

გადაწყვეტილება

N გ-20-9/559
25/06/2020

559-გ-20-1-4-202006252020



მობილური ქსელით საცალო მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე (მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება, მობილური ინტერნეტ მომსახურება და მოკლე ტექსტური შეტყობინებები) კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შედეგების შესახებ

კომუნიკაციების კომისიის (შემდგომში: კომისია) მიერ 2020 წლის 26 მარტს მიღებული იქნა გადაწყვეტილება №გ-20-23/360 „მობილური ქსელით საცალო მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე (მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება, მობილური ინტერნეტ მომსახურება და მოკლე ტექსტური შეტყობინებები) არსებული კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის დაწყების შესახებ“.

აღნიშნული საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების ვადად განისაზღვრა 3 (სამი) თვე. საკითხის ზეპირი მოსმენის თარიღად განისაზღვრა 2020 წლის 4 ივნისი. 2020 წლის 4 ივნისს კომისიის №გ-20-19/500 გადაწყვეტილებით, ცვლილება შევიდა კომისიის 2020 წლის 26 მარტის №გ-20-23/360 გადაწყვეტილებაში და ზეპირი მოსმენის თარიღად განისაზღვრა 2020 წლის 18 ივნისი.

2020 წლის 18 ივნისს ჩატარდა კომისიის ზეპირი მოსმენის სხდომა. სხდომაზე მოსმენილ იქნა სატელეკომუნიკაციო ბაზრის რეგულირების დეპარტამენტის უფროსის ე.იმედაძის ინფორმაცია მობილური ქსელით საცალო მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე (მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება, მობილური ინტერნეტ მომსახურება და მოკლე ტექსტური შეტყობინებები) კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შესახებ.

2020 წლის 18 ივნისის ზეპირი მოსმენის სხდომაზე, წარმოდგენილი პროექტის განხილვის შესაძლებლობის მიზნით ოპერატორებს მიეცათ გარკვეული ვადა რათა, წარმოედგინათ თავიანთი პოზიცია აღნიშნულ პროექტთან დაკავშირებით. შესაბამისად კომისიის 2020 წლის 18 ივნისის ზეპირი მოსმენის სხდომაზე გამოცხადდა შესვენება და ზეპირი მოსმენის სხდომის ჩატარებისა და გადაწყვეტილების გამოცხადების დღედ განისაზღვრა 2020 წლის 25 ივნისი.

2020 წლის 18 ივნისის ზეპირი მოსმენის სხდომაზე სატელეკომუნიკაციო ბაზრის რეგულირების დეპარტამენტის უფროსის ე.იმედაძის მიერ წარმოდგენილი იქნა შემდეგი ინფორმაცია:

2020 წლის 11 მარტს კომისიას მიმართა მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივმა დამცველმა შპს „მაგთიკომის“ მიერ დაანონსებულ ინფორმაციასთან დაკავშირებით, რომლის მიხედვითაც, 2020 წლის 6 აპრილიდან პაკეტი „მარტივი 25-ის“, რომლის ღირებულებაც იყო 25 ლარი, გააქტიურება აღარ იქნებოდა შესაძლებელი და აბონენტებისთვის შეთავაზებული იქნებოდა პაკეტი „მარტივი 30“, რომლის ღირებულებაც შეადგენდა 30 ლარს, რაც მომხმარებელთა მკვეთრ უკმაყოფილებას იწვევდა. კერძოდ, მომხმარებლები გამოთქვამდნენ პრეტენზიას, რომ იმ პირებისთვის, რომლებიც „მარტივი 25-ს“ მხოლოდ ულიმიტო წუთების მიღების მიზნით იაქტიურებდნენ (და არა ამ პაკეტში შემავალ ინტერნეტ მომსახურებისათვის), „მარტივი 30-ის“ შეთავაზებით იზრდებოდა მათი მომსახურების საფასური სასაუბრო ულიმიტო წუთების ნაწილში. შესაბამისად, მომხმარებლები ითხოვდნენ კომპანიისაგან „მარტივი 25-ის“ შენარჩუნებას, რათა მისცემოდათ შესაძლებლობა თავად გადაეწყვიტათ, რომელი პაკეტია მათთვის უფრო ხელსაყრელი.

საკითხის საფუძვლიანად შესასწავლად, კვლევის ფარგლებში 2020 წლის 30 აპრილს შპს „მაგთიკომიდან“,

შპს „ვიონი საქართველოდან“ და სს „სილქნექტიდან“ წერილებით Nგ-20-08/1463, Nგ-20-08/1464 და Nგ-20-08/1465 გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია მოქმედი სატარიფო გეგმების და შეთავაზებების შესახებ. ასევე 2020 წლის 22 მაისს სს „სილქნექტს“ დამატებით გაეგზავნა წერილი Nგ-20-08/1702-ით ინფორმაციის დაზუსტებასთან დაკავშირებით. შპს „მაგთიკომმა“ მოთხოვნილი ინფორმაცია კომისიაში წარმოადგინა 2020 წლის 18 მაისს წერილით Nშ-20-6/2578; შპს „ვიონი საქართველომ“ ინფორმაცია ასევე წარმოადგინა 2020 წლის 18 მაისს წერილით Nშ-20-6/2604, და შემდეგ მოახდინა მონაცემების დაზუსტება 2020 წლის 6 ივნისს წერილით Nშ-20-6-2964. სს „სილქნექტმა“ ინფორმაცია კომისიაში წარმოადგინა 2020 წლის 27 მაისს წერილებით: Nშ-20-6-2758 და Nშ-20-6/2767, ასევე 2020 წლის 16 ივნისს მოხდა მონაცემების დაკორექტირება წერილით Nშ-20-6/3113.

როგორც ცნობილია, „მობილური ქსელით საცალო ხმოვანი მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შედეგების შესახებ“ კომისიის 2019 წლის 30 აპრილის N267/9 და „მობილური ქსელით ინტერნეტ მომსახურების და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების („SMS“) ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შედეგების შესახებ“ კომისიის N 268/9 გადაწყვეტილებებით, შპს „მაგთიკომი“ და სს „სილქნექტი“ ცნობილ იქნენ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირებად მობილური ქსელით საცალო ხმოვანი და ინტერნეტ მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე. ამავე გადაწყვეტილებებით, აღნიშნულ სეგმენტებზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირებს დაკისრებული აქვთ დანახარჯებისა და შემოსავლების განცალკევებულად აღრიცხვის ვალდებულება კონკრეტული პირობებით - არ დაუშვან კონკურენციის შემზღუდავი ქმედებები, მათ შორის, მომხმარებელთა რომელიმე ჯგუფის სატარიფო შეღავათების სუბსიდირება სხვა ავტორიზებულ პირთა ან მომხმარებელთა ჯგუფების ხარჯზე.

კომისიის 2017 წლის 7 სექტემბერის N684/19 გადაწყვეტილების შესაბამისად, 2019 წლის 01 იანვრიდან ძალაში შევიდა მნიშვნელოვნად შემცირებული ურთიერთხართვის ტარიფები, რასაც თავის მხრივ სულ მცირე ხმოვან მომსახურებებზე ფასის კლება თუ არა, შენარჩუნება უნდა გამოეწვია.

ასევე, „ინტერნეტის გლობალურ რესურსებთან დაშვების საბითუმო ბაზრის სეგმენტზე კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შედეგების შესახებ“ კომისიის Nგ-19-9/285 14.05.2019 გადაწყვეტილებით მნიშვნელოვნად იქნა შემცირებული ინტერნეტის გლობალურ რესურსებთან დაშვების საბითუმო მომსახურების ტარიფი.

მიუხედავად კომისიის მცდელობისა, მობილური ქსელით საცალო ხმოვანი და ინტერნეტ მომსახურების ფასები მიმართული იყოს შემცირების ტენდენციისკენ, მობილურ ბაზარზე ცალკეულ შემთხვევებში ადგილი აქვს საცალო ტარიფების გაზრდის მცდელობას, რაც იწვევს მომხმარებელთა სამართლიან უკმაყოფილებას.

შესაბამისად, კომისიამ მიიღო გადაწყვეტილება **მობილური ქსელით საცალო მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე კვლევისა და ანალიზის ჩატარების თაობაზე. გადაწყვეტილების მიზანია დადგინდეს, ხომ არ აქვს ადგილი მობილური ქსელით საცალო ხმოვანი და ინტერნეტ მომსახურების ბაზარზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირების მხრიდან კონკურენციის შემზღუდავ ქმედებებს.**

ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე-7-ე, მე-8, მე-9 და მე-12 პუნქტების თანახმად:

7. კონკურენცია მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ეფექტიანია, თუ ამ სეგმენტზე არ საქმიანობს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირი. კონკურენცია ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არ არის ეფექტიანი, თუ ამ სეგმენტზე მოქმედ ერთ ან რამდენიმე ავტორიზებულ პირს აქვს ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება. თუ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ავტორიზებულ პირს აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება, მას მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება აქვს ასევე ბაზრის მჭიდროდ დაკავშირებულ სეგმენტზე.

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

9. თუ მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტის კვლევისა და ანალიზის ჩატარების შედეგად კომისია დაადგენს, რომ ერთ ან რამდენიმე ავტორიზებულ პირს აქვს ერთობლივი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება, იგი მნიშვნელოვანი საბაზრო

ძალაუფლების ხასიათიდან გამომდინარე, განსაზღვრავს აღნიშნული პირებისათვის დაკისრებულ სპეციფიკურ ვალდებულებებს ამ კანონის V თავის შესაბამისად.

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

კონკურენციის შეზღუდვის ძირითადი ფაქტორები, რომლებიც განსაზღვრავენ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე საბაზრო უპირატესობის ფლობის და მისი უხეშად გამოყენების შესაძლებლობას, ძირითად (პირველად) კრიტერიუმთან ერთად (რომელიც არის ბაზარზე არსებული ფარდობითი წილი) წარმოადგენს ასევე შემდეგი მეორადი კრიტერიუმები:

რთულად დუბლირებადი ინფრასტრუქტურა - ავტორიზებული პირის მიერ სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით ბაზარზე უფრო დიდი ხნის განმავლობაში საქმიანობა, ან მისთვის შეზღუდული სიხშირული სპექტრის ხელმისაწვდომობა, ან საკუთარი ელექტრონული საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურით და ქსელის ისეთი გეოგრაფიული მასშტაბებით გავრცელება, რომელიც მოსახლეობის უდიდესი ნაწილისთვის მომსახურების მიღების საშუალებას იძლევა, და კონკრეტულ ავტორიზებულ პირს სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით უპირატესობას ანიჭებს. ვინაიდან სხვა ალტერნატიული ავტორიზებული პირისათვის ამგვარი ინფრასტრუქტურის შექმნა შესაძლებელია მხოლოდ გრძელვადიან პერსპექტივაში, ან შეზღუდულ გეოგრაფიულ არეალში. როგორც ცნობილია, მობილურ სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე დღეისათვის სამი მობილური კომპანია ოპერირებს: შპს „მაგთიკომი“, სს „სილქნეტი“ და შპს „ვიონო საქართველო“. მიუხედავად იმისა, რომ შპს „ვიონი საქართველოსთვის“ სიხშირული სპექტრის ხელმისაწვდომობა არ არის შეზღუდული, მისი ქსელი არ არის ისეთი გეოგრაფიული მასშტაბებით გავრცელებული, როგორც შპს „მაგთიკომის“ და სს „სილქნეტის“ ქსელები. შესაბამისად, შპს „ვიონი საქართველოს“ ქსელი საქართველოს მოსახლეობის გარკვეული ნაწილისთვის მომსახურების მიღების სრულყოფილ საშუალებას არ იძლევა, რაც შპს „მაგთიკომს“ და სს „სილქნეტს“ შპს „ვიონი საქართველოსთან“ შედარებით უპირატესობას ანიჭებს.

მსყიდველობითი ძალაუფლების დაბალი დონე და/ან არ არსებობა - აღნიშნული წარმოადგენს ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ისეთ მდგომარეობას, როდესაც მომსახურების არსებულ ან პოტენციურ მომხმარებლებს არ გააჩნიათ მომსახურების შეძენის ფასზე ან სხვა მომსახურების პირობებზე გავლენის მოხდენის საკმარისი შესაძლებლობა ან რეგულაციის არ არსებობისას საბითუმო მომსახურების მომხმარებელ ავტორიზებულ პირებს არ გააჩნიათ იმის შესაძლებლობა, რომ პოტენციურად მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირისგან მიიღონ მომსახურება ისეთი პირობებით, რომელიც რელევანტურია კონკურენციის მისაღწევად. დღევანდელი რეალობიდან გამომდინარე, მობილური მომსახურების ბაზარზე, შპს „მაგთიკომის“, სს „სილქნეტისა“ და შპს „ვიონი საქართველოს“ არსებულ ან პოტენციურ მომხმარებლებს არ გააჩნიათ

მომსახურების შეძენის ფასზე ან მომსახურების სხვა პირობების ცვლილებაზე გავლენის მოხდენის შესაძლებლობა. ამასთან, საცალო ბაზარზე მომსახურების მიმღების/აბონენტების რაოდენობა იმდენად დიდია, რომ მათ მიერ მომსახურების შეძენის მოცულობიდან გამომდინარე, არც ერთ აბონენტს არ გააჩნია ისეთი ძალაუფლება, რომ მიმწოდებელს შეაცვლიყინოს მომსახურების მიწოდების პირობები მათ შორის, ტარიფები.

დივერსიფიცირებული მომსახურების სახეები - ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე დივერსიფიცირებული მომსახურების სახეების პორტფელის მქონე ავტორიზებულ პირს, მომხმარებლების მხრიდან მომსახურებაზე არჩევანის და მიმზიდველობის თვალსაზრისით, სხვა ავტორიზებულ პირებთან შედარებით უკეთესი პოზიცია გააჩნიათ. აღნიშნული შესაძლოა დადებითად აისახოს მის საბაზრო ხვედრით წილზე. ასევე, ასეთ შემთხვევაში შესაძლებელია, რომ ავტორიზებულმა პირმა ბაზრის იმ სეგმენტიდან, სადაც ის მნიშვნელოვან ძალაუფლებას ფლობს, მიღებული მოგებით გადაფაროს ბაზრის სხვა სეგმენტზე მისი საქმიანობით წარმოშობილი ზარალი.

საცალო ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე ეკონომიკური აგენტის მიერ დივერსიფიცირებული ან ჰეტეროგენული მომსახურების ნაკრების მიწოდებისას არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება მასშტაბით ან მრავალფეროვნებით განპირობებული ეკონომიის და ნაკრების სტრუქტურაში სატარიფო სუბსიდირების ფაქტორების, აგრეთვე ურთიერთშენაცვლებადი მომსახურების ერთგვაროვან სახეებზე ჩამოყალიბებული კონიუნქტურის, მომხმარებლების ლოიალობის და მათი მხრიდან ნაკრების მიმართ მიმზიდველობის შეფასებას. კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების მხრიდან მსგავსი ქმედების განხორციელების შეუძლებლობის პირობებში, ამგვარი საბაზრო უპირატესობის მოპოვებით შესაძლებელი ხდება ეკონომიკური აგენტის მხრიდან ბაზრის შესაბამისი ან მჭიდროდ დაკავშირებული სეგმენტების საზღვრებში მოქცეული ურთიერთშენაცვლებადი მომსახურების სახეების ნაკრების მიწოდებით ექსკლუზიური უპირატესობის მოპოვება.

შპს „მაგთიკომის“ და სს „სილქნეტის“ მიერ მომხმარებლებისათვის შეთავაზებული ფიქსირებული და მობილური ქსელების კონვერგირებული მომსახურების სახეები (სამმაგი და ოთხმაგი შეთავაზებები), მომხმარებლების მხრიდან მომსახურებაზე არჩევანის და მიმზიდველობის თვალსაზრისით უკეთეს პოზიციას ქმნის. შესაბამისად, აღნიშნული ფაქტორი დადებითად აისახება შპს „მაგთიკომისა“ და სს „სილქნეტის“ საბაზრო ხვედრით წილზე და შესაბამისად მათ საბაზრო ძალაუფლებაზე.

