

# Deloitte.



## საქართველოში ვირტუალური ოპერატორების სავალდებულო დაშვების რეგულირება

დანართი კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განცხადების საპასუხოდ  
ოქტომბერი 2020

## ინდექსი

<b>1</b>	<b>შეჯამება</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>განხილული საკითხები</b>	<b>5</b>
2.1	ჩვენი ანალიზით ფასები საქართველოში უკვე საკმარისად იაფია	5
2.2	მარეგულირებელი კონტექსტის ჩვენეული ინტერპრეტაცია	10
2.3		
	ლოგიკა, რის შედეგადაც შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ MVNO-ს შემოღება, სავარაუდოდ, კიდევ უფრო მეტ კონცენტრირებას მოახდენს ქვეყანაში ინფრასტრუქტურის ინვესტიციებზე	12
2.4	ჩვენი მოსაზრებაა, რომ COVID-19 კრიზისი გაართულებს MVNO-ს ბაზარზე შესვლას	14
<b>3</b>	<b>დანართი</b>	<b>18</b>
3.1	აბრევიატურები და აკრონიმები	18
3.2	ცხრილთა ინდექსი	

# 1 შეჯამება

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ ("კომისია") 2019 წლის 31 დეკემბერს გამოაქვეყნა გადაწყვეტილება, რომლითაც მოქმედი მობილური ქსელის ოპერატორებს (MNO) ავალდებულებდა MVNO განმცხადებლებისათვის მიეცათ დაშვება თავიანთ (MNO) ქსელებზე.

ამ კონტექსტში, Deloitte TMT-იმ ჩაატარა საფუძვლიანი ანალიზი საქართველოს ბაზარზე არსებული პირობების შესაფასებლად, თუ რა გავლენას მოახდენს ასეთი რეგულაცია საქართველოში მობილური ინდუსტრიაზე ფართო მასშტაბით.

ჩვენი ანალიზი მოიცავს იმ ასპექტებს, რომლებიც ყველაზე მნიშვნელოვნად ჩავთვალეთ, როგორცაა ბაზრის სტრუქტურა და ფასები, პოტენციური MVNO განმცხადებლის მიმართვიანობა, ინვესტიციების საჭიროებები და MVNO-ს ინიციატივის პოტენციური გავლენა, მარეგულირებელი მოსაზრებები და ეკონომიკის მდგომარეობა, COVID-19, მათ შორის საჯაროდ ხელმისაწვდომი მონაცემების გამოყენებადობა. ჩვენი დასკვნების შედეგია დამოუკიდებელი აზრი, რომელიც ემყარება სექტორში არსებულ ჩვენს გამოცდილებას, ჩვენს დეტალურ ანალიზს და საქართველოს მობილური ბაზრის სპეციფიკურ მდგომარეობას.

2020 წლის ივნისში მაგთიკომმა კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას, აგრეთვე სხვა სამთავრობო / ადმინისტრაციულ ორგანოებს წარუდგინა ზემო აღნიშნული ანგარიში, ხუთი სხვა ფირმის მოხსენებებთან ერთად, რომლებმაც ჩაატარეს მსგავსი ანალიზი. კომისიამ 2020 წლის 16 ოქტომბერს გამოაქვეყნა მძიმე კრიტიკა მაგთიკომის მიერ მოწოდებულ ანგარიშთან დაკავშირებით.

ამ დანართის მიზანი არის ჩვენს მიერ შესრულებული სამუშაოს განმარტება და დაცვა, სადაც ეს შესაძლებელია და კომისიის არგუმენტების გაქარწყლება სადაც მიგვაჩნია, რომ მისი კრიტიკა გაუმართლებელია, იქნება ეს ჩვენი შრომის შედეგის არასწორად ინტერპრეტაციის, ან დასკვნების გაკეთება მცდარი მეთოდოლოგიისა და მიდგომების გამოყენებით, რომელიც ჩვენი მოსაზრებით არასწორია.

მიუხედავად იმისა, რომ კომისია არ ასახელებს კონკრეტულ კონსულტანტთა ვინაობას თავის კრიტიკულ ჩამონათვალში, ჩვენ გვჯერა, რომ არსებობს ოთხი პუნქტი, რომლებიც შეიძლება ეხებოდეს იმ ელემენტებს, რომლებიც ჩვენ განვიხილეთ ჩვენს ანგარიშში: i) ჩვენი შეფასებით ფასები საქართველოში უკვე შედარებით იაფია, ii) მარეგულირებელი კონტექსტის ჩვენული ინტერპრეტაცია, iii) ლოგიკა, რომელს შედეგადაც დავასკვნით, რომ MVNO-ს შემოღება, სავარაუდოდ, მოახდენს ინფრასტრუქტურული ინვესტიციების კიდევ უფრო მეტ კონცენტრირებას ქვეყანაში და IV) ჩვენი მოსაზრება, რომ COVID-19 კრიზისი გაართულებს MVNO-ს ბაზარზე შესვლას. აღნიშნული პუნქტები განხილული იქნება ქვემო ხსენებულ თავებში.

ჩვენი პასუხი შეიძლება შეჯამდეს შემდეგნაირად:

1. ჩვენ სიღრმისეულად შევისწავლეთ საქართველოს მობილური ბაზარი - ჩვენი ანალიზი და შეფასება გამყარებულია მონაცემებითა და ფაქტებით.
2. არსებობს ცალსახა მტკიცებულება, რომ მობილური მომსახურების ფასები საქართველოში ხელმისაწვდომია და ზოგადად საცალო სეგმენტის ბაზარი კარგად მუშაობს - მიგვაჩნია, რომ ბაზარზე საკმარისად დაბალი ფასების და მომხმარებლებისთვის არჩევანის მიცემის შესაძლებლობის შედეგია დაბალი პორტაბელურობა.
3. ჩვენ ვხედავთ მომსახურების დიფერენცირებას (განსხვავებული ხარისხი, დაფარვა, ფასი) საქართველოს ბაზარზე, როგორც ბაზრის სტრუქტურულ კომპონენტს. ამიტომ, ფასების ანალიზის ნებისმიერი მეთოდოლოგია, რომელიც არ ითვალისწინებს მომსახურების ხარისხს და დაფარვის დონეს ან გამორიცხავს VEON-ის სერვისებს, ჩვენი აზრით, არ ასახავს საქართველოს ბაზრის რეალობას.
4. საქართველოს ბაზარი არ შემოიფარგლება მხოლოდ მობილური ხმოვანი მომსახურებით. ანალიზი, რომელიც დაფუძნებულია მხოლოდ ამ ქვე-სეგმენტზე, ჩვენი აზრით, არ შეიძლება, გავრცელდეს და განზოგადდეს საქართველოს მთლიან მობილურ ბაზარზე.
5. გარდა ამისა, COVID-მა უარყოფითი გავლენა მოახდინა მობილური სერვისის პროვიდერებზე მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, რამდენადაც მომხმარებლებს შეეზღუდათ გადაადგილების შესაძლებლობა და შემცირდა გადახდისუნარიანობა. აღნიშნული ფაქტორი ანალოგიურ გავლენას იქონიებს MVNO-ებზეც და ინვესტორებმა, რომლებიც ახალი ვირტუალური ოპერატორების დაფინანსებას გეგმავენ უნდა გაითვალისწინონ კოვიდით გამოწვეული დამატებითი რისკები.
6. დაბოლოს, ჩვენ მიგვაჩნია, რომ კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ შესაძლოა არასწორად წაიკითხა ან არასწორად აღიქვა ჩვენი ზოგიერთი განცხადება ან მოსაზრება. ყოველგვარი გაუგებრობის თავიდან აცილების მიზნით, ჩვენ განვმარტავთ მათ აღნიშნულ დოკუმენტში,

## 2 განხილული საკითხები

### 2.1 ჩვენი ანალიზით ფასები საქართველოში უკვე საკმარისად იაფია.

*კომისია პირველ კითხვაში აღნიშნავს, რომ ჩვენი მოსაზრება იმის შესახებ, რომ "ფასის თვალსაზრისით, საქართველოს მობილური კომუნიკაციების ბაზარი საკმაოდ ხელმისაწვდომია" დაუსაბუთებელი და არასწორია*

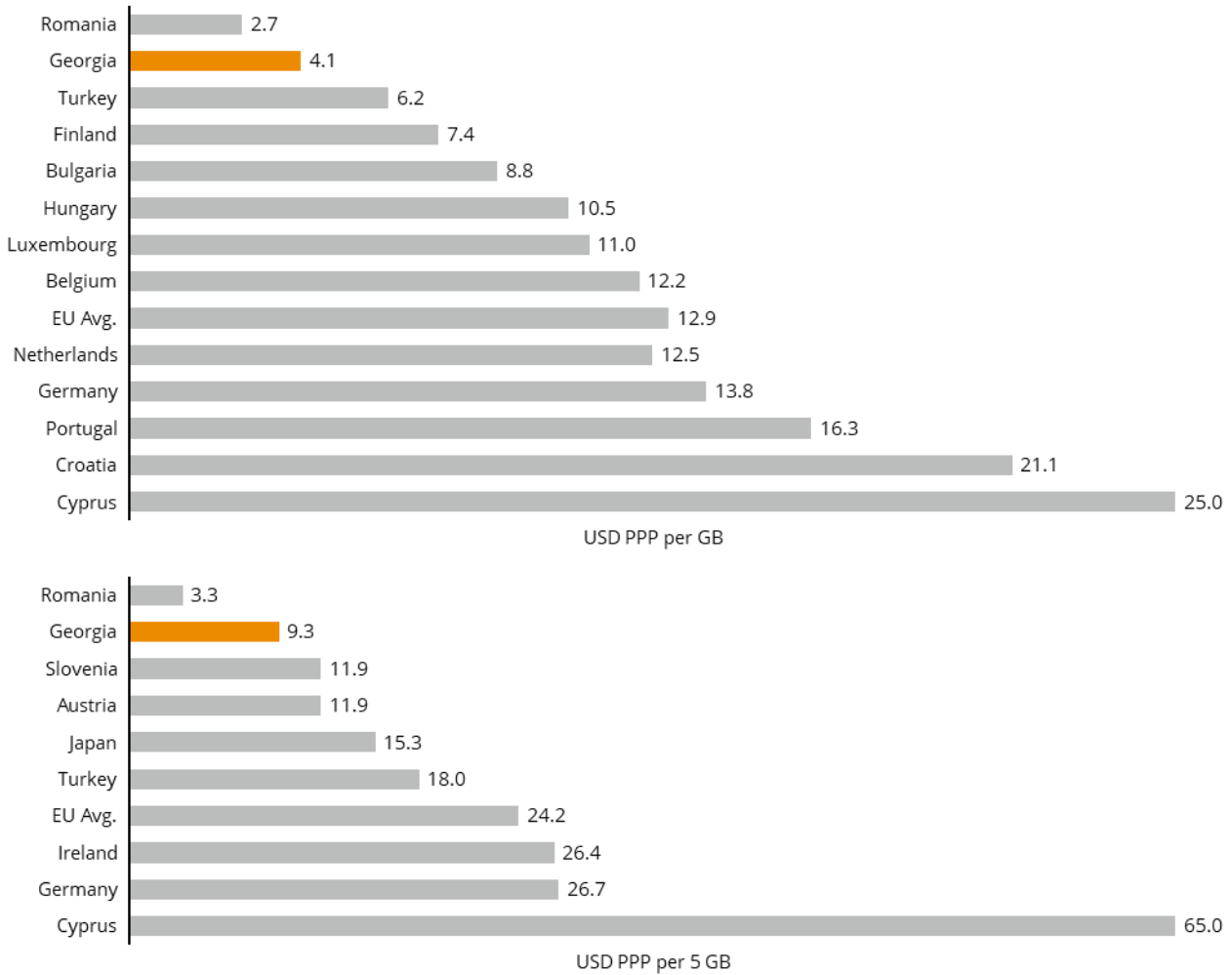
*ჩვენი პოზიციის შეჯამება კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განცხადებასთან დაკავშირებით:*

