky fakt po te bejme krahasimin midis glide pathit te propozuar nga AKEP dhe tarifave te vendeve te bashkimit europian sipas tabelave me poshte duket qarte se tarifat e propozuara nga AKEP jane jashtezoanisht te ulta me ate te vendeve te EU te cilat i kane rregulluara (Franca). Tarifat aktuale te rregulluara te frances jane 2 eurocent/sms, rregullimi I pare 1.5 eurocent/min dhe rregullimi i dyte 1 eurocent/min. Ndersa AKEP propozon per 2012 per AMC nje vlere 0.61 Eurocent/min e cila eshte pothuajse sa 1/2 e tarifes se Frances.

Nderkohe mund te themi se tregu i Shqiperise dhe i Frances nuk mund te krahasohen per numer abonentesh dhe per me teper ne france ka shume vlere ekonomia e shkalles.

Tarifa ne leke/sms pa TVSH

	1 Tetor 2011	1 Mars 2012	1 Shtator 2012	1 Shtator 2013
AMC	2.4	1.44	0.86	0.58
Vodafone				
Eagle Mobile				
Plus Communications				
Tarifa ne eurocent/sms kursi I kembimit 1 Euro =141 leke	1.70	1.02	0.61	0.41

FIGURA III.2: TARIFAT E TERMINIMIT TË SMS-VE NE VENDET E BE (2011)



Burimi: Cullen International

Gjithsesi per kete te dhene ju lutem na jepni linkun e sakte se nga ku eshte marre, sepse ne kerkimet tona nuk rezulton.

Pergjigje e Vodafone Albania:

- ❖ Vodafone Albania konsideron se masat e propozuara nga AKEP per rregullimin e tregut nuk jane proporcionale per te arritur qellimin dhe objektivat (edhe keta te fundit nga ana e tyre jane sidoqofte krejte te paqarte dhe konfuze) qe synon AKEP te arrije me to dhe si te tilla bien ndesh me parimet e percaktuara ne Direktiven Kuader dhe nenin 53/3 te Ligjit 9918.
- ❖ Po ashtu, masat rregullatore jane ne kundërshtim me konkluzionet e vete Analizes se tregut per terminimin e SMS-ve, me konkretisht per faktin qe e drejta e terminimit sikurse eshte perkufizuar dhe rregulluar ne baze te kesaj Projekt-Analize Tregu i perket vetem operatoreve celulare (dhe jo derguesve te Push-SMS). Vodafone Albania konsideron keto masa nuk kane per te arritur ne asnje moment ndonje efekt te ndjeshem ne tregun me pakice te SMS-ve ne Shqiperi.
- ❖ AKEP duhet te shprehet pa ekuivoke se regjimi rregullator eshte i zbatueshem vetem per marredheniet e interkoneksionit mes operatoreve publike te regjistruar tek AKEP (kjo eshte praktika edhe ne France si vendi i pare dhe kryesor europian qe ka perkufizuar dhe rregulluar tregun e terminimit te SMS-ve).
- ❖ Rezultatet e modelit BU-IRAIC nuk kane qene konsultuar asnje here me Vodafone Albania-n mbi vlerat e tarifave te terminimit te sherbimit SMS. Per pasoje cdo vendim qe i referohet rezultateve te ketij modeli eshte i papranueshem sepse eshte marre ne kushtet e nje shkeljeje te rende procedurale te Ligjit 9918.

Pergjigje e Eagle Mobile:

Eagle Mobile gjykon se reduktimi i pershkallezuar i tarifave te terminimit te SMS-ve ne rrjetet celulare si dhe masat e tjera rregullatore jane ne funksion te konkurrences se lire dhe efektive ne sektorin e komunikimeve elektronike si dhe ne favor te konsumatorit. Ne lidhje me sa lart, Eagle Mobile kujton faktin se ka mbeshtetur edhe me pare nje reduktim tarifor ne kete segment tregu te sherbimeve celulare.

Pergjigje e Plus Communication:

Trendi i reduktimit të tarifës së terminimit për shërbimin SMS është i ulët deri në koston e përcaktuar nga BULRAIC, praktikë që nuk është hasur në vendet e BE. Dhe në alternativën që masat për rregullim të tregut të konsiderohen si të pranueshme, duhet që reduktimi i tarifës së terminimit të SMS të kryhet në një shtrirje kohore më të madhe /gjatë.

Pyetjet që lindin nga kjo situatë:

1. Cili është qëndrimi i AKEP për tarifën e terminimit të SMS nëse të katërt operatorët marrin statusin e FNT për tregun me shumicë të shërbimit SMS?
2. Nëse tarifa e terminimit do të jetë e njëjtë për të gjithë operatorët, në cilin aspekt e shikon AKEP nxitjen e konkurrencës?

Në përmbledhje të sa më sipër, PLUS kundërshton imponimim e masave rregullatore ex-ante për tregun me shumicë të terminimit të SMS-ve, duke mos e vlerësuar si ndërhyrje në kohën e duhur dhe në kushtet kur nuk e gjen të justifikuar ndërhyrjen.

Tregu i telefonisë celulare në Shqipëri, në 2 vjeçarim e fundit ka qenë subjekt i konkurrencës midis operatorëve celularë në treg, sidomos me hyrjen në treg të PLUS si operatori i katërt. Në një treg ku operojnë 4 operatorë të ndryshëm, pa diskutim që ka konkurrencë, e cila ndikon ndjeshëm në përshtatjen e produkteve të telefonisë celulare dhe rrjedhimisht edhe në çmimet e tyre, për të qënë sa më afër nevojës dhe pritshmërisë së konsumatorëve - duhet vetëm që t'i lihet hapësirë/kohë tregut për vet-rregullim.

Qendrimi AKEP:

Ne lidhje me masat rregullatore të propozuara, AKEP i konsideron të rëndësishme komentet e AMC Vodafone Albania si për tarifën e propozuar gjithashtu edhe për zbatueshmërinë e këtyre masave në përcaktimin e marrëdhënive të interkoneksionit ndërmjet operatorëve.

Një gjë e tillë është bërë e qartë edhe nga dokumenti i konsultuar (gjë që silltet në vëmendje edhe nga Vodafone Albania), por gjithsesi për të mos lene ekuivoke në kuptimin e këtyre masave rregullatore, AKEP sqaron se këto masa janë të zbatueshme vetëm për marrëdhëniet e interkoneksionit mes operatorëve publikë të rregjistruar tek AKEP dhe nuk përfshijnë Push-SMS.

Ne lidhje me tarifën e terminimit të SMS-ve të propozuar, AKEP ka bërë ndryshime në glide-path sipas vlerave të dhëna në seksionin repektiv në Analizën finale.

Për sa i përket komentit të Vodafone për konsultimin e rezultateve për koston BULRAIC, ky diskutim është zhvilluar tashmë në Janar 2011 dhe dokumentacionin e publikuar nga AKEP më 29.12.2010 dhe 10.02.2011.