მასშტაბის ეკონომია - დიდი მოცულობით მომსახურების უზრუნველყოფ ავტორიზებულ პირებს შესაძლებლობა აქვთ მიაღწიონ მასშტაბის ეკონომიას, რომელიც განპირობებულია ავტორიზებული პირის მთლიანი დანახარჯების დიდი მოცულობით მიწოდებული მომსახურების ერთეულებს შორის გადანაწილებით. სამივე კომპანიას შპს „მაგთიკომს“, სს „სილქნეტს“ და შპს „ვიონი საქართველოს“ აქვთ შესაძლებლობა მიაღწიონ მასშტაბის ეკონომიას, რომელიც განპირობებულია ავტორიზებული პირის მთლიანი დანახარჯების დიდი მოცულობით მიწოდებული მომსახურების ერთეულებს შორის გადანაწილებით.

ვერტიკალური ინტეგრაცია - სამივე მობილური ქსელის ოპერატორი ვერტიკალურად ინტეგრირებული ავტორიზებული პირია (სამივე ფლობენ საკუთარ ქსელს და უზრუნველყოფენ ამ ქსელის საშუალებით საცალო მომსახურებების მიწოდებას). შესაბამისად, მათ დამოუკიდებლად შეუძლიათ აბონენტებისთვის მომსახურების მიწოდების უზრუნველყოფა, შეუძლიათ კონტროლი გაუწიონ მომსახურების მიწოდების

უზრუნველყოფის პროცესს და მყისიერი რეაგირება მოახდინონ ბაზრის პოტენციურ ცვლილებებზე.

არაკონკურენტულად მაღალი ტარიფის დაწესების და არაგონივრული მოგების მიღების შესაძლებლობების შეფასება. შეფასებისას გასაანალიზებელია შპს „მაგთიკომის“, სს „სილქნეტისა“ და შპს „ვიონი საქართველოს“ მიერ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე საბაზრო უპირატესობის მოპოვების ხელშემწყობი ფაქტორები და მათი შესაძლებლობა ურთიერთშენაცვლებად მომსახურების სახეებზე დააწესონ არაგონივრულად მაღალი ტარიფები გაწეულ დანახარჯებთან შედარებით, ისე რომ არ შემცირდეს მიღებული შემოსავლების საერთო მოცულობა (ჰიპოტეტური მონოპოლისტის ტესტის შესაბამისად). აღნიშნული შეფასების დასკვნები საკმარისი კრიტერიუმია ავტორიზებული პირისათვის სატარიფო რეგულირებისა და დანახარჯების განცალკევებულად აღრიცხვის ვალდებულების დაკისრებისათვის.

მობილური ქსელის მომსახურებები

ბოლო მომხმარებლებზე (აბონენტებზე) მოძრავი სატელეფონო ხმოვანი მომსახურების მიწოდების ბაზრის სეგმენტზე 2G, 3G და 4G ტექნოლოგიის გამოყენებით მობილურ საკომუნიკაციო მომსახურებას ეწევა შპს „მაგთიკომი“, სს „სილქნეტი“ და შპს „ვიონი საქართველო“.

2020 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით საქართველოს მოსახლეობის 99 პროცენტი 3G ქსელით იყო დაფარული. ტერიტორიული ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით, 3G-საგან განსხვავებით, 4G ქსელთან წვდომა სრულად უზრუნველყოფილი არ არის. რაც შეეხება LTE ქსელით დაფარვას, აღნიშნული ტექნოლოგიით მომსახურება მიეწოდება აბონენტების 90 პროცენტს.

დღეისათვის, ბაზარზე მოქმედი მობილური კომპანიები მომხმარებლებს მობილური ქსელით მომსახურების სამი სახის სერვისს სთავაზობენ: მობილური ხმოვანი მომსახურება, მოკლე ტექსტური შეტყობინების „SMS“ მომსახურება და მონაცემთა გადაცემის (ინტერნეტი) მომსახურება.

მობილური ქსელით მომსახურების ბაზარზე კომპანიები აბონენტებს შემდეგი სახის მომსახურებების არჩევანს სთავაზობენ:

1. მობილური ხმოვანი მომსახურება;
2. მოკლე ტექსტური შეტყობინების „SMS“ მომსახურება;
3. მონაცემთა გადაცემის (ინტერნეტი) მომსახურება;
4. მობილური ხმოვანი სერვისები „SMS“-თან ერთად;
5. მონაცემთა გადაცემის (ინტერნეტი) მომსახურება „SMS“-თან ერთად;
6. სამივე მომსახურების კომბინაცია ერთად.

მობილური მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრა

კომისიის მიერ მობილური მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტად განსაზღვრის ძირითად საფუძველს წარმოადგენდა ურთიერთშენაცვლებადი მომსახურებების სახეების და გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა. აღნიშნული საკითხის შეფასებისას გათვალისწინებულ იქნა აბონენტების მიერ სხვადასხვა სახის მობილური მომსახურებების

მოხმარების დანიშნულება და მობილური ოპერატორის მიერ მომსახურებების მიწოდების სტრუქტურა.

შპს „მაგთიკომის“, სს „სილქნეტის“ და შპს „ვიონი საქართველოს“ სარგებლობაში არსებული რადიოსიხშირული სპექტრით სარგებლობის ლიცენზიები მოიცავს საქართველოს მთელ ტერიტორიას, მათ აქვთ ავტორიზაცია გავლილი კომისიაში საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე მომსახურების მიწოდების თაობაზე. შპს „მაგთიკომი“, სს „სილქნეტი“ და შპს „ვიონი საქართველო“ საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე მომსახურებას ეწევიან ერთგვაროვანი პირობებით. შესაბამისად, მობილური მომსახურებების მიწოდების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტებისთვის გეოგრაფიულ საზღვრებად მიჩნეულია საქართველოს მთელი ტერიტორია.

შესაბამისად, კომისიის მიერ დადგენილია, რომ მობილური ქსელის მომსახურებები:

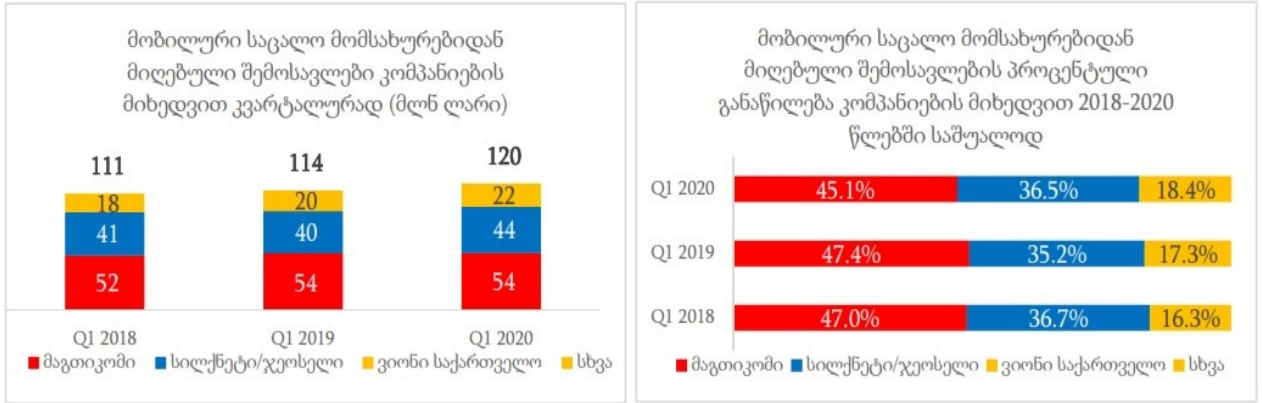
- ა) მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება;**
- ბ) მოკლე ტექტური „SMS“ შეტყობინების მომსახურება;**
- გ) მობილური ინტერნეტით მომსახურება;**

სატელეკომუნიკაციო ბაზრის სხვადასხვა სეგმენტებს წარმოადგენენ და კონკურენცია აღნიშნული მომსახურების ბაზრის სეგმენტებზე ინდივიდუალურად შეფასებას ექვემდებარება.

მობილური საცალო მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით 2020 წლის I კვარტლის მდგომარეობით ბაზარზე შპს „მაგთიკომი“ ლიდერობს შემოსავლების 45.1%-ით, მეორე ადგილზეა სს „სილქნეტი“ შემოსავლების 36.5%. ხოლო შპს „ვიონი საქართველოს“ მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების სეგმენტზე შემოსავლების 18.4% აქვს.

მობილური საცალო მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლები და პროცენტული განაწილება კომპანიების მიხედვით:

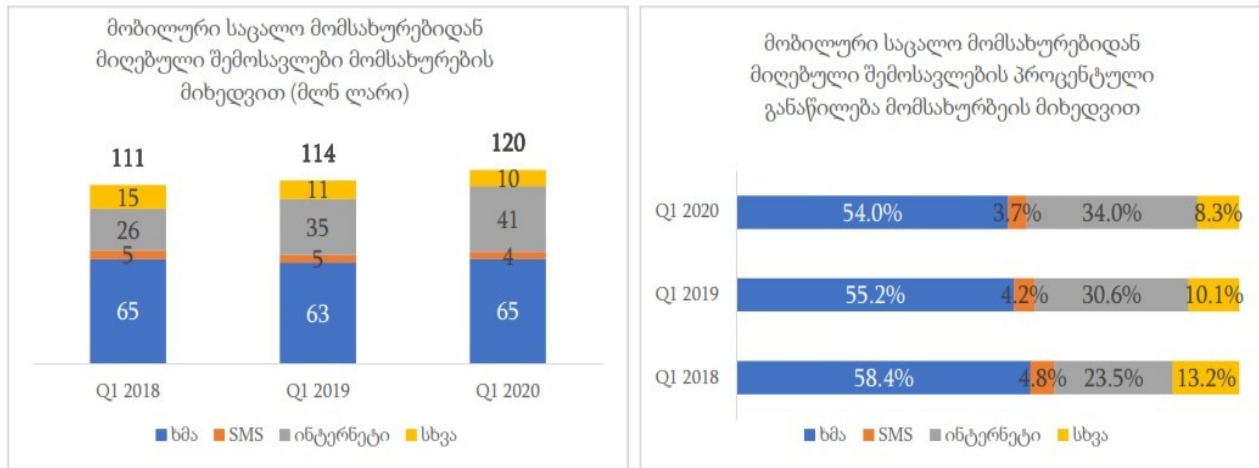
გრაფიკი N1



წყარო: ფორმა 2,1

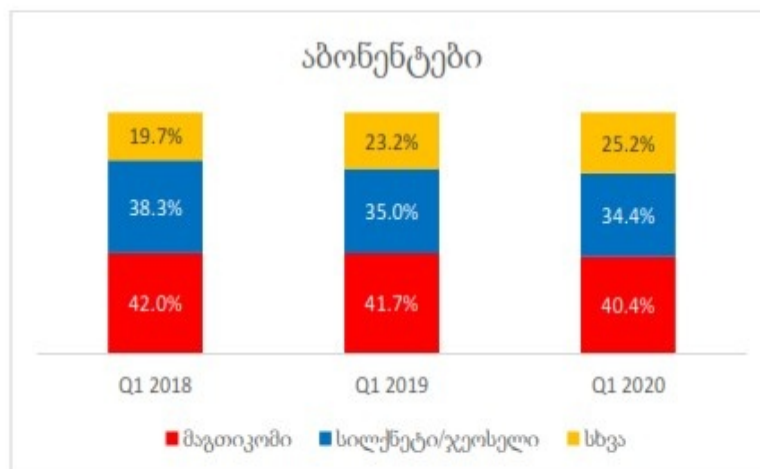
მობილური საცალო მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლები და პროცენტული განაწილება მომსახურების სახეების მიხედვით:

გრაფიკი N2



წყარო: ფორმა 2,1; ფორმა 2,19

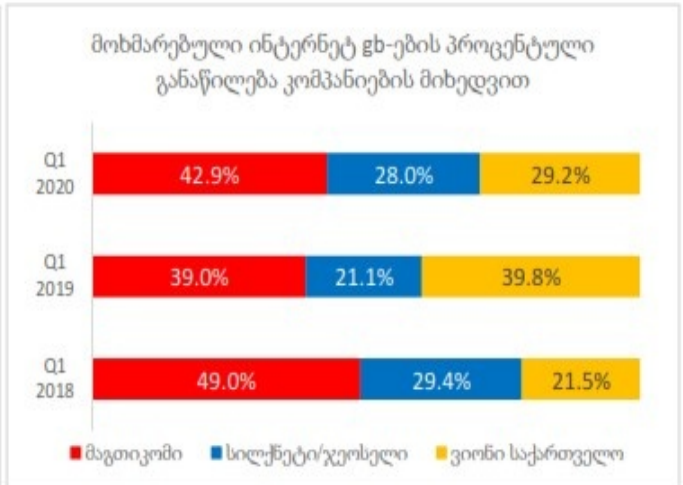
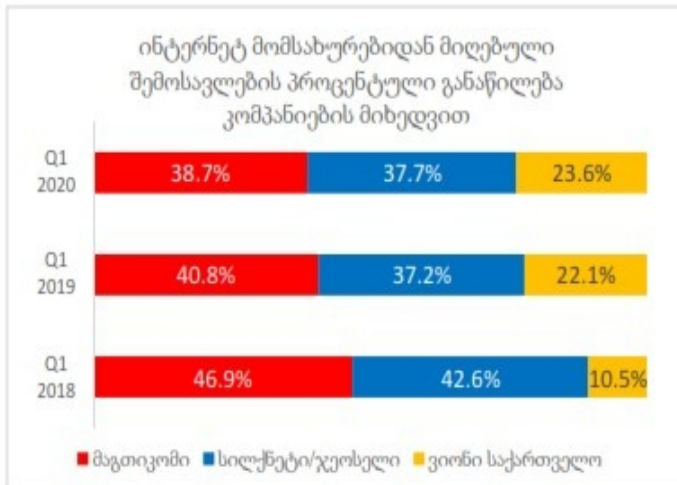
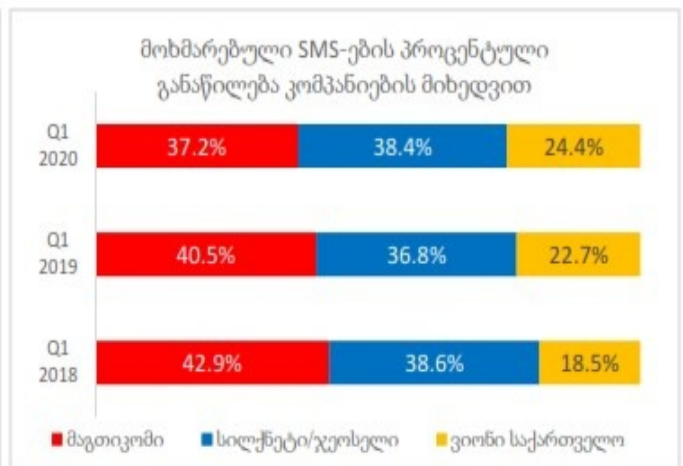
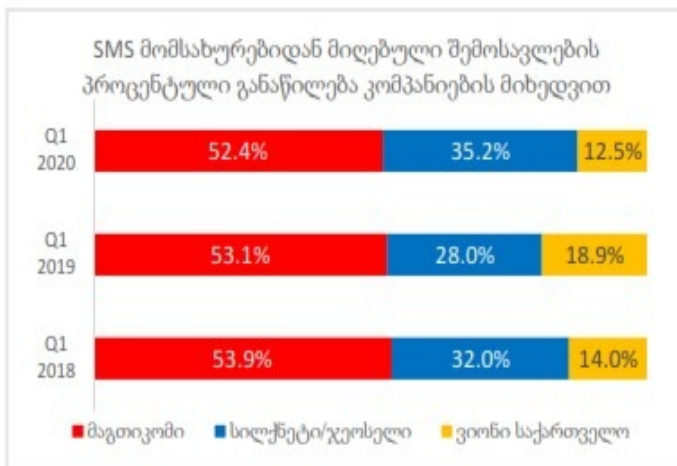
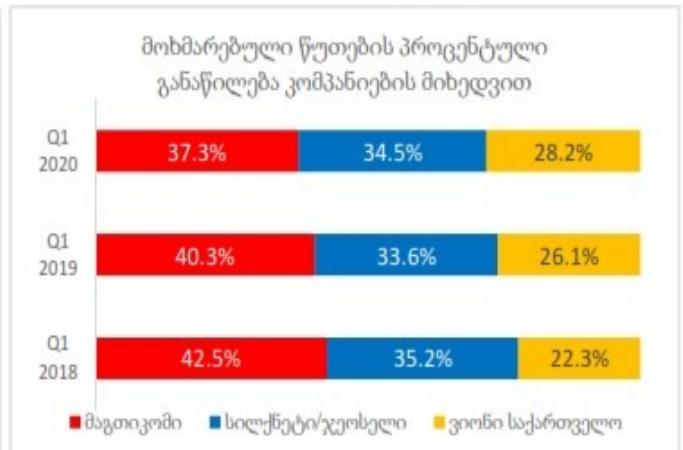
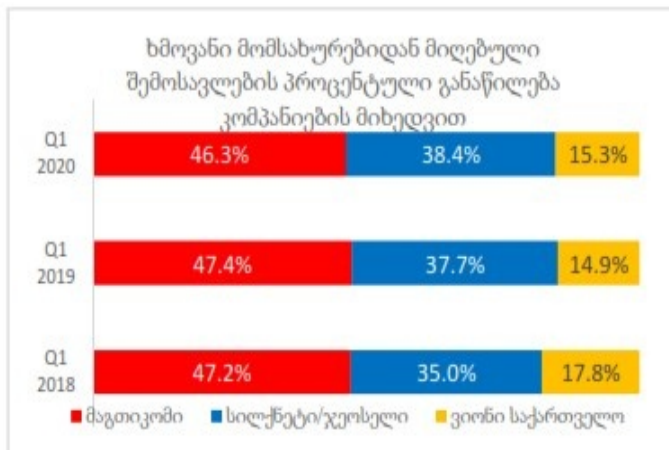
მობილური საცალო მომსახურების აბონენტების პროცენტული განაწილება კომპანიების მიხედვით:



წყარო ფორმა 2.2 : ბ ტიპის აბონენტი + M2M აბონენტები

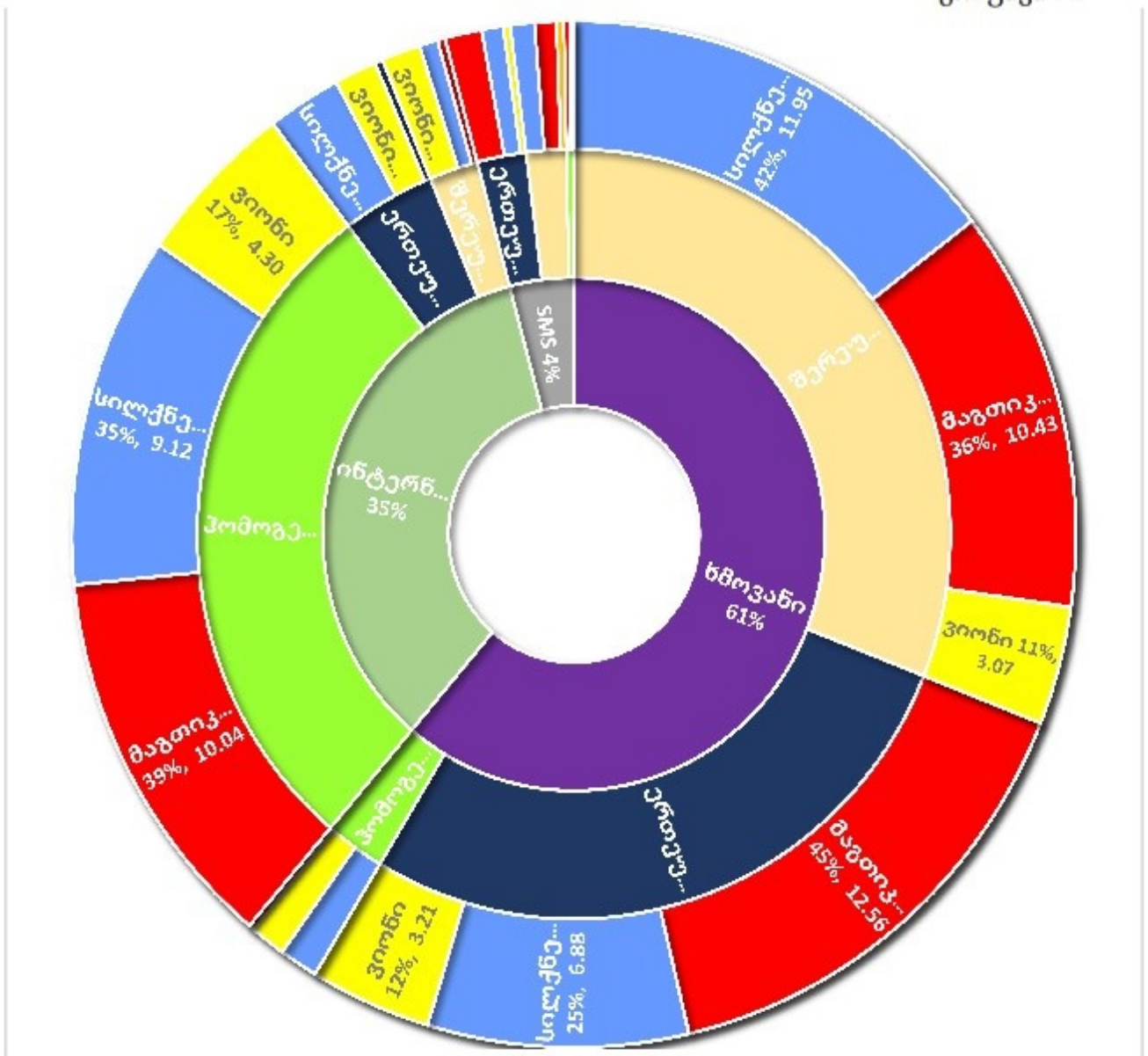
მობილური საცალო მომსახურების მთლიან სეგმენტში 2020 წლის I კვარტლის მდგომარეობით შემოსავლების 54% ხმოვანი მომსახურებიდან მიღებულ შემოსავალს უკავია. შემოსავლების 34% დაგენერირდა ინტერნეტ მომსახურებიდან ხოლო 3.7% SMS მომსახურებიდან. დანარჩენი 8.3% დაგენერირდა საერთაშორისო, როუმინგ და სხვა დამატებით მომსახურებებიდან.

მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლების და ტრაფიკის განაწილება კომპანიების მიხედვით:



წყარო ფორმა 2.19

მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლების განაწილება მომსახურების სახეების, პაკეტის ტიპის და კომპანიების მიხედვით, Q1 2020



წყარო: ფორმა 2.19

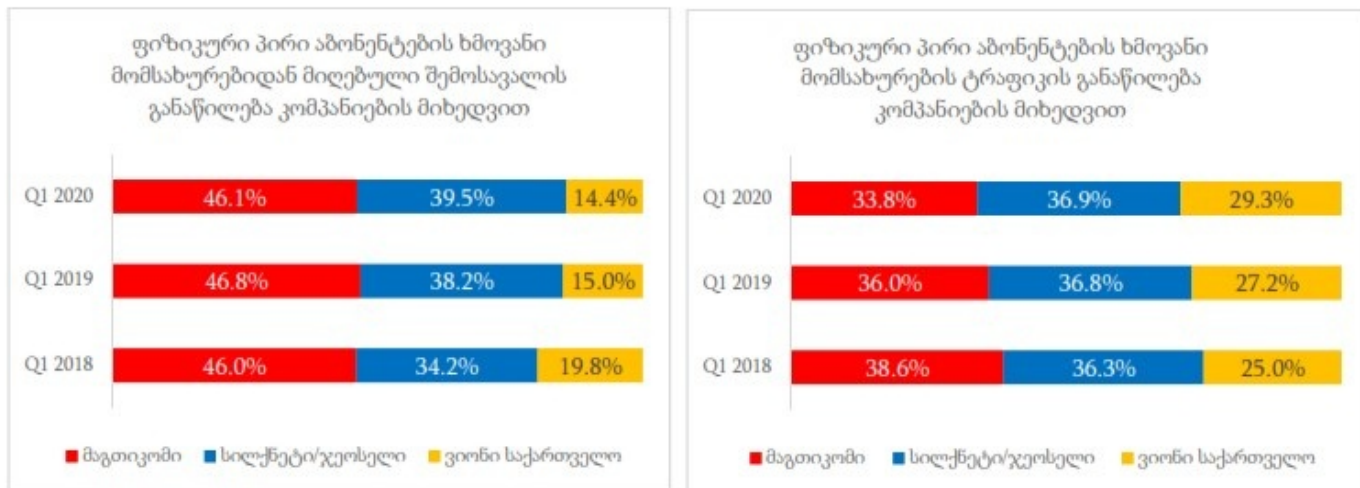
აღნიშნული დიაგრამა ცხადყოფს რომ დღევანდელ მობილურ სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე ხმოვან მომსახურებებს ენიჭება არეზობითი უპირატესობა, მობილური ხმოვანი ბაზრის წილი 2020 წლის 1 კვარტლის მდგომარეობით 61%-ს შეადგენს, ხოლო ინტერნეტის შემოსავლები მიუხედავად მზარდი ტრაფიკისა, 2020 1 კვარტლის მონაცემებით არ აღემატება 35%-ს. ამასთანავე მნიშვნელოვანია ის გარემოება, რომ ხმოვან მომსახურებებში შპს „მაგთიკომია“ ლიდერი მთლიანი 46%-ი ბაზრის წილით .

მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება

მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება მოიცავს კომპანიის საკუთარ (შიდა) ქსელში განხორციელებულ ზარებს, სხვა მობილური ქსელის მიმართულებით განხორციელებულ ზარებს და ფიქსირებული ქსელის მიმართულებით განხორციელებულ ზარებს. კომპანიები მომსახურებას უწევენ ყველა კატეგორიის აბონენტებს: ფიზიკურ პირებს, იურიდიულ პირებს და კორპორატიულ მომხმარებლებს.

ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ ხმოვანი მომსახურების შემოსავლების და ტრაფიკის განაწილება კომპანიების მიხედვით:

გრაფიკი N6

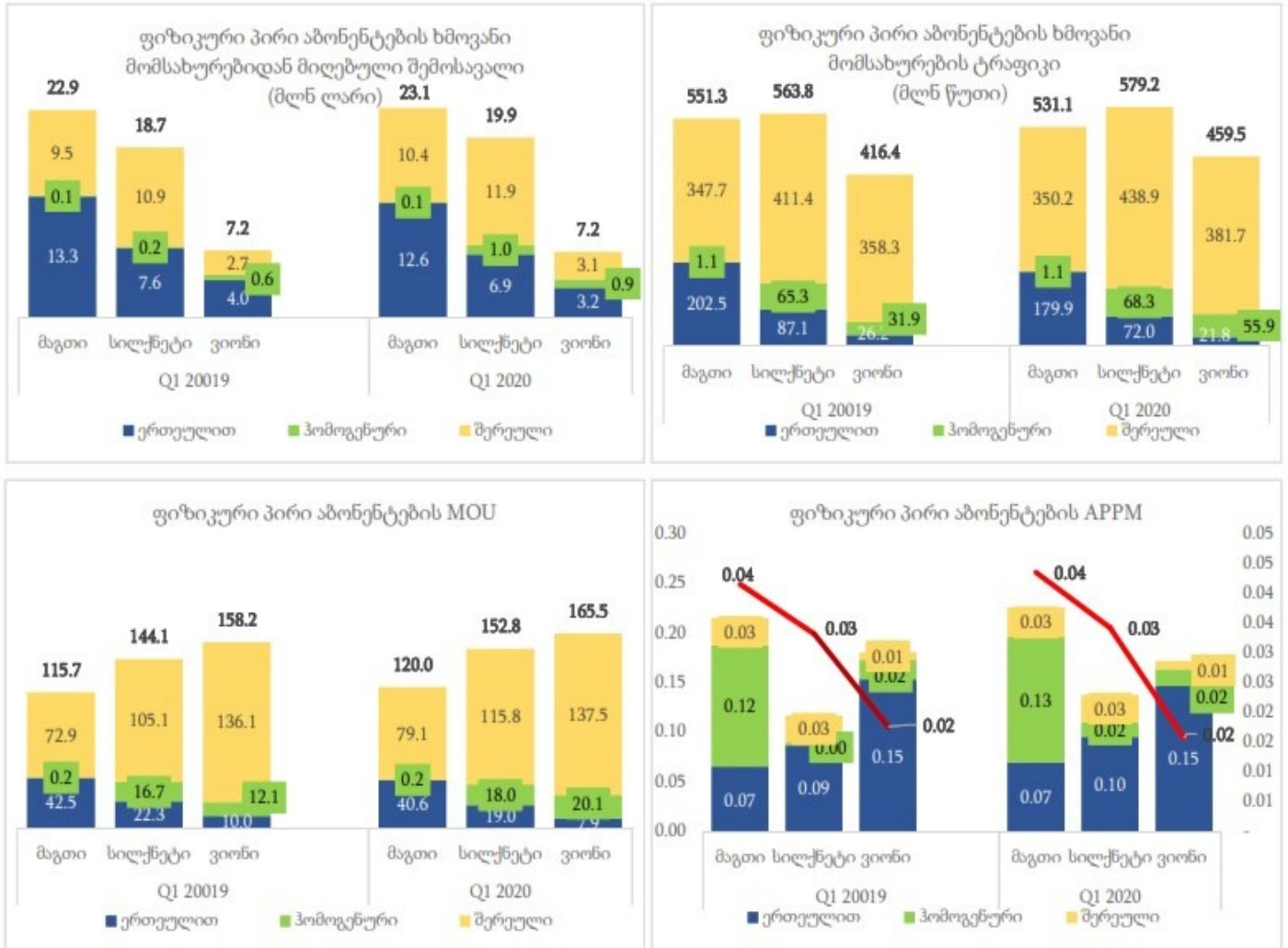


წყარო: ფორმა 2.19

2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებით, შემოსავლების ხვედრითი წილის მიხედვით შპს „მაგთიკომს“ მობილური ხმოვანი მომსახურების ბაზრის 46.1% უჭირავს, სს „სილქნეტს“ – 39.5%, ხოლო შპს „ვიონი საქართველოს“ – 14.4%. აღნიშნულ პერიოდში კომპანიების წილობრივი მონაწილეობა სტაბილურია და ბაზარზე ამ კუთხით მნიშვნელოვანი ცვლილებები არ ხდება. ხმოვანი მომსახურების ბაზარზე 2020 წლის პირველი კვარტლის მდგომარეობით შპს „მაგთიკომის“ აბონენტებს ხმოვანი მომსახურების ტრაფიკის 33.8% უჭირავს, სს „სილქნეტის“ აბონენტებს 36.9%, ხოლო შპს „ვიონი საქართველოს“ აბონენტები ხმოვანი მომსახურების ტრაფიკის 29.3%-ს აგენერირებენ.

მობილური ხმოვანი მომსახურების მიღებისას აბონენტები იყენებენ სამი სახის მომსახურებას: ერთეულით (ე.წ. „სტანდარტული ტარიფით“) მომსახურება, ჰომოგენური პაკეტებით მომსახურება და შერეული პაკეტებით მომსახურება.

ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ გენერირებული შემოსავლების რაოდენობა, მოხმარებული წუთები და საშუალო ფასი შემდეგნაირად ნაწილდება კომპანიების მიხედვით: გრაფიკი N7



წყარო: ფორმა 2,2; ფორმა 2,19;

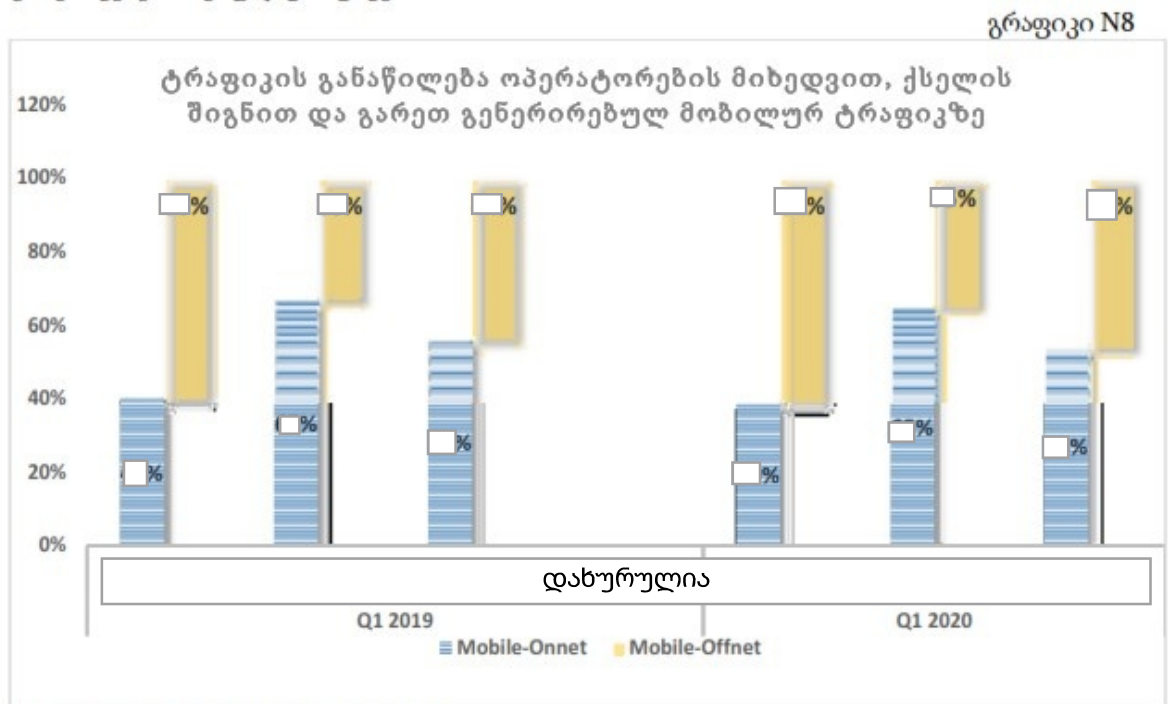
ცხრილი N2

APPM	Q1 2018			Q1 2019			Q1 2020		
	მათი	სილქნეტი	ვიონი	მათი	სილქნეტი	ვიონი	მათი	სილქნეტი	ვიონი
ერტელისი	0.06	0.04	0.09	0.07	0.09	0.15	0.07	0.10	0.15
ჰომოგენური	0.11	-	0.02	0.12	0.00	0.02	0.13	0.02	0.02
შერეული	0.03	0.03	0.01	0.03	0.03	0.01	0.03	0.03	0.01
საშუალოდ	0.04	0.03	0.03	0.04	0.03	0.02	0.04	0.03	0.02

წყარო: ფორმა 2,19;

აღნიშნული დისპერსია ერთეულის ფასით ხმოვან მომსახურებებზე ტარიფებში განპირობებულია ტრაფიკის არასიმეტრიული განაწილებით ოპერატორების ქსელის შიგნით და გარეთ. შპს „მაგთიკომის“ ერთეულის ფასით ხმოვან მომსახურებებში დაბალი საშუალო ტარიფი განპირობებულია ქსელის შიგნით ტრაფიკის მნიშვნელოვნად მაღალი წილით - % 2020 წლის პირველი კვარტლის მდგომარეობით, ანალოგიური მაჩვენებელი შპს „ვიონი საქართველოსთვის“ არის % ხოლო სს „სილქნეტისთვის“- %. აღსანიშნავია, რომ შპს „მაგთიკომი“ რიგ ტარიფებში აბონენტებს სთავაზობს ნულოვან ფასს საკუთარ ქსელში, ხოლო შპს „ვიონი საქართველოს“ და სს „სილქნეტის“ ქსელში დარეკვისთვის წუთის საშუალო ფასი 10 თეთრია. ასევე აღსანიშნავია, რომ სამივე ოპერატორს ძირითად ერთეულოვან ხმოვან ტარიფებზე აქვთ ზარის წამოწყების საფასური 10 თეთრი განსაზღვრული. აქ განსხვავებულია შპს „ვიონი საქართველოს“ ერთეულოვანი ფასით სატარიფო გეგმები, სადაც ქსელის შიგნით და გარეთ ერთგვაროვანი ფასია დაწესებული.

მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ტრაფიკის განაწილება ქსელის შიგნით და ქსელის გარეთ გენერირებულ ტრაფიკებს შორის:

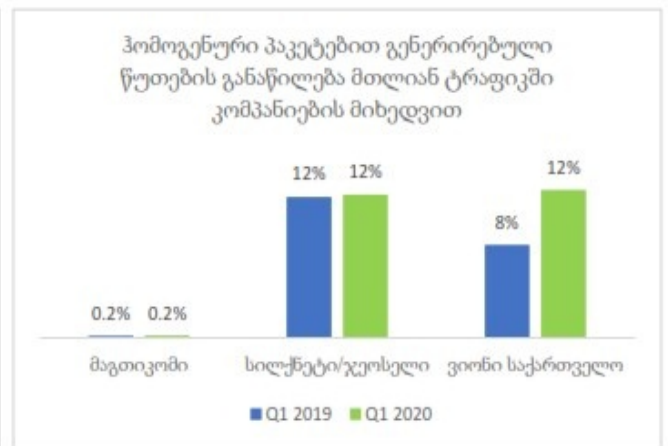
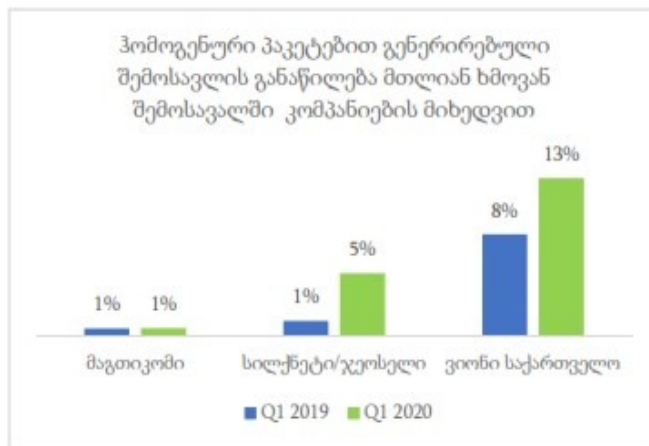
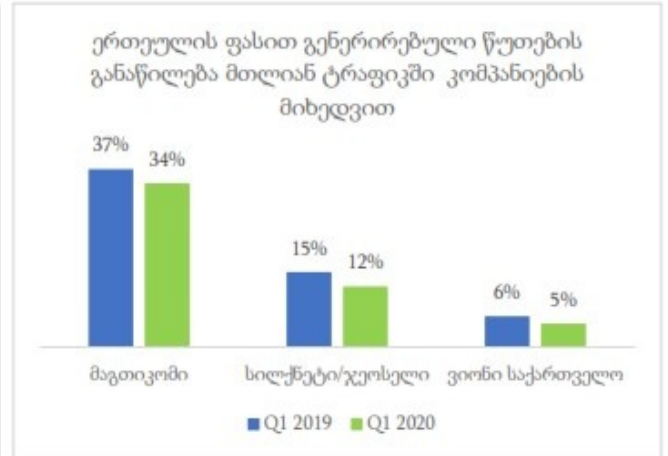
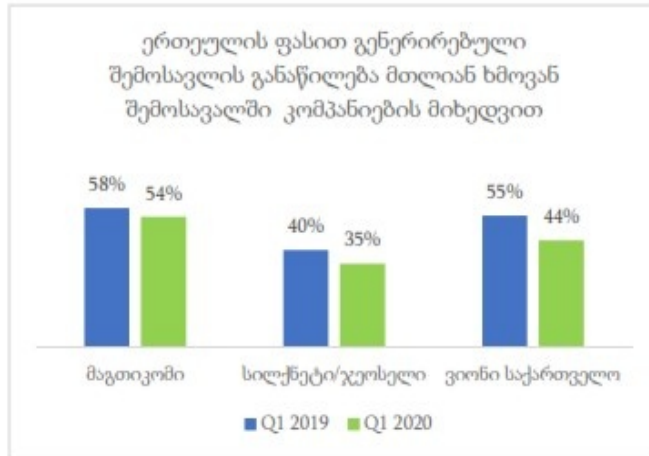


წყარო: ოპერატორების მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

ასევე მნიშვნელოვანია ის გარემოებაც, რომ შპს „მაგთიკომის“ მიერ შეთავაზებული ჰომოგენური ხმოვანი პაკეტები საკმაოდ დაბალი არჩევანით გამოირჩევა. საწყისი ე.წ. სასტარტო შეთავაზების ფასი 5 ლარია, სადაც საშუალო წუთის ფასი თეთრი გამოდის. შპს „ვიონი საქართველოს“ შემთხვევაში არჩევანი მაღალია, ხოლო ფასთა სხვაობა ქსელის შიგნით და ქსელის გარეთ კომპენსირებულია ჰომოგენური პაკეტის ფასით.

	ტარიფი	On Net	Off Net
მაგთიკომი	სტანდარტული	1 წუთი 24 თეთრი	1 წუთი 24 თეთრი
	ბალი-ანგარიში 01	1 წუთი 24 თეთრი	1 წუთი 24 თეთრი
	ბალი-ანგარიში 02	1 წუთი 10 თეთრი	ყველა ფიქსირებული ქსელები -1 წუთი 10 თეთრი
	ბალი-ანგარიში 03	1 წუთი 5 თეთრი	
	ბალი-ანგარიში 07	1 წუთი 5 თეთრი (აქციით 2 თეთრი)	
	ბალი-ანგარიში 09		სილქნეტის და ვიონის მიმართულებით 1 წუთი - 15 თეთრი
	ზარის წამოწყება - 10 თეთრი; 1 წუთი 0 თეთრი (ერთიანი ზარის ყოველი 10 წუთის შემდეგ მოხდება ზარის წამოწყების ღირებულების ჩამოჭრა) აქტივაცია 1 ლარი	ზარის წამოწყება - 10 თეთრი; 1 წუთი 0 თეთრი	ზარის წამოწყება - 10 თეთრი; ჯეოსელის, ბილაინის და საქართველოს ფიქსირებულ ქსელებზე 1 წუთი 7 თეთრი; საქართველოს სხვა ქსელებზე - წუთი 24 თეთრი (ერთიანი ზარის ყოველი 10 წუთის შემდეგ მოხდება ზარის წამოწყების ღირებულების ჩამოჭრა), აქტივაცია 1
	1 თეთრიანი ტარიფი	ზარის წამოწყება - 10 თეთრი; 1 წუთი 1 თეთრი (ტარიფის აქტივაცია 1 ლარი)	
სილქნეტი	სტანდარტული	1 წუთი 24 თეთრი	1 წუთი 24 თეთრი
	ტარიფი 1-12	1 წუთი 1 თეთრი	1 წუთი -12 თეთრი
	12 თეთრიანი ტარიფი	1 წუთი 12 თეთრი (ტარიფის აქტივაცია 1 ლარი)	1 წუთი 12 თეთრი (ტარიფის აქტივაცია 1 ლარი)
	ტარიფი 1-10	ზარის წამოწყება - 5 თეთრი; 1 წუთი 1 თეთრი (ტარიფის აქტივაცია 1 ლარი)	ზარის წამოწყება - 5 თეთრი; 1 წუთი 10 თეთრი (ტარიფის აქტივაცია 1 ლარი)
	ტარიფი გლობუსი	ზარის წამოწყება - 10 თეთრი; 1 წუთი 5 თეთრი (აქტივაცია 1 ლარი)	ზარის წამოწყება - 10 თეთრი; 1 წუთი 5 თეთრი (აქტივაცია 1 ლარი)
ვიონი საქართველო	სტანდარტული	10 თეთრი ზარის წამოწყება + წუთი 10 თეთრი+10 თეთრი ყოველ 10 წუთში	10 თეთრი ზარის წამოწყება + წუთი 10 თეთრი+10 თეთრი ყოველ 10 წუთში

მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტების შემოსავლების და გენერირებული ტრაფიკის განაწილება პაკეტის ტიპის მიხედვით კომპანიების ჭრილში:
გრაფიკი N9



წყარო: ფორმა 2.19

2020 წლის I კვარტალის მონაცემებით შპს „მაგთიკომის“ ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ ერთეული პაკეტით მომსახურებისას მოხმარებული წუთების ხვედრითი წილი შეადგენდა 34%-ს, ხოლო ამ მომსახურებიდან გენერირებული შემოსავლის ხვედრითი წილი ხმოვანი მომსახურებიდან მიღებული მთლიანი შემოსავლების 54% შეადგენს. სს „სილქნეტის“ ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ ერთეული პაკეტით მომსახურებისას მოხმარებული წუთების ხვედრითი წილი შეადგენდა 12%-ს, ხოლო ამ მომსახურებიდან გენერირებული შემოსავლის ხვედრითი წილი ხმოვანი მომსახურებიდან მიღებული მთლიანი შემოსავლების 35% შეადგენს. შპს „ვიონი საქართველოს“ ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ ერთეული პაკეტით მომსახურებისას მოხმარებული წუთების ხვედრითი წილი შეადგენდა 5%-ს, ხოლო ამ მომსახურებიდან გენერირებული შემოსავლის ხვედრითი წილი ხმოვანი მომსახურებიდან მიღებული მთლიანი შემოსავლების 44%-ს შეადგენს.

მიუხედავად აღნიშნულ მომსახურებაზე მოთხოვნის კლებისა, ხმოვან მომსახურებაში დაგენერირებული შემოსავლების მნიშვნელოვანი ნაწილი ერთეულ მომსახურებაზე მოდის, რაც ე.წ. სტანდარტული ტარიფის არაგონივრულ მაღალ ფასზე მეტყველებს.

მიუხედავად იმისა, რომ სტანდარტული ტარიფი მნიშვნელოვნად მაღალია, ვიდრე ჰომოგენური პაკეტებით მომსახურების ტარიფები, ზოგიერთი კატეგორიის მომხმარებლებისათვის, როგორც ჩანს, სტანდარტული ტარიფები ბევრად უფრო მისაღებია. ვინაიდან, არ არსებობს მომსახურების ვადის შეზღუდვა, აბონენტი არ არის მოქცეული პაკეტის ღირებულების გახარჯვის კონკრეტულ (მაგ. 30 დღიან) სავალდებულო რეჟიმში. ამასთან ერთად ზარის, წამობრივი აღრიცხვა შესაძლებლობას იძლევა აბონენტის ბალანსზე არსებული თანხების უკეთ კონტროლს. აბონენტს შეუძლია ნებისმიერი მომენტისათვის სასურველი თანხა შეიტანოს ანგარიშზე და თავის სურვილისამებრ გადაანაწილოს შეუზღუდავი ხანგრძლივობით. როგორც წესი ამ სახის მომსახურებით სარგებლობენ ძირითადად სმარტფონების მქონე აბონენტები, რომლებიც მობილური მომსახურებებისათვის (ხმა, მოკლე ტექსტური შეტყობინება) ძირითადად იყენებენ ინტერნეტს და ხმოვანი მომსახურებისათვის ერთეული (სტანდარტული) ტარიფით სარგებლობენ მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როცა ინტერნეტის ალტერნატიული მომსახურებები ამის საშუალებას არ იძლევა.

ამავე დროს, ერთეული (სტანდარტული) მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლების მაღალი ხვედრითი წილი არ განაპირობებს მხოლოდ აბონენტების მიერ მიზანმიმართულად არჩეულ, ამ მომსახურებიდან მიღებულ შემოსავლებს. ეს შემოსავლები ასევე ფორმირდება ჰომოგენური ან შერეული პაკეტების მომსახურების პერიოდის ვადის გასვლის შემდეგ, ავტომატურად დარიცხული სტანდარტული ტარიფისაგან.

ხმოვანი მომსახურების ჰომოგენურ პაკეტებზე მიწოდება კომპანიებში შედარებით დაბალია. განსაკუთრებით ეს შეინიშნება შპს „მაგთიკომში“. კომპანიებს შორის ამ მომსახურებით უმეტესად სარგებლობენ სს „სილქნეტის“ აბონენტები, შედარებით ნაკლებია ამ მომსახურებაზე მოთხოვნა შპს „ვიონი საქართველოში“.

სს „სილქნეტის“ ფიზიკური პირი აბონენტები მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების მიღებისას იყენებენ მომსახურების სამივე სახეს. ამ შემთხვევაშიც აბონენტები უპირატესობას

ანიჭებენ შერეულ პაკეტებს, რაც, 2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებით, მთელი მომსახურებიდან დაგენერირებული ტრაფიკის 76%-ს შეადგენს, ხოლო ჰომოგენურ და ერთეულ პაკეტებზე წუთების ხვედრითი წილი 12-12%-ია.