1. ჩვენი დასკვნა იმის შესახებ, რომ მობილური მომსახურების ფასები საქართველოში უკვე საკმარისად იაფია, ემყარება კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ შემუშავებულ და გამოქვეყნებულ ფასების ანალიზს. ამ ნიშნულიდან მიღებული დასკვნები არაორაზროვანია: ფასები საქართველოში იაფია. ჩვენ ასევე ჩავატარეთ სხვა ანალიზი და გამოვიყენეთ სხვა წყაროები, რომლებიც კიდევ უფრო ამყარებს ამ მოსაზრებას.
2. თავის განცხადებაში, კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ამჯერად იყენებს განსხვავებულ მეთოდოლოგიას მობილური ფასების ანალიზისთვის - ჩვენი აზრით, მეთოდოლოგიის ეს ცვლილება შეიძლება, იყოს ოპორტუნისტული/ხელსაყრელი და ისახავდეს იმ მიზანს, რომ მოხდეს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის პირვანდელი შეფასებისგან განსხვავებული დასკვნის გაკეთება, მართლაც, ფასების ანალიზი ქვეყანაში, ალბათ, ყველაზე მნიშვნელოვანი არგუმენტია MVNO-ს რეგულაციასთან დაკავშირებით. გარდა ამისა, ჩვენ მიგვაჩნია, რომ კომისიის-ახალი მიდგომა არასწორია, რადგან იგი ადარებს ფასებს მობილური სერვისების სრული კომპლექტის პირობით, რაც, ჩვენი აზრით, არასწორია, რადგან საქართველოს ბაზარი ძალიან დიფერენცირებულია ხარისხის დონეზე (ანუ ფასები ემყარება მომხმარებლებისათვის შეთავაზებულ ხარისხს: ზარის გათიშვას, ზარების წამოწყების დროს, მონაცემთა სიჩქარეს, პაკეტის დაკარგვას, დაფარვას, გადაჯირთვას და ა.შ.). საჭიროა "მაღალი ხარისხისა და დაბალი ხარისხის მომსახურების" სათანადო ბალანსის დადგენა, რათა დადგინდეს საშუალო ფასები საქართველოში სხვა ქვეყნებთან შედარებით, რასაც კომისია არ აკეთებს და ადგენს მხოლოდ მაგთიკომისა და სილქნეტის სერვისების გათვალისწინებით და VEON-ის სერვისების უგულვებელყოფით.
3. დაბოლოს, კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ამტკიცებს, რომ მობილური ხმოვანი მომსახურების ფასები ქვეყანაში არ შემცირებულა და ასკვნის, რომ საქართველოში მობილური საცალო ბაზარი არ ფუნქციონირებს. ეს დასკვნა, ჩვენი აზრით, ემყარება არასწორ ლოგიკას: კომისია გამოყოფს მობილურ ხმოვან მომსახურებას (წინა თაობის პროდუქტი, რომლის მოცულობა და ღირებულება შემცირებულია) და მოხერხებულად აიგნორებს მობილურ ინტერნეტს (სწრაფად მზარდი პროდუქტი, რომელიც უკვე წარმოადგენს ბაზრის დაახლოებით 60%-ს და რომელიც იბრძვის მობილურ ოპერატორებს შორის საცალო ბაზრის მომხმარებელთა წილის მოსაპოვებლად). 2018 წლის მაისიდან მობილური ინტერნეტის ფასები წელიწადში 40%-იანი ტემპით ეცემა. ეს მიგვანიშნებს იმაზე, რომ ბაზარი მართლაც ძალიან კარგად ფუნქციონირებს და ფასებზე დაფუძნებული კონკურენცია კი სრულად მუშაობს.

**საკითხი 1:** ჩვენი დასკვნა იმის შესახებ, რომ მობილური მომსახურების ფასები საქართველოში უკვე საკმარისად იაფია, ემყარება კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ შემუშავებულ და გამოქვეყნებულ ფასების ანალიზს. ამ ნიშნულიდან მიღებული დასკვნები არაორაზროვანია: ფასები საქართველოში იაფია. ჩვენ ასევე ჩავატარეთ სხვა ანალიზი და გამოვიყენეთ სხვა წყაროები, რომლებიც კიდევ უფრო ამყარებს ამ მოსაზრებას.

შეჯამებისთვის, იმის გათვალისწინება, რომ საქართველოში მობილური ტელეფონის ფასები დაბალია, ჩვენ გამოვიყენეთ მობილური მომსახურების ფასების ანალიზი, რომლიც გამოქვეყნდა კომისიის შემდეგ ანგარიშში "2019 წლის აგვისტო, კომისიის ანგარიში - მობილური და ფიქსირებული საკომუნიკაციო მომსახურების ფასების ანალიზი". ამ ანალიზის მიხედვით, საქართველო 2019 წელს შეფასებულია, როგორც მობილური ბაზრის ყველაზე დაბალი ფასების მქონე ერთ - ერთი ბაზარი, ევროპის ბაზარზე PPP-ს ფასებთან შედარებით. იხილეთ წინამდებარე ანგარიშის პუნქტი 2.1.

ცხრილი 1 – მობილური ინტერნეტის ფასების ანალიზი (2019)



წყარო: GNCC

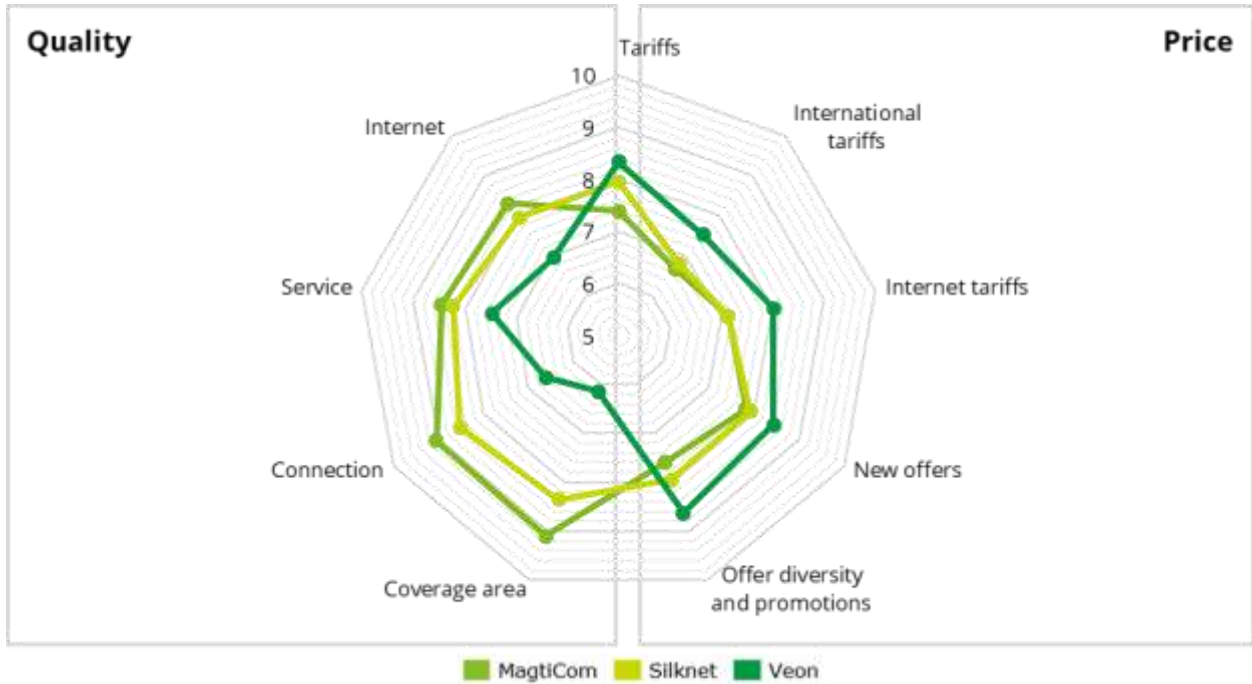
2.1 პუნქტში, ჩვენ გამოვიყენეთ კომისიის გარდა სხვა წყაროები, კერძოდ, cable.co.uk- ზე გამოქვეყნებულ კვლევა, რომელიც ასახავს ქვეყნებს მობილური მონაცემების ხელმისაწვდომობის მიხედვით. ეს კვლევა აჩვენებს, რომ საქართველომ, 2018 წელს 71-ე პოზიციიდან 2019 წელს 33-ე პოზიციამდე გადაინაცვლა (230 ქვეყნიდან), რომელიც ცხადყოფს, რომ ამჟამად ფასების თვალსაზრისით საქართველო შეესაბამება ყველაზე ხელმისაწვდომ ქვეყნებს.

*საკითხი 2: თავის განცხადებაში, კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ამჯერად იყენებს განსხვავებულ მეთოდოლოგიას მობილური ფასების ანალიზისთვის - ჩვენი აზრით, მეთოდოლოგიის ეს ცვლილება შეიძლება იყოს ოპორტუნისტული/ხელსაყრელი და ისახავდეს იმ მიზანს, რომ მოხდეს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის პირვანდელი შეფასებისგან განსხვავებული დასკვნის გაკეთება, მართლაც, ფასების ანალიზი ქვეყანაში, ალბათ, ყველაზე მნიშვნელოვანი არგუმენტია MVNO-ს რეგულაციასთან დაკავშირებით. გარდა ამისა, ჩვენ მიგვაჩნია, რომ კომისიის- ახალი მიდგომა არასწორია, რადგან იგი ადარებს ფასებს მობილური სერვისების სრული კომოდიტიზაციის პირობით, რაც, ჩვენი აზრით, არასწორია, რადგან საქართველოს ბაზარი ძალიან დიფერენცირებულია ხარისხის დონეზე (ანუ ფასები ემყარება მომხმარებლებისათვის შეთავაზებულ ხარისხს: ხარის გათიშვას, ზარების წამოწყების დროს, მონაცემთა სიჩქარეს, პაკეტის დაკარგვას, დაფარვას, გადატვირთვას და ა.შ.). საჭიროა "მაღალი ხარისხისა და დაბალი ხარისხის მომსახურების" სათანადო ბალანსის დადგენა, რათა დადგინდეს საშუალო ფასები საქართველოში სხვა ქვეყნებთან შედარებით, რასაც კომისია არ აკეთებს და ადგენს მხოლოდ მაგთიკომისა და სილქნეტის სერვისების გათვალისწინებით და VEON- ის სერვისების უგულვებელყოფით.*

ქართული ბაზარი არ არის კომოდიტიზებული - მართლაც, მნიშვნელოვანი განსხვავებებია ხარისხის / ფასის შეთავაზებებს შორის, რასაც Magticom, Silknet და VEON გვთავაზობენ.



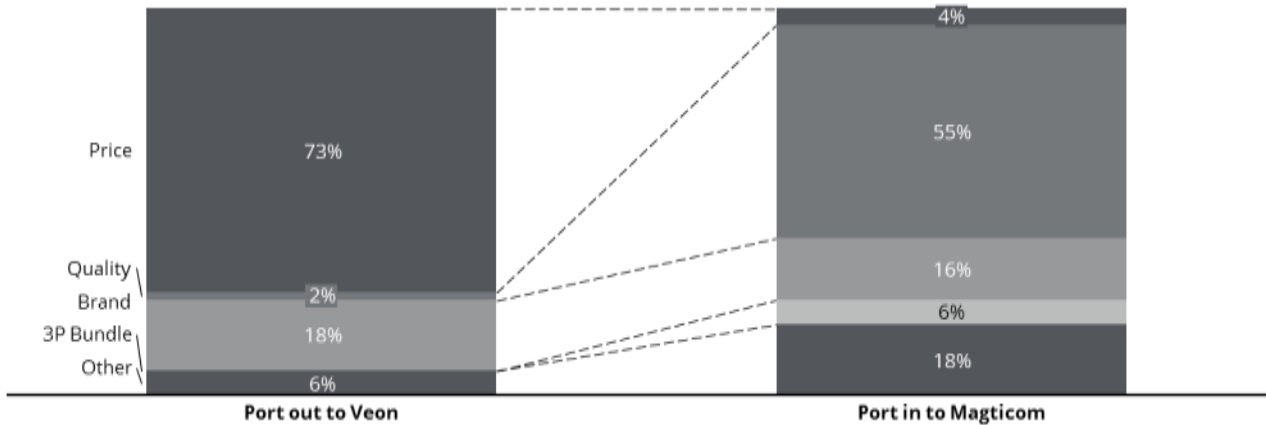
ცხრილი 2 – ბაზრის კვლევის მონაცემები (2019 წლის ივნისი)



წყარო: მაგთიკომის ბაზრის კვლევა

როდესაც ვეებზე მომხმარებლების დაპორტირების ან გადაპორტირების მიზეზებს, ასევე აშკარად ცხადია, რომ მობილური სერვისების მომსახურება საქართველოში არ არის კომპლექტიზებული და მომხმარებლები მაგთიკომში მოდიან, როდესაც ეძებენ ხარისხს, ხოლო პორტირდებიან VEON- ში, როდესაც ეძებენ იაფ ფასებს .

ცხრილი 3 – მაგთიკომის მომხმარებლები - პორტირების მიზეზები (2019 წლის ივნისი)<sup>1</sup>

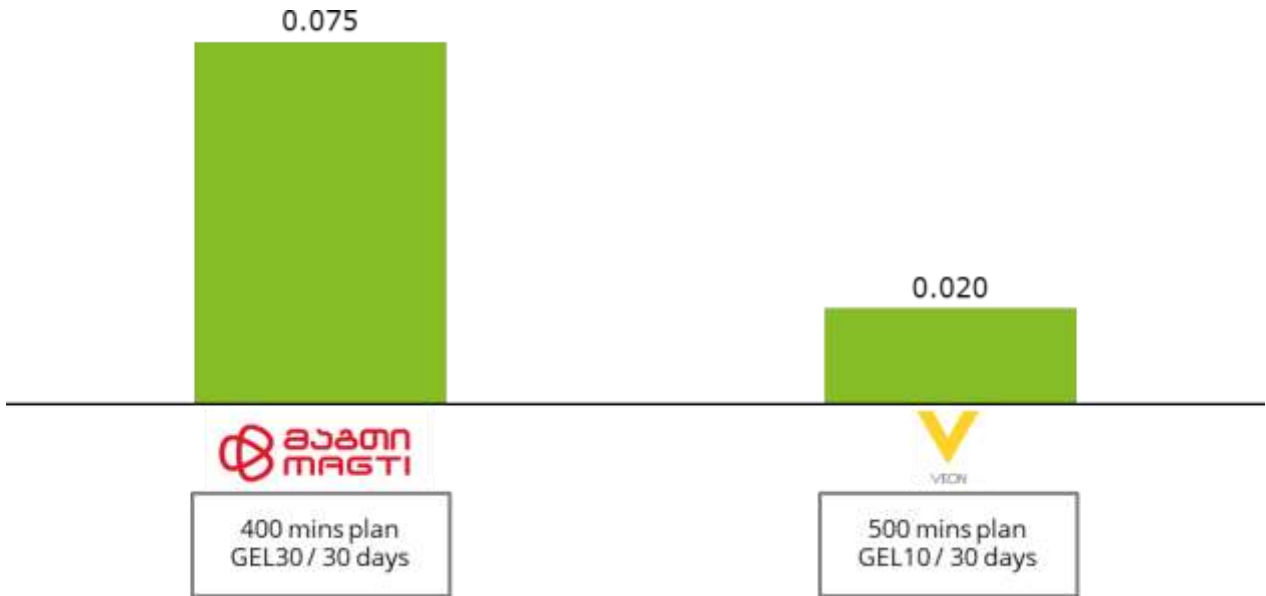


წყარო: MagtiCom

ხარისხის დიფერენცირება მომსახურების ხარისხის სხვადასხვა დონეს შორის (როგორც წესი) აისახება ფასში. Magticom და VEON ფასები ძალიან განსხვავებულია, რადგან ორივე მათგანს ძალიან განსხვავებული დონის მომსახურება აქვს.

<sup>1</sup> ბრენდი (უმაყოფილოა წინა ბრენდით, ბრუნდება, უცვარს ეს ბრენდი და იყენებენ მისი ოჯახის წევრები/მეგობრები), სხვა (დროებით გადასვლა, კორპორატიული გაუქმება)

ცხრილი 4 – არსებული პაკეტის წუთის ფასის მაგალითი (ლარი / წთ; 2020 წლის მარტი)



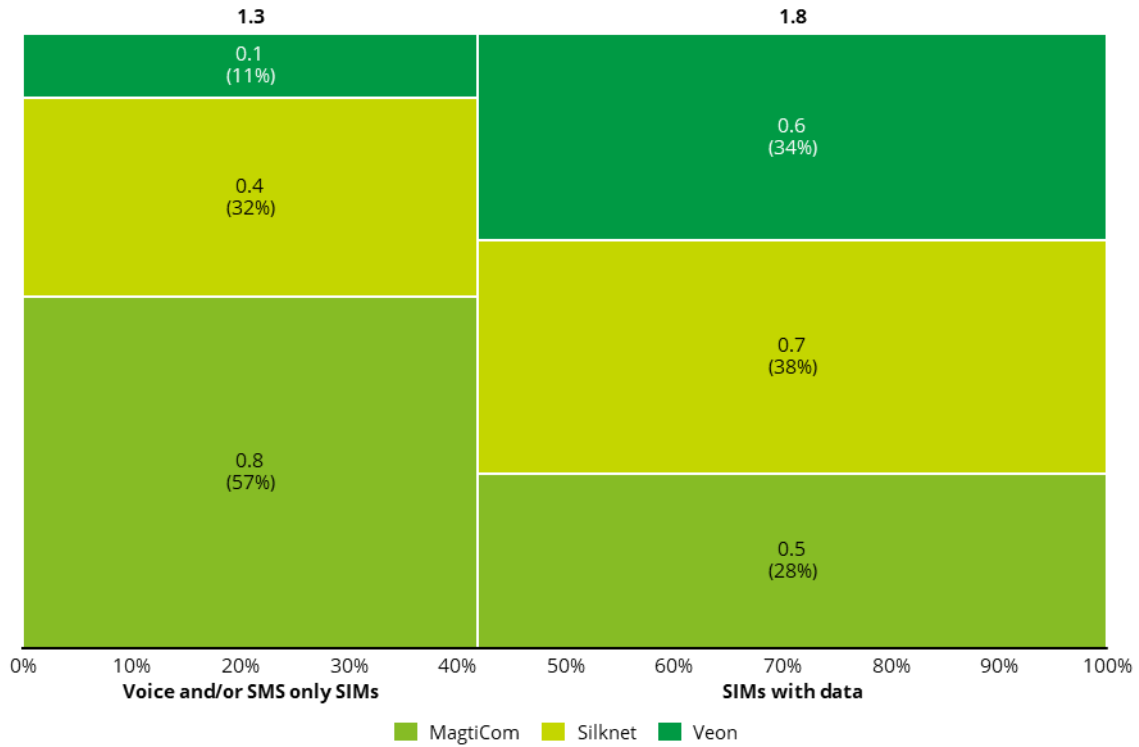
წყარო: კომპანიების ვებსაიტები, Deloitte-ს ანალიზი

ჩვენ მიგვაჩნია, რომ ბაზრის ანალიზი იმ მეთოდოლოგიაზე დაფუძნებით, რომელიც ითვალისწინებს მხოლოდ "პრემიუმ" სერვისის მიმწოდებლებს და გამორიცხავს უფრო დაბალი ხარისხის მომსახურების მიმწოდებლებს, ვერ ასახავს საქართველოში არსებული ვითარების რეალობას.