შპს „ვიონი საქართველოს“ შემთხვევაში ჰომოგენური მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლები და შესაბამისად მოხმარებული წუთები ერთმანეთთან შესაბამისობაშია (2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებით მოხმარებული ტრაფიკის 12% აგენერირებს შემოსავლების 13%-ს), რასაც ვერ ვიტყვით სს „სილქნეტის“ შემთხვევაში (მოხმარებული ტრაფიკის 12% აგენერირებს შემოსავლების 5%-ს).

შერეულ პაკეტებზე მოთხოვნის ტენდენცია ყველა კომპანიაში მზარდია. თუმცა განსხვავებულია ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ ხმოვან მომსახურებაზე მოხმარებული მთლიანი წუთების ხვედრითი წილი კომპანიების მიხედვით. კერძოდ: შპს „მაგთიკომი“ შერეული პაკეტებით მომსახურებისას 2020 წლის პირველ კვარტალში მოიხმარს მთელი ხმოვანი ტრაფიკის 66%-ს, სს „სილქნეტი“ -76%-ს. შპს „ვიონი საქართველოს“ ფიზიკური პირი აბონენტები მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურებისას ასევე უპირატესობას ანიჭებენ შერეულ პაკეტებს, რომელთა გამოყენების შედეგად მოხმარებული წუთების ხვედრითი წილი ხმოვანი მომსახურების მთლიან ტრაფიკში 83%-ს შეადგენს. ასეთი მაღალი მაჩვენებელი იმით არის გამოწვეული, რომ შერეული პაკეტებით, უმეტეს შემთხვევაში, კომპანიები მომხმარებლებს სთავაზობენ ულიმიტო ხმოვან მომსახურებას.

კომპანიების მიხედვით მოხმარებულ წუთებთან მიმართებაში შერეული პაკეტებიდან ხმოვან მომსახურებაზე მიღებული შემოსავლების ხვედრითი წილი მთლიან შემოსავლებში 2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებით შემდეგია: შპს „მაგთიკომი“ - 45%; სს „სილქნეტი“ - 60% ; შპს „ვიონი საქართველო“ - 42%. აღნიშნულ მომსახურებაზე მოხმარებული წუთები და მიღებული შემოსავლების პროპორცია ადკვატურია შპს „მაგთიკომისა“ და სს „სილქნეტისათვის“, განსხვავებით შპს „ვიონი საქართველოსაგან“.

შპს „მაგთიკომის“ მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავალი პაკეტების მიხედვით :

გრაფიკი N10



წყარო - კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

გრაფიკიდან ჩანს, რომ 2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებით შპს „მაგთიკომის“ აბონენტები უპირატესობას ანიჭებენ ხმოვანი მომსახურების შერეული პაკეტებით მომსახურებას და აგენერირებენ ხმოვანი მომსახურების მთელი ტრაფიკის 66%-ს. ამასთან ერთად, ძალიან მაღალია ერთეული პაკეტით (ე.წ. „სტანდარტული ტარიფით“) მომსახურების ხვედრითი წილიც. მართალია, ერთეული პაკეტით მომსახურება კლების ტენდენციით ხასიათდება და მოთხოვნა იზრდება შერეული პაკეტებით მომსახურებაზე, მაგრამ მობილური ხმოვანი საცალო მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლების მთლიან ოდენობაში %-იანი ხვედრითი წილის არსებობა, როცა საცალო ტარიფი შეადგენს 24 თეთრს ძირითად სატარიფო გეგმაზე და საშუალოდ 6 თეთრს სხვა დანარჩენ სატარიფო გეგმებზე, თან არის შესაძლებლობა ალტერნატიული მომსახურების სახეების გამოყენებისა, სადაც ტარიფი ბევრად ნაკლებია, ძალიან მაღალ მაჩვენებელს წარმოადგენს. სავარაუდოდ, სტანდარტული პაკეტით მომსახურების გაწევა ხდება იმ კატეგორიის აბონენტებისათვის, რომლებიც ვერ აკონტროლებენ მათ მიერ გააქტიურებული ჰომოგენური ან შერეული პაკეტების მოქმედების

ვადებს და აქტივაციის გასვლის შემდეგ სარგებლობენ ავტომატურად დარიცხული სტანდარტული ფასებით.

შპს „მაგთიკომის“ მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავლის განაწილება სატარიფო გეგმის/პაკეტის მიხედვით:

ცხრილი N3

სატარიფო შეთავაზება/ხმოვანი	Q1 2019	Q1 2020	Q1 2019	Q1 2019
	% შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	% შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	% მთლიან ხმოვან შემოსავლებში	% მთლიან ხმოვან შემოსავლებში



წყარო - კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

სს „სილქნეტის“ მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავალი პაკეტების მიხედვით :

გრაფიკი N11



წყარო - კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

სს „სილქნეტის“ მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავლის განაწილება სატარიფო გეგმის/პაკეტის მიხედვით:

ცხრილი N4

სატარიფო შეთავაზება/ხმოვანი	Q1 2019 % შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	Q1 2020 % შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	Q1 2019 % მთლიან ხმოვან შემოსავლებში	Q1 2020 % მთლიან ხმოვან შემოსავლებში
--------------------------------	------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	-----------------------------------------------

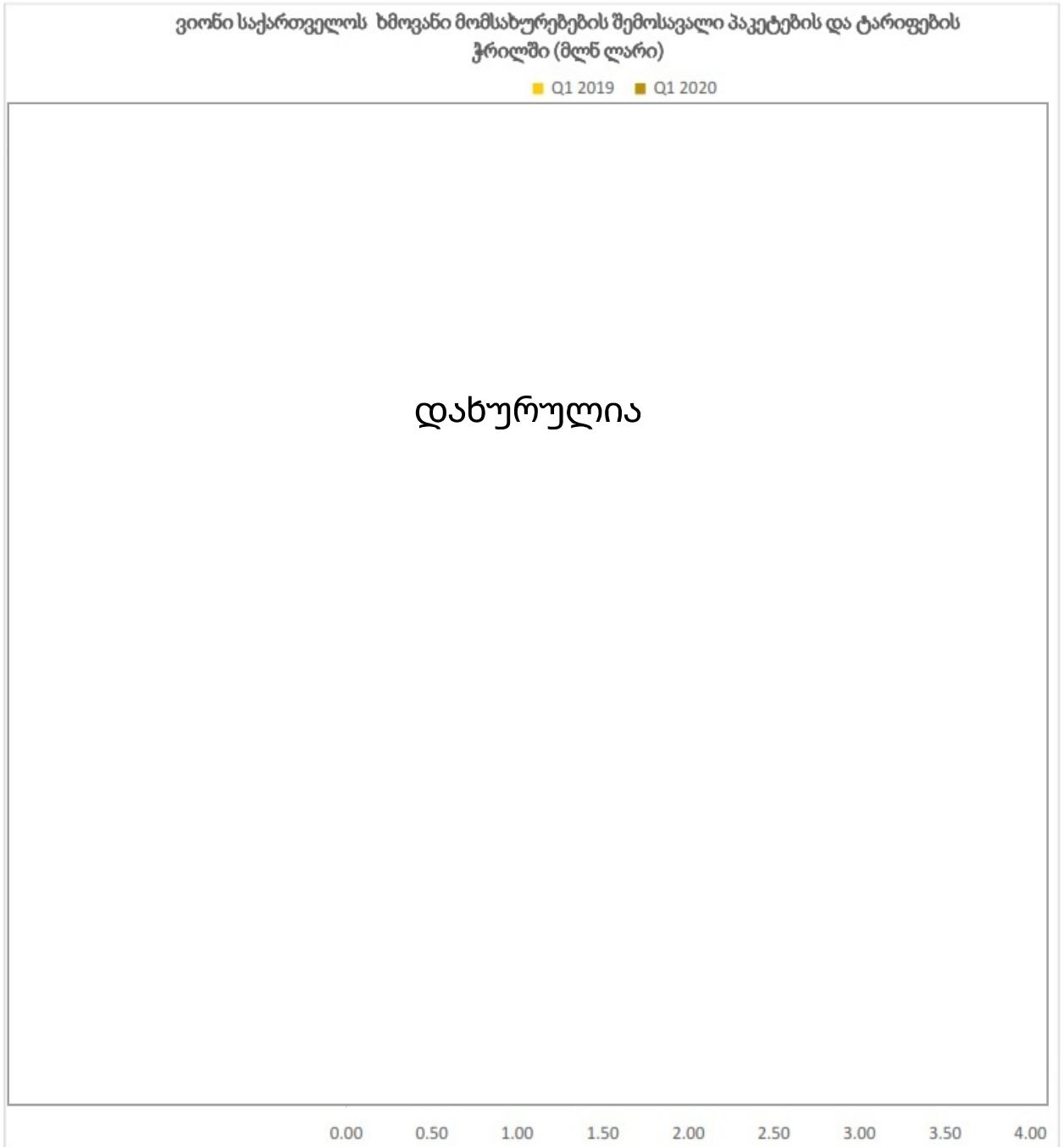
<ერთეულის ფასით>

დახურულია				
-----------	--	--	--	--

წყარო - კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

შპს „ვიონი საქართველოს“ მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავალი პაკეტების მიხედვით :

გრაფიკი N12



წყარო - კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

შპს „ვიონი საქართველოს“ მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავლის განაწილება სატარიფო გეგმის/პაკეტის მიხედვით:

სატარიფო შეთავაზება/ხმოვანი	Q1 2019	Q1 2020	Q1 2019	Q1 2020
	% შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	% შემოსავლდა ნ მომს. ტიპის მიხედვით	% მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში	% მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში

ცხრილი N5

დახურულია				
-----------	--	--	--	--

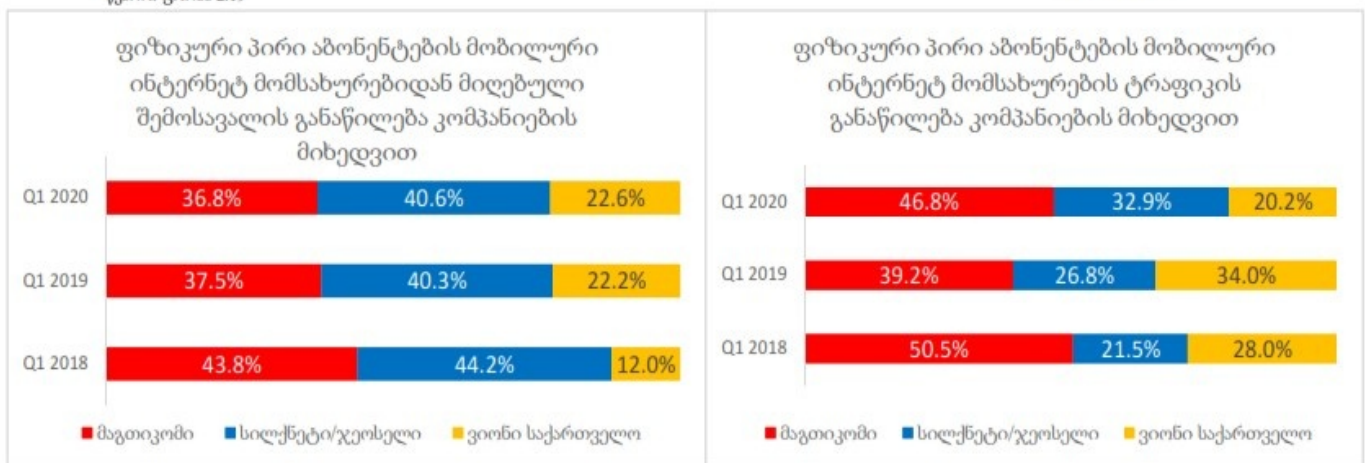
მობილური ინტერნეტით მომსახურება

მობილურ ინტერნეტ მომსახურებას კომპანიები უწევენ ყველა კატეგორიის აბონენტებს: ფიზიკურ პირებს, იურიდიულ პირებს და კორპორატიულ მომხმარებლებს. მობილური ინტერნეტ მომსახურებიდან 2018 – 2020 I კვ. პერიოდში გენერირებული ტრაფიკი, სამივე კომპანიის შემთხვევაში, ზრდის ტენდენციით ხასიათდება როგორც მოცულობის, ასევე შემოსავლების კუთხით.

ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ მობილური ინტერნეტ მომსახურების შემოსავლების და ტრაფიკის განაწილება კომპანიების მიხედვით:

გრაფიკი N13

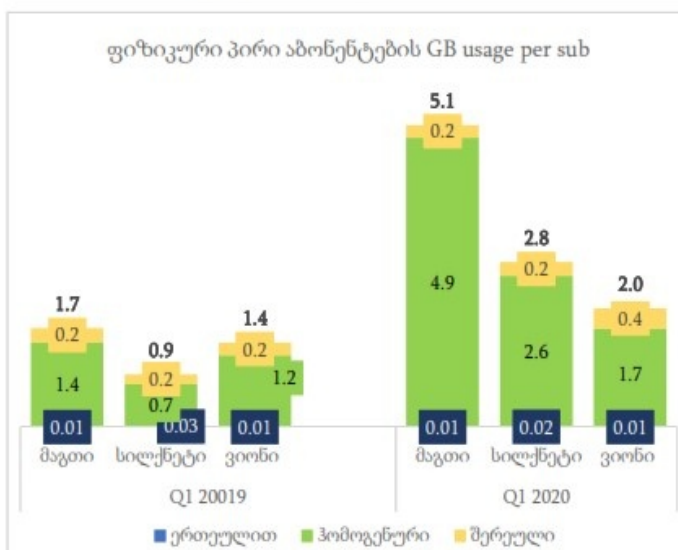
წყარო: ფორმა 2.19



2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებით შემოსავლების ხვედრითი წილის მიხედვით, შპს „მაგთიკომს“ მობილური ინტერნეტ მომსახურების ბაზრის 36.8% უჭირავს, სს „სილქნეტს“ - 40.6%, ხოლო შპს „ვიონი საქართველოს“ - 22.6%. აღნიშნულ პერიოდში კომპანიების წილობრივი მონაწილეობა სტაბილურია და ბაზარზე ამ კუთხით მნიშვნელოვანი ცვლილებები არ ხდება. მობილური ინტერნეტ მომსახურების ბაზარზე 2020 წლის პირველი კვარტლის მდგომარეობით შპს „მაგთიკომის“ აბონენტებს ტრაფიკის 46.8% უჭირავს, სს „სილქნეტის“ აბონენტებს 32.9%, ხოლო შპს „ვიონი საქართველოს“ აბონენტები ინტერნეტ მომსახურების ტრაფიკის 20.2%-ს აგენერირებენ.

ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ ინტერნეტ მომსახურებიდან დაგენერირებული შემოსავლები, ტრაფიკი და საშუალო ფასი კომპანიების მიხედვით

გრაფიკი N14



წყარო: ფორმა 2.2; ფორმა 2.19

ცხრილი N6

APPGB	Q1 2019			Q1 2020		
	მაგთი	სილქნეტი	ვიონი	მაგთი	სილქნეტი	ვიონი
ერთეულით	17.47	29.67	63.27	16.53	39.42	65.07
ჰომოგენური	3.00	3.77	1.45	1.01	1.37	1.16
შერეული	1.27	3.11	2.28	0.46	0.80	1.31
საშუალოდ	2.79	4.38	1.91	1.01	1.58	1.43

წყარო: ფორმა 2.19

ფიზიკური პირი აბონენტების მობილური საცალო ქსელით ინტერნეტ მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლების და მოხმარებული GB-ების პროცენტული განაწილება

გრაფიკი N15



წყარო ფორმა 2.19

შპს „მაგთიკომის“ მიერ ფიზიკური პირებისათვის შეთავაზებული მობილური ინტერნეტ მომსახურებიდან მნიშვნელოვანი წილი მოდის ჰომოგენური პაკეტებით მომსახურებაზე,

რამაც 2020 წლის I კვარტლისათვის შეადგინა მთელი მოხმარებული ინტერნეტ მოცულობის 96%. შემოსავლების ჭრილში ჰომოგენური პაკეტიდან ინტერნეტ მომსახურებაზე მიღებული შემოსავლების ხვედრითი წილი პროპორციულია მოხმარებული ინტერნეტ მოცულობისა.

სს „სილქნეტის“ შეთხვევაშიც ჰომოგენური პაკეტით მომსახურებას მნიშვნელოვანი წილი უჭირავს, თუმცა გასულ წლებში სურათი განსხვავებული იყო, რაც სს „სილქნეტის“ მიერ აბონენტებისათვის ახალი და უფრო ხელსაყრელი პირობებით მომსახურების შეთავაზებაზე მიანიშნებს.