*საკითხი 3: დაბოლოს, კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ამტკიცებს, რომ მობილური ხმოვანი მომსახურების ფასები ექვეყანაში არ შემცირებულა და ასევე, რომ საქართველოში მობილური საცალო ბაზარი არ ფუნქციონირებს. ეს დასკვნა, ჩვენი აზრით, ემყარება არასწორ ლოგიკას: კომისია გამოყოფს მობილურ ხმოვან მომსახურებას (წინა თაობის პროდუქტი, რომლის მოცულობა და ღირებულება) და მოხერხებულად აიგნორებს მობილურ ინტერნეტს (სწრაფად მზარდი პროდუქტი, რომელიც უკვე წარმოადგენს ბაზრის დაახლოებით 60% -ს და რომელიც იბრძვის მობილურ ოპერატორებს შორის საცალო ბაზრის მომხმარებელთა წილის მოსაპოვებლად). 2018 წლის მაისიდან მობილური ინტერნეტის ფასები წელიწადში 40%-იანი ტემპით ეცემა. ეს მიგვანიშნებს იმაზე, რომ ბაზარი მართლაც ძალიან კარგად ფუნქციონირებს და ფასებზე დაფუძნებული კონკურენცია კი სრულად მუშაობს.*

კომისია გამოყოფს მობილური ხმოვანი მომსახურების საცალო ფასებს (წინა თაობის პროდუქტი, რომლის მოცულობა და ღირებულება შემცირებულია) მაშინ როცა მობილური ინტერნეტი დღესაც რჩება ბაზარზე ყველაზე მნიშვნელოვან სერვისად, რომელიც წარმოადგენს SIM ბარათების მოცულობის თითქმის 60% -ს (იხ. ცხრილი 5).

ცხრილი 5 – B2C ბაზარი: სეგმენტაცია SIM ტიპისა და ოპერატორის მიხედვით  
(SIM ბარათების # მილიონი, სეგმენტის ბაზრის წილი; 2020 წლის მარტი)



წყარო: GNCC, მაგთიკომის ბაზრის კვლევა

მობილური ინტერნეტის ფასები ბაზარზე ძალიან სწრაფად იკლებს, როგორც ამას აღნიშნავს კომისია (-60% მაგთიკომისა და სილქნეტისთვის, -25% VEON- ისთვის 2020 წლის პირველ კვარტალში, 2019 წლის პირველ კვარტალთან შედარებით)

ცხრილი 6 – კომისიის განცხადება: ცხრილი N2

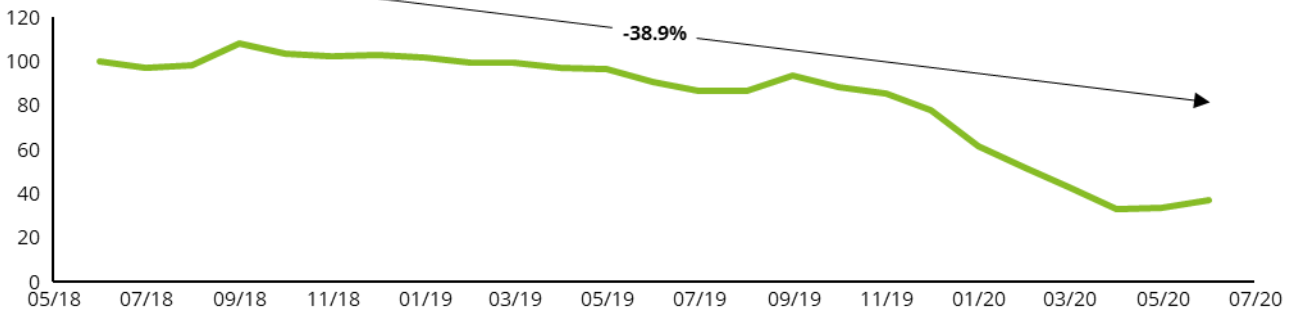
	Q1 20019			Q1 2020		
	Magti	Silknet	Veon	Magti	Silknet	Veon
<b>APPGB**</b>						
<b>Unit</b>	17.47	29.67	63.27	16.53	39.42	65.07
<b>Homogenous</b>	3.00	3.77	1.45	1.01	1.37	1.16
<b>Mixed</b>	1.27	3.11	2.28	0.46	0.80	1.31
<b>Average</b>	2.79	4.38	1.91	1.01	1.58	1.43

წყარო: GNCC



აღნიშნული ასევე აისახება გრძელვადიან პერსპექტივაში: მობილური ინტერნეტის ეფექტური ფასები Magticom-ის შემთხვევაში იკლებს წელიწადში 40% –ით 2018 წლის ივნისიდან.

ცხრილი 7 – მაგთიკომის მობილური მონაცემების ეფექტური ფასები (2018 წლის ივნისი - 2020 წლის ივნისი)



წყარო: მაგთიკომის კომერციული და საბიზნესო მონაცემები

დავასკვნათ რომ "... მობილური მომსახურების ბაზრის კონკურენცია არ არის ძლიერი. ფასების თვალსაზრისით არსებითი კონკურენცია არ არსებობს " როგორც კომისია აღნიშნავს თავის განცხადებაში, რომელიც ეფუძნება მხოლოდ მობილური ხმოვან სერვისებს და მობილური ინტერნეტის ფასის უფლებელო ფასს, ჩვენთვის აშკარად დასტურდება მიკერძოებული მტკიცება, რითაც კომისია არჩევს/გამოყოფს მხოლოდ იმ მონაცემებს რომელიც ამყარებს მის დასკვნებს და გულმოდგინედ თავს არიდებს იმ მონაცემის გამოყენებას, რომლებიც გააქარწყლებენ მის დასკვნას.

იმაზე დაყრდნობით, რომ ...

- მობილური ხმოვანი სერვისები არის "წინა თაობა", მცირდება როგორც მოცულობით, ასევე ღირებულებით და მათ ანაცვლებს მობილურ ინტერნეტზე დაფუძნებული voip აპლიკაციები
- მობილური ინტერნეტის სერვისები არის აწმყო და მომავალი საქართველოში მობილური ბაზრისთვის,
- და რომ მობილური ინტერნეტის ფასები საქართველოში ძალიან მაღალი ტემპით მცირდება (25-60% წელიწადში),

შეგვიძლია მხოლოდ დავასკვნათ, რომ ფასების კონკურენცია საქართველოში მართლაც ძალიან კარგად მუშაობს

## 2.2 მარეგულირებელი კონტექსტის ჩვენებური ინტერპრეტაცია

**კომისიის მეორე კითხვაში ნათქვამია, რომ "საკონსულტაციო დოკუმენტები ამტკიცებს, რომ მარეგულირებელი კანონმდებლობა არასწორად იყო განსაზღვრული"**

**ჩვენი პოზიციის შეჯამება კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განცხადებასთან დაკავშირებით:**

ჩვენ მიგვაჩნია, რომ კომისიამ არასწორად წაიკითხა ან არასწორად განმარტა ჩვენი ანგარიში.

ყოველგვარი ეჭვისა და გაუგებრობის თავიდან აცილების მიზნით:

1. ჩვენს ანგარიშში არ იყო ნათქვამი, რომ MVNO-ს რეგულაცია თითქმის გაუქმდა - ის აღნიშნავს, რომ არსებობს მაგალითები ქვეყნების მიერ, რომლებიც აუქმებენ ან უარს ამბობენ MVNO-ს რეგულაციაზე.
2. ჩვენს მოხსენებაში არ იყო ნათქვამი, რომ ევროპაში არ არსებობდა MVNO-ს რეგულირების პრაქტიკა და არც ის იყო მითითებული, რომ მარეგულირებელი კანონმდებლობა არასწორად იყო განსაზღვრული - ის აღნიშნავს, რომ ევროპულმა რეგულაციამ გააუქმა რეკომენდაცია იმის შესახებ რომ ეროვნული ტელეკომის მარეგულირებელ ორგანოებს შეესწავლათ საბითუმო დაშვების ბაზრის კონკურენტუნარიანობა, (მაგრამ ეს ევროპული რეგულაცია არ აიძულებს ცალკეულ მარეგულირებელ ორგანოებს ამოიღონ არსებული რეგულაცია)

**საკითხი 1: ჩვენს ანგარიშში არ იყო ნათქვამი, რომ MVNO-ს რეგულაცია თითქმის გაუქმდა - ის აღნიშნავს, რომ არსებობს მაგალითები ქვეყნების მიერ, რომლებიც აუქმებენ ან უარს ამბობენ MVNO-ს რეგულაციაზე.**

კომისია აცხადებს, რომ "... საკონსულტაციო კომპანიებმა განაცხადეს, რომ მსოფლიოში, MVNO- ს რეგულაცია სავალდებულო დაშვების შესახებ თითქმის გაუქმდა ამიტომ საქართველოში მისი დანერგვის საჭიროება აღარ არსებობდა".

ყოველგვარი გაუგებრობის გამოსარიცხად, ჩვენს ანგარიშში არ იყო ნათქვამი, რომ MVNO- ს რეგულაცია თითქმის გაუქმდა - ის აღნიშნავს, რომ არსებობს მაგალითები ქვეყნების მიხედვით, რომლებიც აუქმებენ ან უარს ამბობენ MVNO- ს რეგულაციაზე. მაგალითისთვის:

- მიუხედავად იმისა, რომ 2003 წელს ევროკომისიამ გაუგზავნა რეკომენდაცია ტელეკომუნიკაციების ეროვნულ მარეგულირებელ პირებს შეისწავლონ საბითუმო დაშვების ბაზრის კონკურენტუნარიანობა, ეს რეკომენდაცია 2007 წელს გაუქმდა (რაც ცალკეულ მარეგულირებელ ორგანიზაციებს არ აიძულებს ამოიღონ არსებული რეგულაციები)<sup>2</sup>
- 2017 წლის 12 აპრილის CNMC<sup>3</sup> -ის (ბაზრებისა და კონკურენციის ეროვნული კომისია) მიერ ჩატარებული კვლევის საფუძველზე, ესპანეთში, 2006 წლიდან საბითუმო რეგულირების მქონე ევროპის ერთ – ერთ ქვეყანაში, CNMC- მ დაამტკიცა MVNO- ს ბაზრის დერეგულაცია.
- CNMC- ს წინა კვლევის თანახმად, ამ ორგანიზაციამ დააფიქსირა, რომ ევროპაში მხოლოდ ორ ქვეყანას (კვიპროსსა და ნორვეგიას) ჰქონდა წინასწარი (Ex ante) რეგულაცია.
- სხვა რეგიონებში, მაგალითად, ახალ ზელანდიაში, 2019 წლის 26 სექტემბერს ვაჭრობის კომისიამ გამოაქვეყნა კვლევა<sup>4</sup>, იმის მტკიცებით, რომ მარეგულირებელთა ჩარევა MVNO- სთან მიმართებაში არ იყო საჭირო.

გარდა ამისა, წინამდებარე კონტექსტის გათვალისწინებით, ჩვენი ანგარიში არ ასკვნის, რომ საქართველოში MVNO- ს რეგულაციის შემოღების საჭიროება არ არის, არამედ იგი აღნიშნავს რომ ევროკომისიის რეკომენდაციები კომისიამ უნდა გაითვალისწინოს გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველო მისი წრაფვის გახდეს ევროკავშირის ნაწილი.