ჰომოგენური პაკეტების გამოყენებიდან მიღებული შემოსავლები და ინტერნეტით მომსახურებისას მოხმარებული მოცულობა პროპორციულად შეიძლება ჩაითვალოს. ამავე დროს აღსანიშნავია ისიც, რომ გარკვეული წილი შემოსავლებში უკავია ერთეული პაკეტის მომსახურებიდან მიღებულ შემოსავლებს, რაც განპირობებულია ჰომოგენურ პაკეტის პირობებთან შედარებით სტანდარტული ფასის მნიშვნელოვანი სხვაობით.

შპს „ვიონი საქართველოს“ აბონენტებიც ძირითადად მოიხმარენ ჰომოგენურ პაკეტებს, თუმცა მნიშვნელოვანი წილი უჭირავს შერეული პაკეტების ხვედრით წილსაც. შპს „ვიონი საქართველოს“ შემთხვევაშიც ინტერნეტ ტრაფიკის გენერირებაში მნიშვნელოვანი ნაწილი უჭირავს ულიმიტო ინტერნეტ მომსახურებას.

რაც შეეხება შპს „ვიონი საქართველოს“ ერთეულით ინტერნეტ მომსახურებიდან მიღებულ შემოსავლებს, მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტ ტრაფიკი ერთეული მომსახურების ჭრილში შედარებით უმნიშვნელოა, ამ პაკეტით მომსახურებიდან გენერირებული შემოსავლების ხვედრითი წილი 2020 წლის პირველი კვარტლის მდგომარეობით ინტერნეტ მომსახურების მთლიან შემოსავლებში 17%-ს შეადგენს, რაც მაღალი ე.წ. სტანდარტული ფასის შედეგია.

ჰომოგენურ პაკეტებზე მოთხოვნა ყველა კომპანიაში მაღალია და როგორც მოხმარებული მოცულობა, ასევე მომსახურებიდან გენერირებული შემოსავლები სტაბილური და მეტ ნაკლებად ადეკვატურია.

შპს „მაგთიკომის“ მობილური საცალო ინტერნეტ მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავალი პაკეტების მიხედვით :

გრაფიკი N16

მაგთკომის ინტერნეტ მომსახურებების შემოსავალი პაკეტების და ტარიფების ჭრილში
(მლნ ლარი)

დახურულია

წყარო: კომპანიის მიერ მწოდებული ინფორმაცია

შპს „მაგთიკომის“ მობილური საცალო ინტერნეტ მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავლის განაწილება სატარიფო გეგმის/პაკეტის მიხედვით:

ცხრილი N7

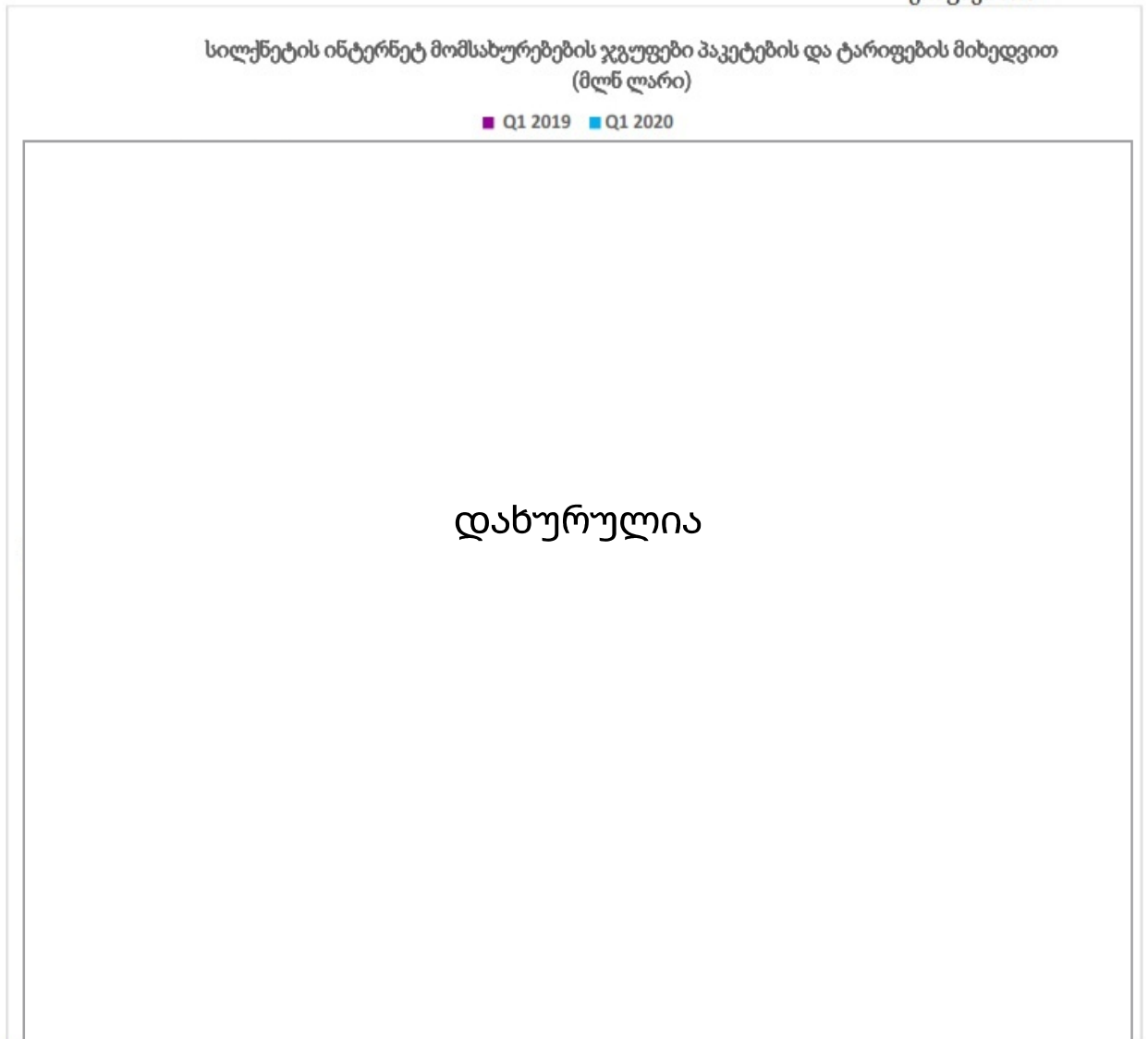
სატარიფო შეთავაზება/ინტერნეტი	Q1 2019 % შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	Q1 2020 % შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	Q1 2019 % მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში	Q1 2020 % მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში
-------------------------------	---------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------------------------------------------------

დახურულია				
-----------	--	--	--	--

წყარო: კომპანიის მიერ მწოდებული ინფორმაცია

სს „სილქნეტის“ მობილური საცალო ინტერნეტ მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავალი პაკეტების მიხედვით :

გრაფიკი N17



წყარო: კომპანიის მიერ მწოდებული ინფორმაცია

სს „სილქნეტის“ მობილური საცალო ინტერნეტ მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავლის განაწილება სატარიფო გეგმის/პაკეტის მიხედვით:
ცხრილი N8

სატარიფო შეთავაზება/ინტერნეტი	Q1 2019 % შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	Q1 2020 % შემოსავლიდან მომს. ტიპის მიხედვით	Q1 2019 % მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში	Q1 2020 % მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში	%
-------------------------------	---------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------------------------------------------------	---

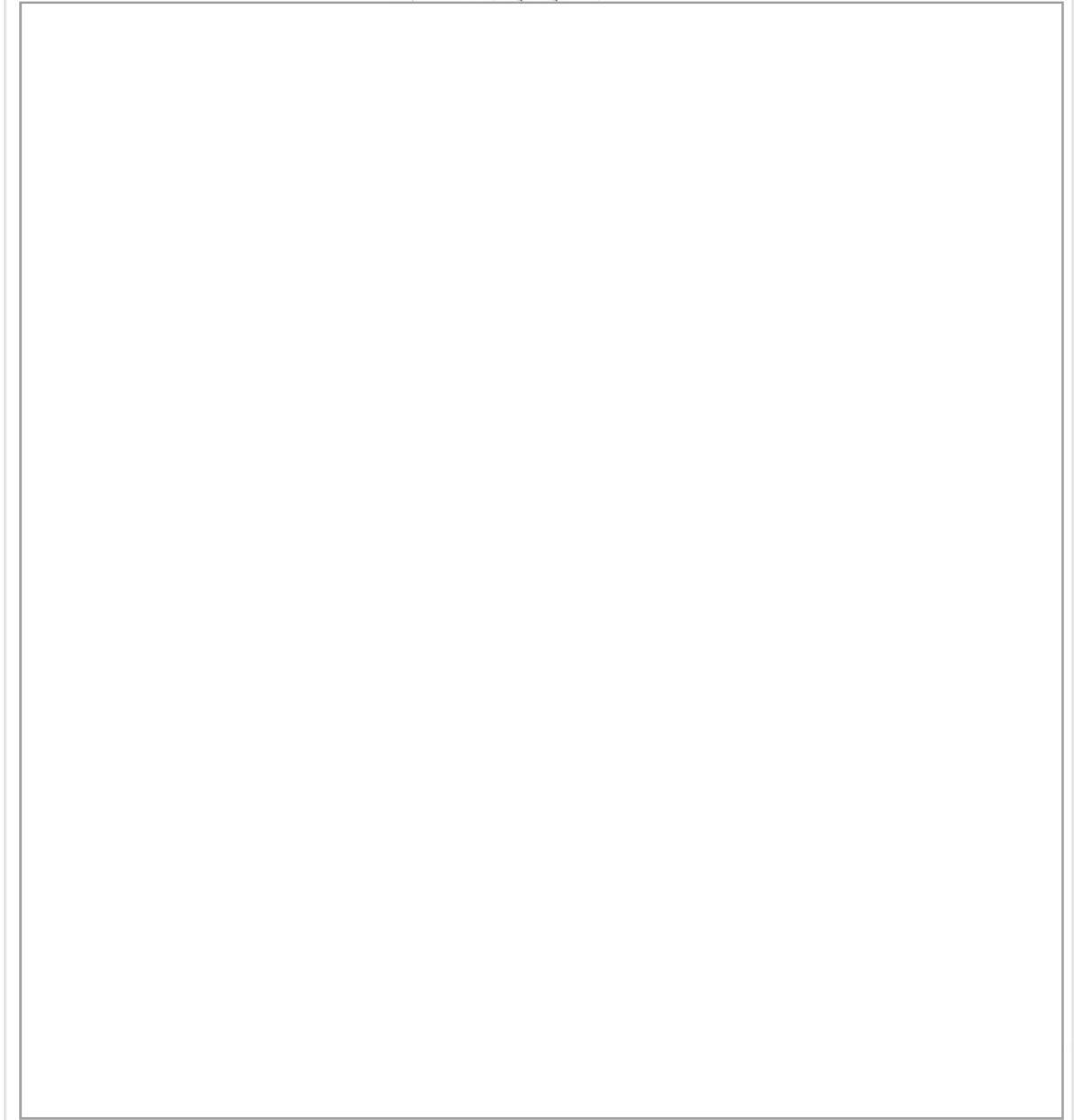
დახურულია					
-----------	--	--	--	--	--

წყარო: კომპანიის მიერ მწოდებული ინფორმაცია

შპს „ვიონი საქართველოს“ მობილური საცალო ინტერნეტ მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავალი პაკეტების მიხედვით :

გრაფიკი N18

ვიონის ინტერნეტ მომსახურებების ჯგუფები პაკეტების და პარიფების მიხედვით
(მლნ ლარი)



წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

შპს „ვიონი საქართველოს“ მობილური საცალო ინტერნეტ მომსახურების ფიზიკური პირი აბონენტებიდან მიღებული შემოსავლის განაწილება სატარიფო გეგმის/პაკეტის მიხედვით:

სატარიფო შეთავაზება/ინტერნეტი	Q1 2019 % შემოსავლის ტიპის მიხედვით	Q1 2020 % შემოსავლის ტიპის მიხედვით	Q1 2019 % მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში	Q1 2020 % მთლიან ინტერნეტ შემოსავლებში
-------------------------------	----------------------------------------------	----------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------------------------------------------------

დახურულია

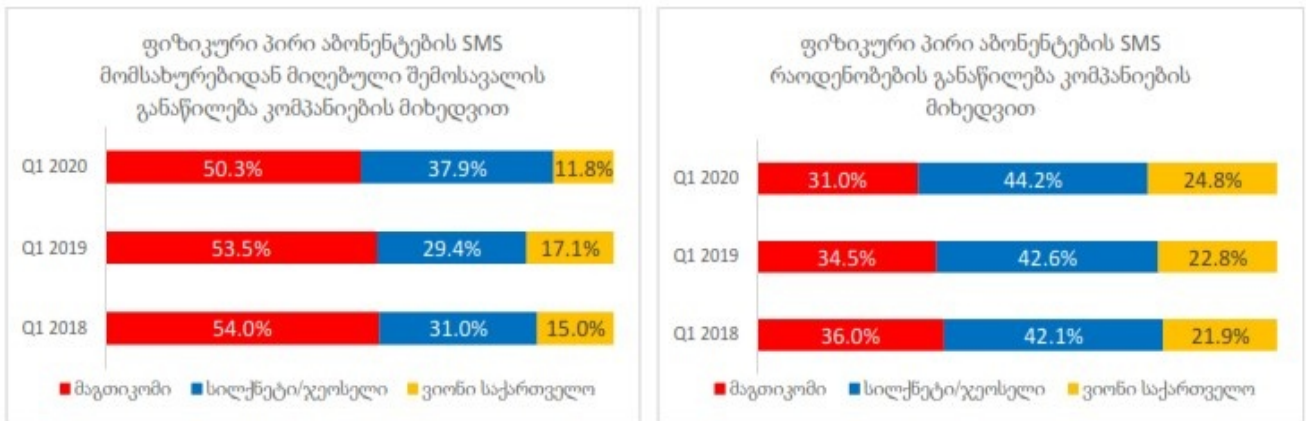
მოკლე ტექსტური „SMS“ შეტყობინების მომსახურება

კომისიის 2019 წლის 30 აპრილის 268/9 გადაწყვეტილებით, ბოლო მომხმარებლებზე (აბონენტებზე) მობილური ქსელით მოკლე ტექსტური შეტყობინებების („SMS“) ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არ იქნა გამოვლენილი მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირ(ებ)ი და ბაზრის შესაბამისი სეგმენტი ჩაითვალა კონკურენტულად.

მოკლე ტექსტური შეტყობინების მომსახურებას კომპანიები უწევენ ყველა კატეგორიის აბონენტებს: ფიზიკურ პირებს, იურიდიულ პირებს და კორპორატიულ მომხმარებლებს. მობილური ინტერნეტ მომსახურებიდან 2018 – 2020 I კვ. პერიოდში აღნიშნული მომსახურების მოცულობა და შესაბამისი შემოსავლები, სამივე კომპანიის შემთხვევაში კლების ტენდენციით ხასიათდება.