***საკითხი 2: ჩვენს მოხსენებაში არ იყო ნათქვამი, რომ ევროპაში არ არსებობდა MVNO- ს რეგულირების პრაქტიკა და არც ის იყო მითითებული, რომ მარეგულირებელი კანონმდებლობა არასწორად იყო განსაზღვრული - ის აღნიშნავს, რომ ევროპულმა რეგულაციამ გააუქმა რეკომენდაცია იმის შესახებ რომ ეროვნული ტელეკომის მარეგულირებელ ორგანოებს შეესწავლათ საბითუმო დაშვების ბაზრის კონკურენტუნარიანობა, (მაგრამ ეს ევროპული რეგულაცია არ აიძულებს ცალკეულ მარეგულირებელ ორგანოებს ამოიღონ არსებული რეგულაცია)***

მე -2 კითხვის ბოლოს კომისია აღნიშნავს, რომ "... საკონსულტაციო დოკუმენტებში აღნიშნული ფაქტები თითქოს ევროპაში ასეთი პრაქტიკა არ არსებობდა ან მარეგულირებელი კანონმდებლობა არასწორად იყო განსაზღვრული, რეალობისგან შორს არის". ყოველგვარი გაუგებრობის გამოსარიცხად, ჩვენს მოხსენებაში არ იყო ნათქვამი, რომ ევროპაში არ არსებობდა MVNO- ს რეგულირების პრაქტიკა და არც ის იყო მითითებული, რომ მარეგულირებელი კანონმდებლობა არასწორად იყო განსაზღვრული. როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, ჩვენ დასკვნაში აღვნიშნავთ, რომ ევროპულმა რეგულაციამ არ გაითვალისწინა რეკომენდაცია იმის შესახებ, რომ ეროვნული ტელეკომის მარეგულირებელ ორგანოებს შეესწავლათ საბითუმო დაშვების ბაზრის კონკურენტუნარიანობა, იმის გათვალისწინებით, რომ ეს ევროპული რეგულაცია არ აიძულებს ცალკეულ მარეგულირებელ ორგანოებს ამოიღონ არსებული რეგულაცია.

<sup>2</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32007H0879>

<sup>3</sup> <https://www.cnmc.es/eu/node/232550>

<sup>4</sup> [https://comcom.govt.nz/\\_data/assets/pdf\\_file/0022/177331/Mobile-Market-Study-Findings-report-26-September-2019.PDF](https://comcom.govt.nz/_data/assets/pdf_file/0022/177331/Mobile-Market-Study-Findings-report-26-September-2019.PDF)

## 2.3 ლოგიკა, რის შედეგადაც შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ MVNO-ს შემოღება, სავარაუდოდ, კიდევ უფრო მეტ კონცენტრირებას მოახდენს ქვეყანაში ინფრასტრუქტურის ინვესტიციებზე

*კომისია მე-4 კითხვაში აღნიშნავს, რომ "საკონსულტაციო დოკუმენტში ნათქვამია, რომ: ამ ეტაპზე საქართველოს სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე ინვესტიციის საჭიროებები არ არის და MVNO-ს შემოსვლა იქონიებს უარყოფით გავლენას*

**ჩვენი პოზიციის შეჯამება კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განცხადებასთან დაკავშირებით:**

1. ჩვენ მიგვაჩნია, რომ კომისიამ არასწორად წაიკითხა ან არასწორად განმარტა ჩვენი ანგარიშის ნაწილი: როგორც ეს მოცემულია „2.3. პუნქტში ახალი მოთამაშეების მოზიდვა“, ჩვენ ნამდვილად ვეთანხმებით, რომ MVNO რეგულაციის შემოღება, საერთო ჯამში, ქმნის შესაძლებლობებს დამატებითი მომსახურებებისა და ახალი ნიშებისათვის, რაც, ჩვენი აზრით, საქართველოში მცირეა.
2. ამასთან, ჩვენ სრულად უარყოფით მოსაზრებას, რომ ჩვენი ვარაუდები იმის შესახებ რომ MVNO-ს შემოსვლა ხელს უშლის ინვესტიციებს, ჰიპოთეტური და უსაფუძვლოა - ჩვენი ღრმა რწმენით, MVNO-ების დანერგვა კიდევ უფრო გაზრდის დისბალანსს მაგთიკომისა და სილქნეტის მობილურ ინფრასტრუქტურასა და VEON-ის მობილური ინფრასტრუქტურის ხარისხს შორის. ჩვენი ლოგიკა სავსებით დასაბუთებულია: (i) VEON-ის მობილური ინფრასტრუქტურა ამჟამად ჩამორჩება მაგთიკომის და სილქნეტის ინფრასტრუქტურას (ii) VEON-ის ფინანსური მდგომარეობა სუსტი და მყიფეა, (iii) MVNO-ები მიზნად ამოიღებენ უფრო VEON-ის მომხმარებელთა ბაზას ვიდრე მაგთიკომის და სილქნეტის, რადგან VEON-ს აქვს ფასებისადმი მგრძობიარე/დაბალი ხარისხის სეგმენტის არაპროპორციული წილი - ეს კიდევ უფრო შეასუსტებს VEON-ს საცალო ეკონომიკას, (iii) შედეგად, VEON-ს შეიძლება მეტად გაუჭირდეს მაგთიკომისა და სილქნეტის ქსელის ინფრასტრუქტურის ხარისხთან გათანაბრება, (iv) შესაბამისად, ჩვენ ველოდებით დისბალანსის ზრდას (და არა შემცირებას) მაგთიკომისა და სილქნეტის ინფრასტრუქტურის ხარისხსა და VEON-ს შორის (შედეგი, რომელიც შეიძლება სასურველი ან არა სასურველი იყოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიისთვის).

**საკითხი 1: ჩვენ მიგვაჩნია, რომ კომისიამ არასწორად წაიკითხა ან არასწორად განმარტა ჩვენი ანგარიშის ნაწილი: როგორც ეს მოცემულია „2.3. პუნქტში ახალი მოთამაშეების მოზიდვა“, ჩვენ ნამდვილად ვეთანხმებით, რომ MVNO რეგულაციის შემოღება, საერთო ჯამში, ქმნის შესაძლებლობებს დამატებითი მომსახურებებისა და ახალი ნიშებისათვის, რაც, ჩვენი აზრით, საქართველოში მცირეა.**

ჩვენ ვეთანხმებით, კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის რამდენიმე პუნქტს, რომელიც ადასტურებს რომ MVNO რეგულაციის შემოღება იძლევა ნიშე სერვისების შექმნის შესაძლებლობებს, რასაც ვადასტურებთ ჩვენი ანგარიშის „2.3. პუნქტში ახალი მოთამაშეების მოზიდვა“. ამასთან, ეს შესაძლებლობები არ უკავშირდება ჩვენს პოზიციას, რომ MVNO-ების დანერგვა კიდევ უფრო გაზრდის დისბალანსს მაგთიკომისა და სილქნეტის მობილური ინფრასტრუქტურის ხარისხსა და VEON-ს შორის.

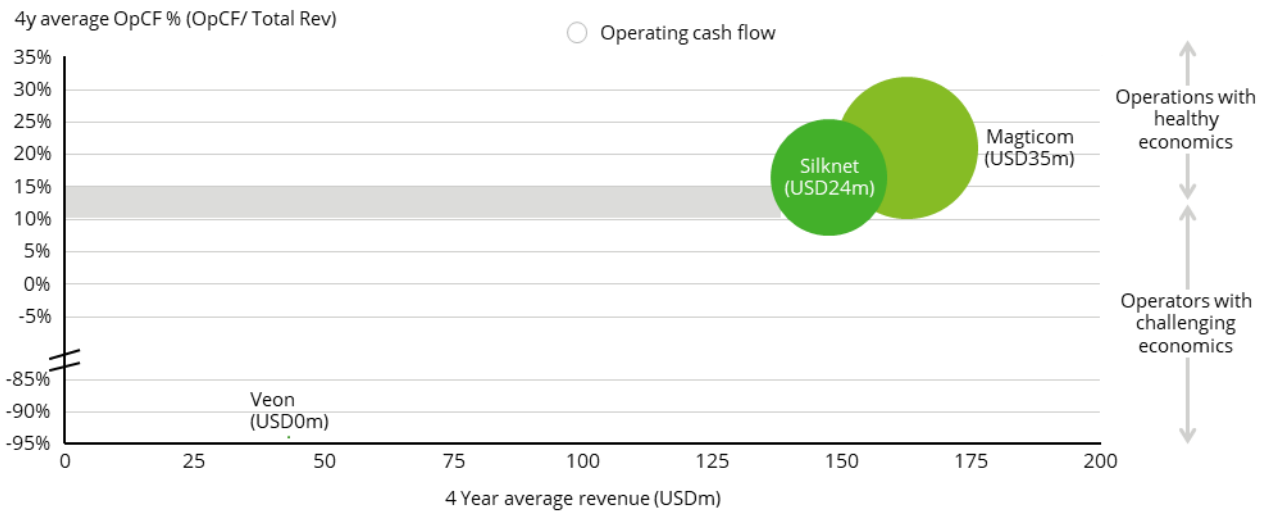
**საკითხი 2: ამასთან, ჩვენ სრულად უარყოფით მოსაზრებას, რომ ჩვენი ვარაუდები იმის შესახებ რომ MVNO-ს შემოსვლა ხელს უშლის ინვესტიციებს, ჰიპოთეტური და უსაფუძვლოა - ჩვენი ღრმა რწმენით, MVNO-ების დანერგვა კიდევ უფრო გაზრდის დისბალანსს მაგთიკომისა და სილქნეტის მობილურ ინფრასტრუქტურასა და VEON-ის მობილური ინფრასტრუქტურის ხარისხს შორის. ჩვენი ლოგიკა სავსებით დასაბუთებულია: (i) VEON-ის მობილური ინფრასტრუქტურა ამჟამად ჩამორჩება მაგთიკომის და სილქნეტის ინფრასტრუქტურას (ii) VEON-ის ფინანსური მდგომარეობა სუსტი და მყიფეა, (iii) MVNO-ები მიზნად ამოიღებენ უფრო VEON-ის მომხმარებელთა ბაზას ვიდრე მაგთიკომის და სილქნეტის, რადგან VEON-ს აქვს ფასებისადმი მგრძობიარე/დაბალი ხარისხის სეგმენტის არაპროპორციული წილი - ეს კიდევ უფრო შეასუსტებს VEON-ს საცალო ეკონომიკას, (iii) შედეგად, VEON-ს შეიძლება მეტად გაუჭირდეს მაგთიკომისა და სილქნეტის ქსელის ინფრასტრუქტურის ხარისხთან გათანაბრება, (iv) შესაბამისად, ჩვენ ველოდებით დისბალანსის ზრდას (და არა შემცირებას) მაგთიკომისა და სილქნეტის ინფრასტრუქტურის ხარისხსა და VEON-ს შორის (შედეგი, რომელიც შეიძლება სასურველი ან არა სასურველი იყოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიისთვის).**