მომხმარებელი მოკლე ტექსტური შეტყობინებების შემოსავლების და რაოდენობის მიხედვით კომპანიების ხვედრითი წილი ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე შემდეგია:

გრაფიკი N19

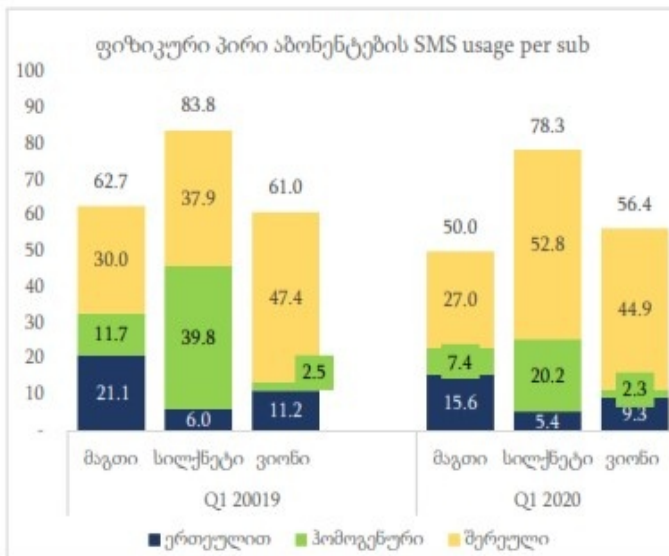
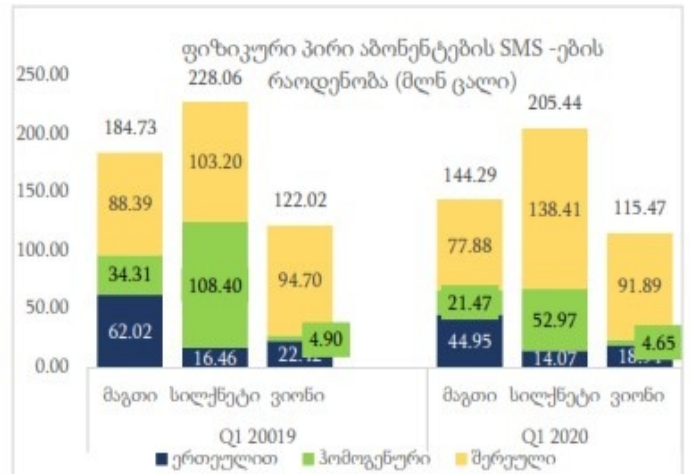
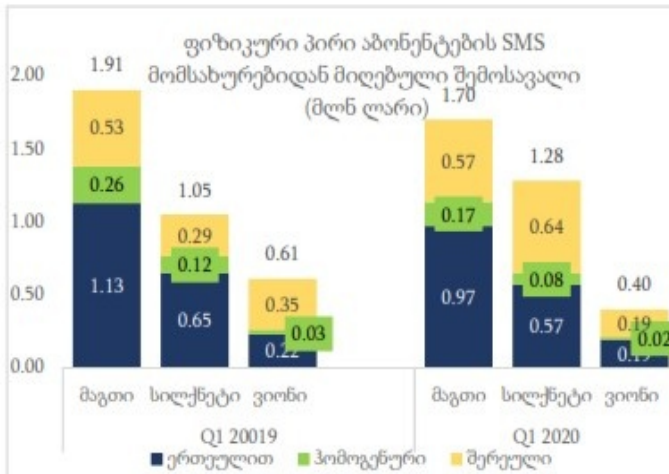


წყარო: ფორმა 2.19

ფიზიკური პირი აბონენტების მიერ SMS მომსახურებისან დაგენერირებული შემოსავლის მიხედვით შპს „მაგთიკომს“ 50.3% უჭრავს, სს „სილქნეტს“ 37.9%, ხოლო შპს „ვიონი საქართველოს“ 12% . ტრაფიკის შემთხვევაში შპს „მაგთიკომზე“ მოდის მთლიანი SMS-ების რაოდენობის 31%, სს „სილქნეტზე“ – 44.2%, ხოლო შპს „ვიონი საქართველოზე“- 25%.

ფიზიკური პირი აბონენტების SMS მომსახურებიდან გენერირებული შემოსავლები, რაოდენობა და საშუალო ფასი კომპანიების ჭრილში:

გრაფიკი N20



წყარო ფორმა 2.2, ფორმა 2.19

ცხრილი N10

GEL	Q1 2019			Q1 2020		
	მაგთი	სილქნეტი	ვიონი	მაგთი	სილქნეტი	ვიონი
APP SMS						
ერთეულით	0.018	0.039	0.010	0.022	0.040	0.010
ჰომოგენური	0.007	0.001	0.007	0.008	0.001	0.004
შერეული	0.006	0.003	0.004	0.007	0.005	0.002
საშუალოდ	0.010	0.005	0.005	0.012	0.006	0.003

წყარო ფორმა 2.19

შპს „მაგთიკომში“ მოკლე ტექსტური შეტყობინებებით მომსახურება ძირითადად ხდება ერთეული და შერეული პაკეტების გამოყენებით. როგორც ყველა სხვა მომსახურებაში, ერთეული პაკეტით მომსახურებისას მაღალი საცალო ტარიფიდან გამომდინარე ფიქსირდება შემოსავლების მაღალი ხვედრითი წილი. რაოდენობრივად, შერეულ პაკეტებზე მოდის შეტყობინებების 50%-ზე მეტი.

ფიზიკური პირი აბონენტის მიერ მობილური საცალო SMS მომსახურებიდან მღბული შემოსავალი და ტრაფიკის განაწილება კომპანიების მიხედვით

გრაფიკი N21



კომპანიების მიერ ფიზიკური პირი აბონენტებისთვის შეთავაზებული, ყველაზე მოთხოვნადი მობილური ქსელის საცალო ხვმოვანი, SMS და ინტერნეტ მომსახურებების პირობები

შპს „მაგთიკომი“:

✓ერთეული (სტანდარტული) მომსახურება: (მომსახურების სახე, როცა კონკრეტულ წუთს მიყენებული აქვს კონკრეტული ტარიფი).

- 1 წუთი 24 თეთრი, 1 SMS-6 თეთრი, მობილური ინტერნეტი 1 მზ-10 თეთრი
- ამავე დროს სტანდარტულ ტარიფში მოიაზრება შპს „მაგთიკომის“ ბრენდული მომსახურებები (ბალი, ზანი და ა.შ.):
 - ანგარიში 01 – ზარები ნებისმიერი მიმართულებით - 24 თეთრი;
 - ანგარიში 02 - მაგთიკომის შიდა ქსელი და ყველა ფიქსირებული ქსელები - 10 თეთრი;
 - ანგარიში 03 – მაგთიკომის შიდა ქსელი - 5 თეთრი;
 - ანგარიში 09 - ზარები სილქნეტის და ვიონის მიმართულებით - 15 თეთრი.

- **ტარიფი „ზერო+“**
 ინტერნეტი, SMS/MMS-ი და წუთის ფასი მაგთიკომის მობილურ ქსელზე - 0 თეთრი.
 0 თეთრი წუთი - მაგთიკომის მობილურ ქსელზე;
 7 თეთრი წუთი - ჯეოსელის, ბილანის და საქართველოს ფიქსირებულ ქსელებზე;
 ზარის წამოწყება - 10 თეთრი;
 ერთიანი ზარის ყოველი 10 წუთის შემდეგ მოხდება ზარის წამოწყების ღირებულების ჩამოჭრა.

- **1-თეთრიანი ტარიფი**
 1 თეთრი მაგთიკომის მობილურ ქსელში.
 ზარის წამოწყება: 10 თეთრი

✓ ჰომოგენური პაკეტებით მომსახურება:

ხმა	წუთების რაოდენობა	პაკეტის ხანგრძლივობა	1 წუთზე საშუალო ფასი (ლარი)
სტანდარტული პაკეტი - "5 ლარი"	30 წუთი	30 დღე	0.1667
სტანდარტული პაკეტი - "10 ლარი"	80 წუთი	30 დღე	0.1250
სტანდარტული პაკეტი - "15 ლარი"	150 წუთი	30 დღე	0.1000
სტანდარტული პაკეტი - "30 ლარი"	400 წუთი	30 დღე	0.0750
სტანდარტული პაკეტი - "60 ლარი"	1000 წუთი	30 დღე	0.0600

✓ შერეული პაკეტები:

პაკეტი „მარტივი 25“

- პაკეტის ღირებულება - 25 ლარი;
- მოქმედების ვადა - 30 დღე;
- წუთები - ულიმიტო;
- SMS - ულიმიტო;
- ინტერნეტი - 1000 მბ.

პაკეტი „მარტივი 30“

- პაკეტის ღირებულება - 25 ლარი;
- მოქმედების ვადა - 30 დღე;
- წუთები - ულიმიტო;
- SMS - ულიმიტო;
- ინტერნეტი - 3000 მბ.

პაკეტი „ჟანგბადი“

- პაკეტის ღირებულება - 3 ლარი;
- მოქმედების ვადა - 7 დღე;
- SMS/MMS - 1000 ;
- ინტერნეტი - 1000 მბ.

სს „სილქნეტი“

ერთეული (სტანდარტული) მომსახურება: (მომსახურების სახე, როგა კონკრეტულ წუთს მიყენებული აქვს კონკრეტული ტარიფი).

- ✓ სტანდარტული ტარიფი: ნებისმიერი მიმართულებით - 1 წუთი 24 თეთრი, SMS-6 თეთრი, მობილური ინტერნეტი 1 მბ-70 თეთრი

"ტარიფი 1-12" 1 თეთრი ჯეოსელის/ლაილაის აბონენტებთან, 12 თეთრი სხვა ოპერატორებთან საქართველოში
"12 თეთრიანი ტარიფი" - 12 თეთრი ყველა მიმართულებით საქართველოში (ტარიფი ხელმისაწვდომია მხოლოდ ლაილაი აბონენტებისათვის), ჩართვა 1 ლარი
"ტარიფი 1-10" 1 თეთრი ჯეოსელის/ლაილაის ნომრებზე, 10 თეთრი სხვა ოპერატორებთან საქართველოში ზარის წამოწყება 5 თეთრი
"ტარიფი გლობუსი" 5 თეთრი/წუთში -ყველა ოპერატორთან საქართველოში, ზარის წამოწყება 10 თეთრი, აქტივაცია 1ლარი.-სომხეთი, უკრაინა, რუსეთი, დსთ, 20 თეთლი/წუთი, აზერბაიჯანი და ა.შ. 30 თეთრი/წუთი.

✓ შერეული პაკეტები:

პაკეტი - "შეტი S"	
პაკეტის ღირებულება	8 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მზ	300 MB
SMSრ-ბა	1000
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	150 (ადგილობრივ ქსელებზე)
პაკეტი - "შეტი M"	
პაკეტის ღირებულება	10 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მზ	700 MB
SMSრ-ბა	უასარულო
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	უასარულო წუთები (შიდა ქსელებზე)
პაკეტი - "შეტი Unlimited"	
პაკეტის ღირებულება	25 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მზ	1 GB
SMSრ-ბა	უასარულო
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	უასარულო წუთები (ადგილობრივ ქსელებზე)
პაკეტი - "შეტი Unlimited +"	
პაკეტის ღირებულება	35 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მზ	7 GB
SMSრ-ბა	უასარულო
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	უასარულო წუთები (ადგილობრივ ქსელებზე)
ტარიფი "წულომანი"	
ზარის წამოწყება	10 თეთრი
ყველა ადგილობრივ ოპერატორთან საქართველოში	10 თეთრი
ინტერნეტი მზ	100 MB თვეში (შემდეგ 1MB-ის ფასი - 15 თეთრი)
SMSრ-ბა	100 SMS დღეში (პირველი ფასიანი SMS-ის ** შემდეგ) სტანდარტული ფასი 6 თეთრი
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	უასარულო წუთები (ადგილობრივ ქსელებზე)
ტარიფი "პარტნიორი 1"	
ზარის წამოწყება	5 თეთრი
სხვა მობილურ ოპერატორებზე/ფიქსირებულ ქსელებზე	5 თეთრი
ინტერნეტი მზ	1MB-ის ფასი - 10 თეთრი
SMSრ-ბა	ნებისმიერი ადგილობრივი მიმართულებით 1 თეთრი
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	1000 წუთი ჯეოსელის ქსელში, ლიმიტი ამოწურვის შემდეგ 5 თეთრი/წუთი
პაკეტი - "უასარულო"	
პაკეტის ღირებულება	25 ლარი
მომსახურების ვადა	თვე
ინტერნეტი მზ	1 GB
SMSრ-ბა	უასარულო
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	უასარულო წუთები (ადგილობრივ ქსელებზე)
პაკეტი - "უასარულო +"	
პაკეტის ღირებულება	50 ლარი
მომსახურების ვადა	თვე
ინტერნეტი მზ	1 GB
SMSრ-ბა	უასარულო
საერთაშორისო ზარებზე	1 საათი
შეთავაზებული წუთების რ-ბა	უასარულო წუთები (ადგილობრივ ქსელებზე)

შპს „ვიონი საქართველო“

- ✓ ხმოვანი მომსახურების სტანდარტული ტარიფია: 10 თეთრი/წუთი, 10 თეთრი ზარის წამოწყება, SMS-1 თეთრი, მობილური ინტერნეტი 1 მბ-10 თეთრი
- ✓ ჰომოგენური პაკეტებია:

"100 წუთი ქალაქის ქსელთან სასაუბროდ" - 2 ლარი/30 დღე
"ულიმიტო ზარები ყველა ადგილობრივ ქსელთან" - 16 ლარი/30 დღე
"200 წუთი ბილაინზე" - 2 ლარი/30 დღე
"500 წუთი ყველა ადგილობრივ მობილურ ოპერატორთან" - 10 ლარი/30 დღე

- ✓ შერეული პაკეტები:

ინფორმაცია მობილური საგალო ხმოვანი მომსახურებიდან შერეული პაკეტების მიხედვით	
პაკეტი - "ყვითელი მაქსი"	
პაკეტის ღირებულება	2 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მბ	500 MB
SMS რ-მა	500
შეთავაზებული წუთების რ-მა	ულიმიტო წუთები ბილაინის ქსელში, 50 წუთი სხვა მობილურ ოპერატორებთან
პაკეტი - "მწვანე მაქსი"	
პაკეტის ღირებულება	6 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მბ	700 MB
SMS რ-მა	700 SMS
პაკეტი - "ლურჯი მაქსი"	
პაკეტის ღირებულება	10 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მბ	1.5 GB
SMS რ-მა	ულიმიტო SMS
შეთავაზებული წუთების რ-მა	ულიმიტო წუთები ბილაინის ქსელში, 300 წუთი სხვა მობილურ ოპერატორებთან
პაკეტი - "წითელი მაქსი"	
პაკეტის ღირებულება	25 ლარი
მომსახურების ვადა	30 დღე
ინტერნეტი მბ	3 GB
SMS რ-მა	ულიმიტო SMS
შეთავაზებული წუთების რ-მა	ულიმიტო წუთები ყველა მობილურ ოპერატორთან
მიქს პაკეტი	
პაკეტის ღირებულება	5 ლარი
მომსახურების ვადა	7 დღე
ინტერნეტი მბ	2 GB
SMS რ-მა	ულიმიტო SMS
შეთავაზებული წუთების რ-მა	ულიმიტო წუთები ბილაინის ქსელში, 100 წუთი სხვა მობილურ ოპერატორებთან

FREEVOLUTION FREEMIUM 0GEL აღნიშნული პაკეტი გულისხმობს 100 წუთ ლიმიტს ყველა ქსელის მიმართულებით, 100 მეგაბიტ ინტერნეტს და 100 sms შეტყობინებას. აქტივაციის ფასი 1 ლარი.

შპს „მაგთიკომი“. როგორია აბონენტის ქცევა მომსახურების პირობებში

სტანდარტული პაკეტებიდან, არსებული მონაცემებიდან გამომდინარე, მოთხოვნაა პაკეტი „5 ლარი“ - ჰომოგენური აქტივირებული პაკეტების (30 წუთი, წუთის საშუალო ფასი თეთრი) და პაკეტი „10 ლარი“ - ჰომოგენური აქტივირებული პაკეტებიდან (80 წუთი, წუთის საშუალო ფასი თეთრი). ჰომოგენური პაკეტებიდან მინიმალური საშუალო ფასი წუთზე შეადგენს 6 თეთრს.

აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ თუ მობილური საცალო მომსახურების ჰომოგენურ, შერეულ და ერთეულის ფასით მომსახურებას განვიხილავთ ერთ ჭრილში (ანუ მხოლოდ ხმოვან მომსახურებას), სტანდარტული 24 თეთრიანი ტარიფით შემოსავლების წილი შეადგენს % რაც საკმაოდ მაღალი მაჩვენებელია

ვინ შეიძლება იყოს 24 თეთრიანი ტარიფის მომხმარებელი:

- ა) აბონენტი, რომელიც ნაკლებად ერკვევა მომსახურების შერჩევაში და სარგებლობს მაქსიმალურ ფასიანი მომსახურებით;
- ბ) აბონენტი, რომელიც სარგებლობს პაკეტური მომსახურებით, ვერ აკონტროლებს პაკეტის მოქმედების ვადის ამოწურვას და ავტომატურად გადადის 24 თეთრიანი ტარიფზე.
- გ) სტანდარტული 24 თეთრიანი ტარიფის პოტენციური მომხმარებელი ასევე შეიძლება იყოს აბონენტი, რომელიც მხოლოდ ინტერნეტის მომხმარებელია და ალტერნატიული მომსახურებებით იღებს ხმოვან სერვისს (ვაიბერი, ვოტსაპი და ა.შ.)