ჩვენ სრულად უარყოფით კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის იმ მოსაზრებას, რომ ჩვენი ვარაუდები, რომ MVNO-ების შემოსვლამ საქართველოს ბაზარზე შესაძლოა ხელი შეუშალოს ინვესტიციებს, ჰიპოთეტური და უსაფუძვლოა

ჩვენი ლოგიკა, რომელიც არ იქნა გაქარწყლებული კომისიის მიერ, სრულად ემყარება ფაქტებს. კერძოდ:

- i. ამ დოკუმენტის 2.1 პუნქტში მითითებული მტკიცებულებებიდან ჩანს, რომ ამჟამად Silknet / Magticom-სა და VEON-ს შორის ინფრასტრუქტურის დონეზე მაღალი დისბალანსია, რაც ასევე აისახება ფასების სხვაობაში.
- ii. მაგთიკომი და სილქნეტი აგენერირებენ შემოსავლებს. მათ შეუძლიათ (და სავარაუდოდ მოახდენენ) ჩადონ ინვესტიცია რათა შეინარჩუნონ მათი ქსელის ხარისხის უპირატესობისა და პრემიუმ ხარისხის პოზიცია ბაზარზე. თუმცა, VEON-ი ძალზე არაჯანსაღ ფინანსურ მდგომარეობაშია, რაც შეზღუდავს მის ინფრასტრუქტურაში ინვესტიციის უნარსა და Magticom-თან და Silknet-თან გათანაბრების შესაძლებლობას. ეს დინამიკა შეინარჩუნებს ბაზრის ამჟამინდელ სტრუქტურას (მაღალი ფასი/მაღალი ხარისხის მომსახურება, რაც უპირისპირდება დაბალ ფასსა/დაბალი ხარისხის მომსახურებას).

ცხრილი 8 – OpCF vs შემოსავალი<sup>5</sup>



წყარო: ოპერატორების ვებსაიტი და დელოიტის ანალიზი

<sup>5</sup> მათ შორის GeoCell და FY16-18 VEON-ისთვის

- iii. ახალი MVNO მიზანში ამოიღებს ბაზარზე ფასების მიმართ მგრძობიარე მომხმარებლებს (როგორც ისინი ყოველთვის აკეთებენ). მიუხედავად იმისა, რომ ეს გავლენას მოახდენს ყველა MNO-ს საცალო ვაჭრობის სეგმენტზე, VEON-ი დაზარალებულა არაპროპორციულად 2 მიზეზის გამო:
  - o დაბალი ფასის/დაბალი ხარისხის მომსახურების მიმწოდებლის პოზიციიდან გამომდინარე VEON-ს ყავს ფასებისადმი მგრძობიარე მომხმარებლების არაპროპორციული წილი;
  - o მისი სუსტი ფინანსური მდგომარეობის გათვალისწინებით, VEON-ი ვერ შეინარჩუნებს თავის მომხმარებლებს, ხოლო Magticom-ს და Silknet-ს გაცილებით მეტი მოქმედების სივრცე ექნებათ MVNO-ზე გადასვლელი მომხმარებლების შესანარჩუნებლად.
- iv. შედეგად, VEON-ის შესაძლებლობა ინვესტირება მოახდინოს ქსელურ ინფრასტრუქტურაში რათა დაეწიოს Magticom-სა და Silknet-ს კიდევ უფრო შესუსტდება

## 2.4 ჩვენი მოსაზრება, რომ COVID-19 კრიზისი გაართულებს MVNO-ს ბაზარზე შესვლას

**კომისიის მე-6 კითხვაში ნათქვამია, რომ ჩვენი COVID-თან დაკავშირებული რისკის ანალიზი დაუსაბუთებელია, რადგან იგი არ შეესაბამება ITU-ს და BEREC-ის მოსაზრებას, რომ COVID აჩქარებს ციფრულ ეკონომიკას.**

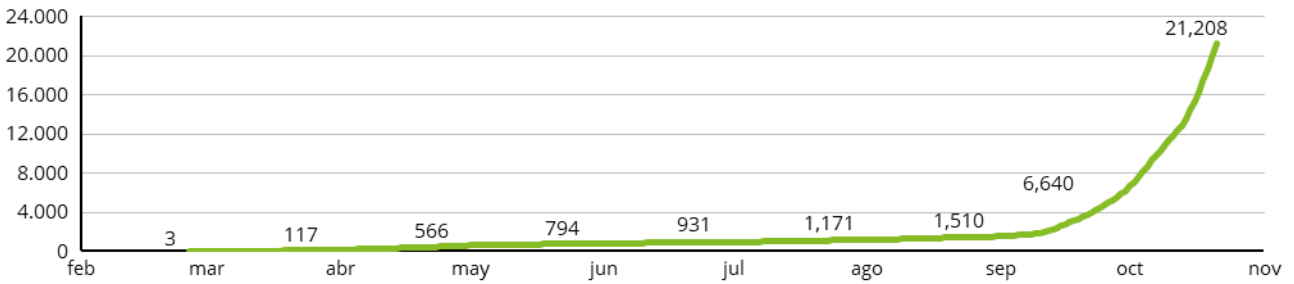
**ჩვენი პოზიციის შეჯამება კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განცხადებასთან დაკავშირებით:**

1. არსებობს ძალიან მკაფიო მტკიცებულება იმისა, რომ COVID-19-მა უარყოფითი გავლენა მოახდინა ბიზნესზე მთელ მსოფლიოში, მთავრობებსა და ცენტრალურ ბანკებს უწევთ საგანგებო ზომების გატარება მათ დასახმარებლად.
2. COVID კრიზისი - ზღუდავს მომხმარებლის მობილობას - ძლიერ უარყოფით გავლენას ახდენს მობილობაზე დამოკიდებულ მომსახურებაზე, როგორცაა MNO ან MVNO-ს მიერ შემოთავაზებული მომსახურება (მობილური ხმოვანი დაინტერნეტმომსახურება). ჩვენ ნამდვილად ველით, რომ MVNO სერვისებზე მოთხოვნა უარყოფითად იმოქმედებს COVID კრიზისის გამო, ისევე როგორც ამჟამად MNO სერვისებზე მოქმედებს იგი. Quibi-ს - მაღალპროფილური მობილური კონტენტის საწარმოს მარცხი, ასევე ადასტურებს, რამდენად რთულია მობილობაზე ორიენტირებული ახალი სერვისების გაშვება მობილობა-შეზღუდულ პერიოდში, თუნდაც COVID-მდე 1,7 მილიარდი აშშ დოლარის დაფინანსებით უზრუნველყოფის არსებობით.
3. გარდა ამისა, ჩვენი ანალიზი აჩვენებს, რომ ნორმალურ ეკონომიკურ პირობებში, ახალ MVNO-ებს უჭირთ ფუნქციონირების დაწყება და მათგან დაახლოებით ნახევარი ვერ ახერხებს გრძელვადიანი პერიოდით არსებობას. ამ და ზემოაღნიშნული გარემოების გათვალისწინებით, ჩვენ ნამდვილად მოგუწოდებთ ინვესტირებას, რომლებიც ახალი MVNO-ების დაფინანსებას განიხილავენ, იყვნენ უფრო ფრთხილები, ვიდრე მანამ სანამ COVID-ის კრიზისის დაძლევის მექანიზმი არ გამოიძებნება.

**საკითხი 1: არსებობს ძალიან მკაფიო მტკიცებულება იმისა, რომ COVID-19-მა უარყოფითი გავლენა მოახდინა ბიზნესზე მთელ მსოფლიოში, მთავრობებსა და ცენტრალურ ბანკებს უწევთ საგანგებო ზომების გატარება მათ დასახმარებლად.**

დღესდღეისობით, ეს არის რეალობა და უდავოა, რომ COVID-19 უარყოფითად მოქმედებს ზოგადად ბიზნესზე. COVID-19-ის რყევის სიმძლავრე საწარმოო აქტივობაზე არის ის, რაც მსოფლიო ეკონომიკას არ განუცდია 1930-იანი წლების დიდი დეპრესიის შემდეგ და ეს გავლენა ბევრად უფრო მწვავეა, ვიდრე რეცესია, რომელიც ევროპამ განიცადა ბოლოდროინდელი სუვერენული ვალის კრიზისის დროს. ამრიგად, ეს არის უპრეცედენტო კრიზისი, რომელმაც შექმნა გაურკვეველი ეკონომიკური სცენარი, რაც აისახება როგორც GDP-ზე დარტყმაში, სადაც მსოფლიო ბანკის შეფასებით, საქართველოში იგი შემცირდება 4,8%-ით 2020 წელს და ასევე COVID შემთხვევათა რაოდენობის მიხედვით (გამოვლენილი და სიკვდილიანობა), რაშიც დღეს საქართველო თავის ყველაზე ცუდ მაჩვენებლებს აფიქსირებს და ეს ტენდენცია მიუთითებს მომავალში მის გაუარესებაზე.

ცხრილი 9 – COVID-19 შემთხვევების ევოლუცია საქართველოში (2020 წლის თებერვალი - 2020 წლის ოქტომბერი)



წყარო: ჯონს ჰოპკინსის უნივერსიტეტი

ზემოხსენებული მიზეზების გამო, მთავრობები ახდენენ რეაბილიტაციისა და მდგრადობის გეგმების შემუშავებას COVID-19 კრიზისის ეკონომიკური შედეგების შესამსუბუქებლად და ბიზნესის გაკოტრების თავიდან ასაცილებლად. ამის ნათელი მაგალითია ევროკავშირის შემდეგი თაობის გეგმა (EU Next Generation Plan), რომელიც 750 მილიონი ევროს ოდენობის ფონდით იქნება გათვლილი.

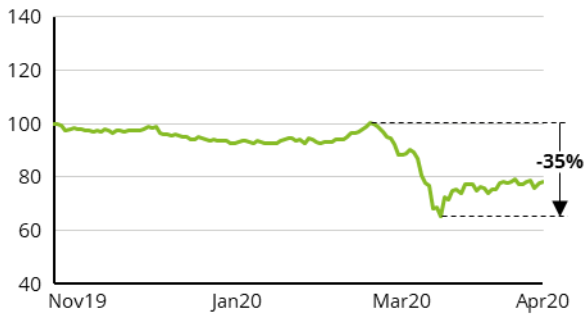
**საკითხი 2: COVID კრიზისი - ზღუდავს მომხმარებლის მობილობას - ძლიერ უარყოფით გავლენას ახდენს მობილობაზე დამოკიდებულ მომსახურებაზე, როგორცაა MNO ან MNVO- ს მიერ შემოთავაზებული მომსახურება (მობილური ხმოვანი დაინტერნეტმომსახურება). ჩვენ ნამდვილად ველით, რომ MVNO სერვისებზე მოთხოვნა უარყოფითად იმოქმედებს COVID კრიზისის გამო, ისევე როგორც ამაყად MNO სერვისებზე მოქმედებს იგი. Quidi-ს - მაღალპროფილური მობილური კონტენტის საწარმოს მარცხი, ასევე ადასტურებს, რამდენად რთულია მობილობაზე ორიენტირებული ახალი სერვისების გაშვება მობილობა-შეზღუდულ პერიოდში, თუნდაც COVID-მდე 1,7 მილიარდი აშშ დოლარის დაფინანსებით უზრუნველყოფის არსებობით.**

მიუხედავად იმისა, რომ COVID კრიზისმა ზოგიერთ სექტორზე უფრო მეტად მოახდინა გავლენა ვიდრე სხვაზე, ტელეკომის ინდუსტრიას გაცილებით მეტი ზიანი მიაღწა. ევროპაში სატელეკომუნიკაციო ინდექსი 35%-ით დაეცა, რაც ასახავს ინვესტორთა მოსაზრებებს, რომ ტელეკომუნიკაცია არა მხოლოდ "არ არის დაცული", არამედ მასზე "ძალიან მოქმედებს" COVID კრიზისი. ჩვენი აზრით, ეს ძირითადად განპირობებულია მობილური კომპონენტით (ხალხს არ სჭირდება მობილობა, როდესაც ისინი სახლში არიან გამოკეტილები) და ის ფაქტი, რომ ფიქსირებული მომსახურება არ ახდენს მობილურით დანაკარგების ანაზღაურებას (ფიქსირებული ხარჯვა შედარებით დამოუკიდებელია მოხმარებაზე).



ცხრილი 8 – COVID-19 გავლენა EuroStoxx- ის მთავარ ინდექსებზე (ფასი 24/10/2019 = 100)

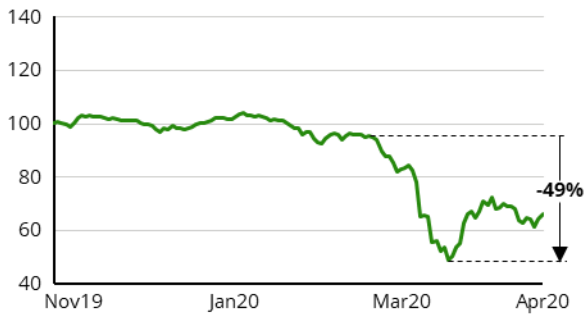
**Telecommunications**



**Banking**



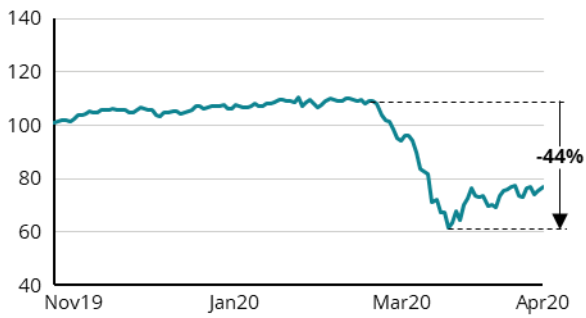
**Energy (petrol and gas)**



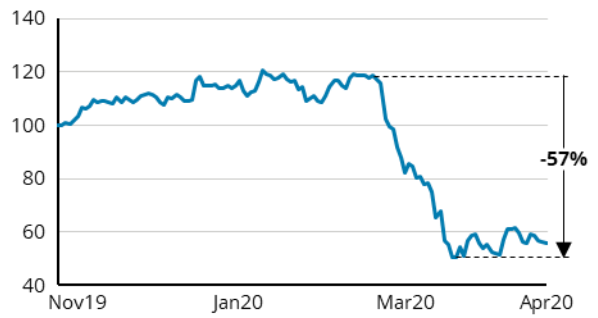
**Retail**



**Industrial goods and services**



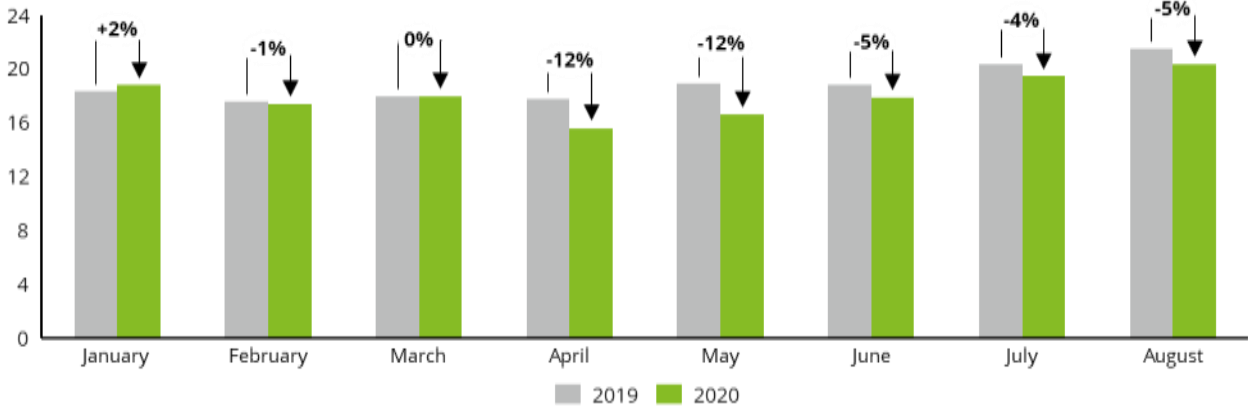
**Airlines**



წყარო: Stoxx, Deloitte ანალიზი

საქართველოში, აშკარა მტკიცებულებები მიუთითებს იმაზე, რომ კრიზისმა კი არ „ააჩქარა/ხელი შეუწყო“ არამედ დააზარალა მობილური ოპერატორები. მაგთიკომის YoY ყოველთვიური შემოსავლები ხაზს უსვამს აპრილის და მაისის თვეში შემოსავლების მოულოდნელ ვარდნას „Lockdown“-ის პიკური პერიოდის განმავლობაში, ხოლო ივნისის შემდეგ სტაბილიზაციას -5% -ზე, რაც მინიშნებს იმაზე, რომ კრიზისი გრძელვადიან გავლენას ახდენს მომხმარებლის ხარჯვაზე.

ცხრილი 9 – COVID-19 გავლენა მაგთიკომის საცალო ვაჭრობის მობილურ შემოსავლებზე (GELm, იანვარი - აგვისტო 2019 და 2020)



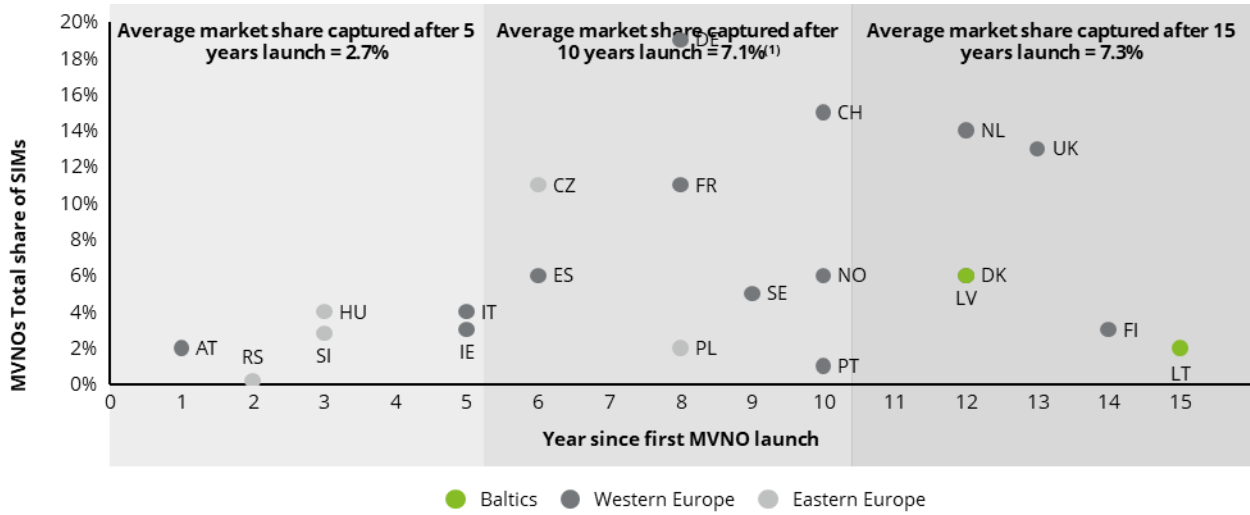
წყარო: Magticom, Deloitte ანალიზი

Quibi ასევე ძალიან კარგი მაგალითია, რომელიც ხაზს უსვამს, რამდენად რთულია მობილობაზეზღუდული პერიოდის განმავლობაში ახალი, მობილობაზე ორიენტირებული სერვისების გაშვება: სტრიმინგის ვიდეო გიგანტი, რომელმაც 1,7 მილიარდი აშშ დოლარის დაფინანსება მოიძია, ასახელებს მისი გათიშვის დღეს, მომსახურების გაშვებიდან ექვსი თვის შემდეგ. Quibi-ს აპლიკაციის ჩვენება აპრილში შედგა, კორონავირუსის პანდემიის გამო, მალევე აშშ და მრავალი სხვა რეგიონი გათიშეს. ჯეფრი კატზენბერგმა, დისნეის და DreamWorks-ის ყოფილმა აღმასრულებელმა დირექტორმა, რომელმაც წამოიწყო სტარტაპი, New York Times-თან ინტერვიუში განაცხადა, რომ პანდემიამ ჩაშალა გაშვება და ვერ ნახეს გამოსავალი ამ უპრეცედენტო გამოწვევებში.

**საკითხი 3: გარდა ამისა, ჩვენი ანალიზი აჩვენებს, რომ ნორმალურ ეკონომიკურ პირობებში, ახალ MVNO-ებს უჭირთ ფუნქციონირების დაწყება და მათგან დაახლოებით ნახევარი ვერ ახერხებს გრძელვადიანი პერიოდით არსებობას. ამ და ზემოაღნიშნული გარემოების გათვალისწინებით, ჩვენ ნამდვილად მოვუწოდებთ ინვესტორებს, რომლებიც ახალი MVNO-ების დაფინანსებას განიხილავენ, იყვნენ უფრო ფრთხილები, ვიდრე მანამ სანამ COVID-ის კრიზისის დაძლევის მექანიზმი არ გამოიძებნება.**

სხვა ქვეყნებში, ნორმალურ პირობებში, MVNO-ს ისტორიული მონაცემები/განვითარების ტრაექტორია აჩვენებს, რომ MVNO-ებისთვის კომერციული განვითარება რთულია. 5 წლის შემდეგ, MVNO იღებს ბაზრის მოცულობის დაახლოებით 3%-ს და ბაზრის შემოსავლის დაახლოებით 2%-ს.

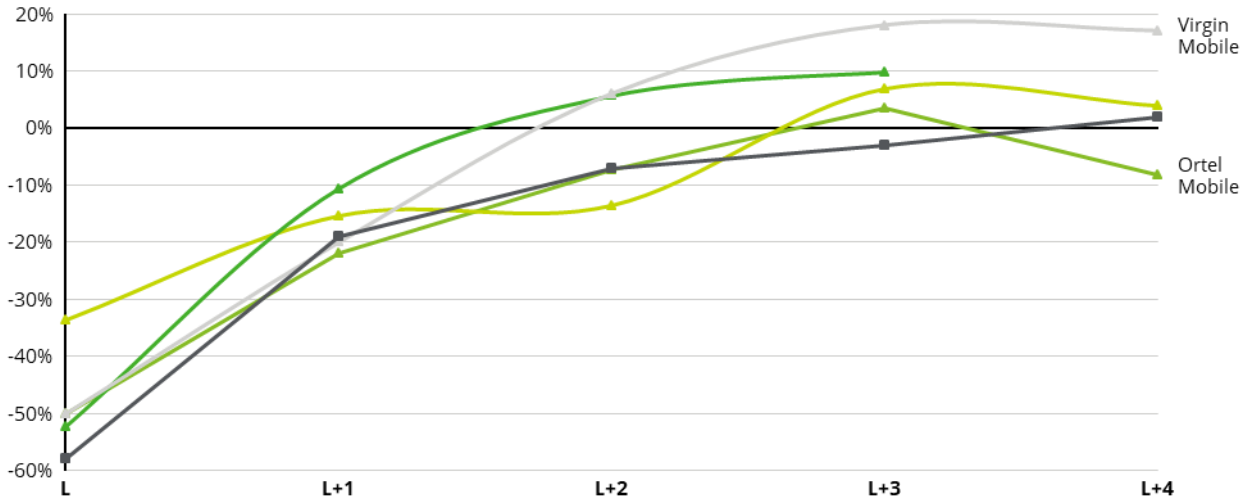
ცხრილი 10 – MVNO-ს ბაზრის წილის ევოლუციის ნიმუში (MVNO-ს გაშვების დღიდან)<sup>6</sup>



წყარო: ქვეყნების მარეგულირებელი, ოპერატორების ვებ-გვერდები, Deloitte-ს ანალიზი

EBITDA ნეიტრალიტეტის მიღწევას დაახლოებით 4 წელი სჭირდება.

ცხრილი 11 – EBITDA ზღვრის ევოლუცია გაშვების შემდეგ (MVNO-ს გაშვების შემდეგ)

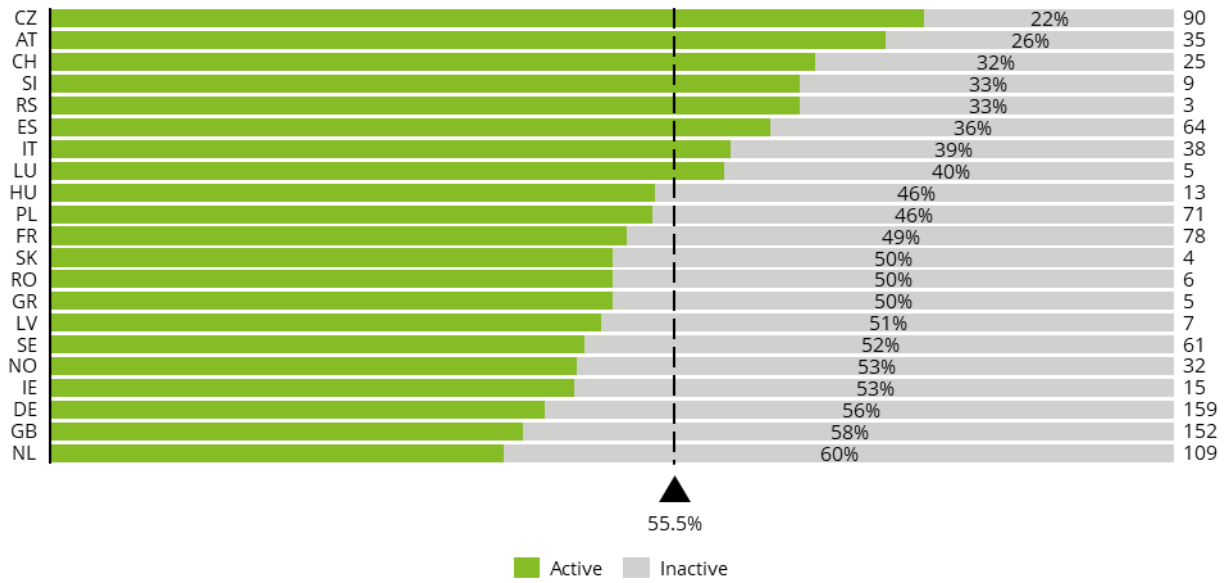


წყარო: Wireless Intelligence, Deloitte ანალიზი

საბოლოოდ, გაშვებული MVNO-ების საშუალოდ 45% ვერ ფუნქციონირებს გრძელვადიან პერსპექტივაში.

<sup>6</sup> გერმანია ამოღებულია დანაგარიშების დროს

ცხრილი 12 – არააქტიური MVNO-ების წილი საერთო ჯამში (2020 წლის ივნისი)



წყარო: Telecompaper, Deloitte ანალიზი

დამატებითი გამოწვევების გათვალისწინებით, რომელსაც COVID-ი უქმნის MVNO-ები, ჩვენ ვთვლით, რომ არსებული პრობლები ნორმალურზე „უარესია“ - MVNO-ების გაშვების რისკები უფრო მაღალია COVID-ის პრობლებში და ინვესტორებმა ამ საწარმოების დაფინანსებისას უნდა გაითვალისწინონ ეს გაზრდილი რისკები.

### 3.1 აბრევიატურები და აკრონიმები

AI: Artificial Intelligence	KW: Kuwait
AL: Albania	KZ: Kazakhstan
AM: Armenia	LB: Lebanon
APAC: Asia Pacific	LT: Lithuania
ARPU: Average Revenue Per User	LTE: Long Term Evolution 4G
AT: Austria	LU: Luxembourg
AU: Australia	LV: Latvia
AZ: Azerbaijan	MB: Megabyte
BA: Bosnia and Herzegovina	MD: Moldova
BE: Belgium	ME: Montenegro
BG: Bulgaria	MK: Macedonia
BH: Bahrain	MNO: Mobile Network Operator
BN: Brunei	MT: Malta
BY: Belarus	MVNE: Mobile Virtual Operator Enabler
CAGR: Compound annual growth rate	MVNO: Mobile Virtual Network Operator
CH: Switzerland	NL: Netherlands
CIS: Commonwealth of Independent States	NO: Norway
CNMC: The National Commission on Markets and Competition in Spain	OECD: Organization for Economic Co-operation and Development
CSP: Communication Service Providers	OM: Oman
CZ: Czech Republic	PK: Pakistan
DE: Germany	PL: Poland
DK: Denmark	PPP: Purchasing Power Parity
DZ: Algeria	PT: Portugal
EBITDA: Earning Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization	QA: Qatar
EE: Estonia	QoS: Quality of Service
EG: Egypt	RO: Romania
ES: Spain	ROIC: Return on invested capital
EU: European Union	RS: Serbia
FI: Finland	RU: Russia
FR: France	SA: Saudi Arabia
FTTH: Fiber To The Home	SE: Sweden
GB: Gigabyte	SG: Singapore
GB (as a country): United Kingdom	SI: Slovenia
GDP: Gross domestic product	SK: Slovakia
GE: Georgia	SME: Small and Medium Enterprise
GEL: Georgian Lari	TJ: Tajikistan
GNCC: Georgian National Communications Commission	TM: Turkmenistan
GR: Greece	UA: Ukraine
HHI: Herfindahl-Hirschman Index	UK: United Kingdom
HR: Croatia	USD: American Dollar
HU: Hungary	UZ: Uzbekistan
ID: Indonesia	VAS: Value-Added Service
IE: Ireland	VN: Vietnam
IMF: International Monetary Fund	VPN: Virtual Private Network
IN: India	
IOT: Internet Of Things	
IR: Iran	
IS: Iceland	
IT: Italy	
JP: Japan	
KG: Kyrgyzstan	
KR: South Korea	

## 3.2 ცხრილთა ინდექსი

ცხრილი 1 – მობილური ინტერნეტის ფასების ანალიზი (2019)	4
ცხრილი 2 – ბაზრის კვლევის მონაცემები (2020 წლის ივნისი)	5
ცხრილი 3 – მაგთიკომის მომხმარებლები - პორტირების მიზეზები (2020 წლის ივნისი)	5
ცხრილი 4 – არსებული პაკეტის წუთის ფასის მაგალითი (ლარი / წთ; 2020 წ.)	6
ცხრილი 5 – B2C ბაზარი: პროდუქტის სეგმენტაცია ოპერატორის მიერ (SIM ბარათების # მ; 2020 წლის მარტი)	7
ცხრილი 6 – კომისიის განცხადება: ცხრილი N2	7
ცხრილი 7 – მაგთიკომის მომხმარებლები - პორტირების მიზეზები (2020 წლის ივნისი))	8
ცხრილი 8 – ოპერატორების ხარისხი-ფასების პოზიციონირება (2020)	11
<b>Bookmark not defined.</b>	<b>Error!</b>
ცხრილი 9 – OpCF vs შემოსავალი	11
ცხრილი 10 – COVID-19 შემთხვევების ევოლუცია საქართველოში (2020 წლის თებერვალი - 2020 წლის ოქტომბერი)	13
ცხრილი 11 – COVID-19 გავლენა EuroStoxx– ის მთავარ ინდექსებზე (ფასი 24/10/2019 = 100)	14
ცხრილი 12 – COVID-19 გავლენა მაგთიკომის საცალო ვაჭრობის მობილურ შემოსავლებზე (GELm, იანვარი - აგვისტო 2019 და 2020)	15
ცხრილი 13 – MVNO– ს ბაზრის წილის ევოლუციის ნიშნული (MVNO– ს გაშვების დღიდან)	16
ცხრილი 14 – EBIT– EBITDA ზღვრის ევოლუცია გაშვების შემდეგ (MVNO– ს გაშვების შემდეგ)	16
ცხრილი 15 – არააქტიური MVNO– ების წილი საერთო ჯამში (2020 წლის ივნისი)	17