ინტერნეტ პაკეტები (ჰომოგენური.) - მოცემული ინფორმაციის ანალიზი ცხადყოფს, რომ ინტერნეტ პაკეტებიდან მოთხოვნაა ჰომოგენურ პაკეტზე „5 ლარი“, რომელიც ითვალისწინებს 1000 მგბტ მოცულობის ინტერნეტის მიწოდებას (აქტივირებული ჰომოგენური ინტერნეტ პაკეტების %); პაკეტი „9 ლარი“, რომელიც ითვალისწინებს 3000 მგბტ მოცულობის ინტერნეტის მიწოდებას (ჰომოგენური ინტერნეტ პაკეტების %); პაკეტი „12 ლარი“, რომელიც ითვალისწინებს 5000 მგბტ მოცულობის ინტერნეტის მიწოდებას (აქტივირებული ჰომოგენური ინტერნეტ პაკეტების %). მოთხოვნაა პაკეტზე „ულიმიტო კვირა“, 5 ლარად 7 დღე ინტერნეტის შეუზღუდავად გამოყენება (აქტივირებული ჰომოგენური ინტერნეტ პაკეტების %); და „ულიმიტო დღე-ღამე“ 24 საათი 1 ლარად (აქტივირებული ჰომოგენური ინტერნეტ პაკეტების %).

ზემოაღნიშნულ მომსახურებებთან მიმართებაში აბონენტთა ქცევას თუ შევაფასებთ, აბონენტი ლიმიტირებული მომსახურებიდან ყველაზე მეტად იყენებს 1000-დან 5000 მგბტ მოცულობის ინტერნეტ რესურსს. ამასთან ერთად, როგორც ხმოვანი მომსახურების შემთხვევაში, ინტერნეტ მომსახურების შემთხვევაშიც აბონენტი უპირატესობას ანიჭებს ულიმიტო მომსახურების პაკეტებს.

რაც შეეხება მოკლე ტექსტური შეტყობინების (SMS) შპს „მაგთიკომის“ აბონენტები უპირატესობას ანიჭებენ სტანდარტული ტარიფით მომსახურებებს.

შერეული პაკეტებიდან ყველაზე მოთხოვნადია პაკეტი „მარტივი 25“ - აქტივირებული შერეული პაკეტების და პაკეტი „ფანგბადი“

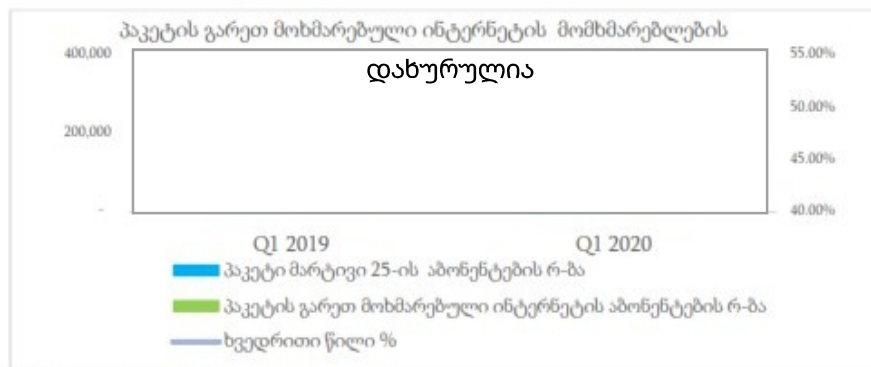
როგორც სატარიფო პაკეტების ანალიზი ცხადყოფს, პაკეტური მომსახურებებიდან ყველაზე მოთხოვნადი პაკეტია „მარტივი 25“, შერეული პაკეტების მომხმარებელი აბონენტების 86% იყენებს აღნიშნულ პაკეტს.

შერეულ პაკეტებზე ძირითადი მოთხოვნაა ულიმიტო სასაუბრო წუთების არსებობის გამო. როგორც სტატისტიკური მონაცემები გვიჩვენებს, პაკეტი „მარტივი 25“-ის ულიმიტო წუთების გამოყენების ოდენობა თვეში საშუალოდ წუთია. ამავე დროს, იგივე სტატისტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით, აბონენტების % ეტევა ინტერნეტის მოხმარების 1000 მგბტ ლიმიტში, ხოლო დანარჩენი % დამატებით იმატებს ინტერნეტ მოხმარების პაკეტებს და საშუალოდ ამ კატეგორიის აბონენტები მოიხმარენ თვეში დამატებით 9 მგბტ ინტერნეტს. სავარაუდოდ, ინტერნეტის ნაწილშიც აბონენტები იყენებენ ულიმიტო ჰომოგენურ ინტერნეტ პაკეტებს. შესაბამისად, აბონენტთა ქცევიდან ჩანს, რომ შერეული პაკეტების შემთხვევაში მოთხოვნა ძირითადად ულიმიტო მომსახურებებზე მოდის.

პაკეტი „მარტივი 30“-ის მომხმარებელი იყენებს საშუალოდ მგბტ ინტერნეტ რესურსს და წუთ ულიმიტო ხმოვან მომსახურებას. პაკეტი „მარტივი 30“-ის შემთხვევაში, მართალია ინტერნეტის ლიმიტი გაზრდილია 2000 მგბტ-ით, და შეადგენს 3000 მგბტ-ს, მოთხოვნა დამატებით ინტერნეტზე მაინც დარჩა. ანუ ფაქტიურად, მიუხედავად იმისა, რომ პაკეტის ფასი გაიზარდა და ინტერნეტით მომსახურების მოცულობაც გაიზარდა, აბონენტს მოთხოვნა სრულყოფილი მიწოდებით არ დაკმაყოფილდა.

პაკეტი „მარტივი 25“	პაკეტი „მარტივი 30“
➢ პაკეტის ღირებულება - 25 ლარი;	➢ პაკეტის ღირებულება - 30 ლარი;
➢ მოქმედების ვადა - 30 დღე;	➢ მოქმედების ვადა - 30 დღე;
➢ წუთები - ულიმიტო;	➢ წუთები - ულიმიტო;
➢ SMS - ულიმიტო;	➢ SMS - ულიმიტო;
➢ ინტერნეტი - 1000 მბ.	➢ ინტერნეტი - 3000 მბ.

„მარტივი 25“-ის პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტის მომხმარებლების ხვედრითი წილი გრაფიკი N22



წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

პაკეტი „მარტივი 25“-ის ფარგლებში ერთი აბონენტის მიერ მოხმარებული წუთების და MB-ის რაოდენობა საშუალოდ და პაკეტის გარეთ მოხმარებული წუთების და MB-ების რაოდენობა :

ცხრილი N10

	Q1 2019	Q1 2020
პაკეტის შიგნით MOU	დახურულია	
პაკეტის გარეთ MOU		
პაკეტის შიგნით MBOU		
პაკეტის გარეთ MBOU		

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

პაკეტი „მარტივი 25“-ის ფარგლებში აბონენტის მიერ განხორციელებული წუთების განაწილება მიმართულებების მიხედვით.

ცხრილი N12

	Q1 2019	Q1 2020	Q1 2019	Q1 2020
მოხმარებული წუთები	დახურულია			
გამავალი - შიდა ტრაფიკი				
გამავალი - სხვა ოპერატორის მობილურ ქსელში				
გამავალი - სხვა ოპერატორის ფიქსირებულ სადენიან/უსადენო ქსელში				
გამავალი - საკუთარ ფიქსირებულ სადენიან/უსადენო ქსელში				

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

ერთი აბონენტის მიერ ძირითადი პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტი (GB)

გრაფიკი N23



წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

აბონენტის მიერ ძირითადი პაკეტის შიგნით და პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტი (MB)

ცხრილი N13

	მარტი 2020	
	მარტივი 25 (შეთავაზებით 1000 MB)	მარტივი 30 (შეთავაზებით 3000 MB)
ძირითადი პაკეტის აბონენტები	დახურულია	
პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტის აბონენტები		
იმ აბონენტების წილი ვინც პაკეტის გარეთ ყიდულობს ინტერნეტს		
პაკეტის შიგნით MBOU		
პაკეტის გარეთ MBOU		

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

დასკვნა: პაკეტის „მარტივი 25“ მომხმარებელ აბონენტებს შპს „მაგთიკომი“ ვერ სთავაზობს სრულყოფილად ჩანაცვლებად მომსახურებას და შეთავაზებული ახალი პაკეტებით აუარესებს მათი მომსახურების პირობებს.

სს „სილქნეტი“. როგორია აბონენტის ქვევა სს „სილქნეტის“ მომსახურების პირობებში

სს „სილქნეტში“ მოთხოვნაა ხმოვან ჰომოგენურ პაკეტზე "ტარიფი გლობუსი" (5 თეთრი/წუთში ყველა ოპერატორთან საქართველოში, ზარის წამოწყება 10 თეთრი, ასევე შეღავათიანი ტარიფები უცხო ქვეყნის გარკვეულ მიმართულებებზე), ხოლო სტანდარტული ტარიფით მომსახურებაზე (24 თეთრი) .

რაც შეეხება შერეულ პაკეტებს, მოთხოვნაა პაკეტზე „მეტი S+“ (8 ლარი, 300 მგბტ ინტერნეტი და 150 წთ უფასო ადგილობრივ ქსელებში) .

ინტერნეტ მომსახურებასთან დაკავშირებით ჰომოგენურ პაკეტებზე ძირითადად მოთხოვნაა: პაკეტზე „6 ლარი“ – 1,5GB ინტერნეტის მოწოდება, პაკეტზე „9 ლარი“ - 3GB ინტერნეტის მოწოდება, პაკეტზე „12 ლარი“ - 5GB ინტერნეტის მოწოდება.

რაც შეეხება მოკლე ტექსტურ შეტყობინების მომსახურებას (SMS), ძირითადად მოთხოვნა სტანდარტულ ტარიფზეა.

შერეული პაკეტი „მეტი M“ 10 ლარი, 700 მგბტ - ინტერნეტი, უსასრულო შიდა წუთები;

შერეული პაკეტი „მეტი **Unlimited**“, 25 ლარი, 1 გბტ. ინტერნეტი, უსასრულო ადგილობრივ ქსელებში.

როგორც ანალიზიდან ჩანს, სს „სილქნეტის“ აბონენტთა ქვევა შპს „მაგთიკომისაგან“ განსხვავებულია და ულიმიტო შერეულ პაკეტზე შედარებით მოთხოვნა ნაკლებია. ამის მიზეზი შეიძლება იყოს ის ფაქტორი, რომ მიუხედავად იმისა, რომ მობილური ქსელი ფიქსირებულის ჩამნაცვლებელი არა არის, სს „სილქნეტის“ ფიქსირებულ ქსელში შიდა ზარები აბონენტებს უმეტესად უფასო აქვთ, რაც გარკვეულ წილად მოქმედებს ხმოვანი მობილური მომსახურების მოთხოვნის ნაკლებობაზე.

სს „სილქნეტი“ პაკეტით „მეტი **Unlimited**“ ანალოგიურ პირობებს სთავაზობს აბონენტს, რასაც შპს „მაგთიკომის“ პაკეტი „მარტივი 25“. სს „სილქნეტის“ აბონენტები არ მოიხმარენ დიდი ოდენობით ინტერნეტ მომსახურებას. ამ პაკეტით სარგებლობენ აბონენტები, რომლებიც ძირითადად იყენებენ ხმოვან მომსახურებას და თვეში საშუალოდ მოიხმარენ წუთამდე ტრაფიკს ყველა ქსელის მიმართულებით.

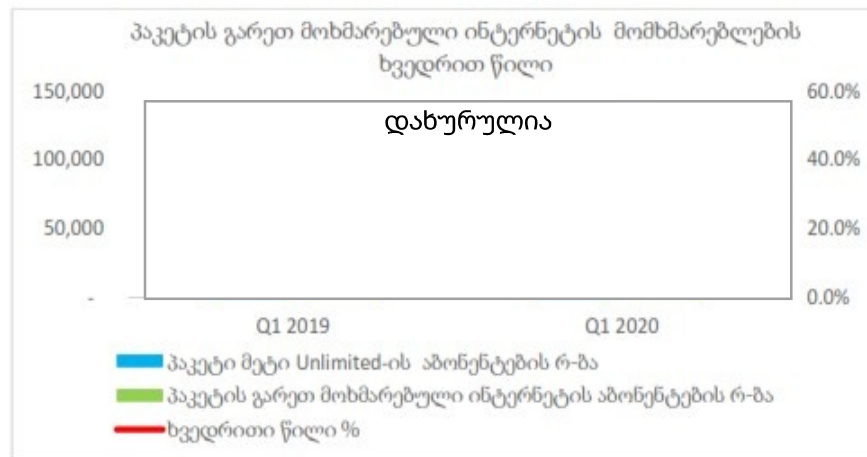
- | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>პაკეტი „მეტი Unlimited“</p> <ul style="list-style-type: none">➢ პაკეტის ღირებულება - 25 ლარი;➢ მოქმედების ვადა - 30 დღე;➢ წუთები - უსასრულო წუთები (ადგილობრივ ქსელებზე);➢ SMS - უსასრულო;➢ ინტერნეტი - 1 GB |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

პაკეტი „მეტი **Unlimited**“-ის ფარგლებში ერთი აბონენტის მიერ მოხმარებული წუთების და MB-ის რაოდენობა საშუალოდ და პაკეტის გარეთ მოხმარებული წუთების და MB-ების რაოდენობა :
ცხრილი N14

	Q1 2019	Q1 2020
ძირითადი პაკეტის აბონენტები	დახურულია	
პაკეტის შიგნით MOU		
პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტის აბონენტები		
იმ აბონენტების წილი ვინც პაკეტის გარეთ ყიდულობს ინტერნეტს		
პაკეტის შიგნით MBOU		
პაკეტის გარეთ MBOU		

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

„მეტი **Unlimited**“ პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტის მოხმარებლების ხვედრითი წილი
გრაფიკი N24



წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

სს „სილქნეტის“ პაკეტებს შორის ყველაზე დიდი მოთხოვნაა პაკეტზე „მეტი S+“

პაკეტი „მეტი S+“
➤ პაკეტის ღირებულება - 8 ლარი;
➤ მოქმედების ვადა - 30 დღე;
➤ წუთები - 150 (ადგილობრივ ქსელებზე);
➤ SMS - 1000;
➤ ინტერნეტი - 300 MB

აღნიშნული პაკეტი მოთხოვნადაა, ვინაიდან შედარებით იაფია და 150 წუთიანი ლიმიტი აქვს განსაზღვრული ადგილობრივ ზარებზე ყველა მიმართულებით. ამ პაკეტზე მოთხოვნა

გამოწვეულია დაბალი ფასის და ადგილობრივ ყველა ქსელებზე ზარების განხორციელების შესაძლებლობის გამო (150 წუთი).

პაკეტი „მეტი S+“-ის ფარგლებში ერთი აბონენტის მიერ მოხმარებული წუთების და MB-ის რაოდენობა საშუალოდ და პაკეტის გარეთ მოხმარებული წუთების და MB-ების რაოდენობა:

ცხრილი N15

	Q1 2020
ძირითადი პაკეტის აბონენტები	დახურულია
პაკეტის შიგნით MOU	
პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტის აბონენტები	
იმ აბონენტების წილი ვინც პაკეტის გარეთ ყიდულობს ინტერნეტს	
პაკეტის შიგნით MBOU	
პაკეტის გარეთ MBOU	

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

პაკეტის ფარგლებში განხორციელებული წუთების განაწილება მიმართულებებად

ცხრილი N16

	Q1 2020	Q1 2020
მოხმარებული წუთების რ-ბა	დახურულია	
გამავალი - შიდა ტრაფიკი		
გამავალი - სხვა ოპერატორის მობილურ ქსელში		
გამავალი - სხვა ოპერატორის ფიქსირებულ სადენიან/უსადენო ქსელში		
გამავალი - საკუთარ ფიქსირებულ სადენიან/უსადენო ქსელში		

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

მოთხოვნაა შპს „ვიონი საქართველოში“ ხმოვან ჰომოგენურ პაკეტებზე, ასევე მოთხოვნაა ლიმიტირებულ პაკეტზე „100 წთ ქალაქის ქსელზე“- 2 ლარი; პაკეტი „ულიმიტო ზარები ყველა ადგილობრივ ქსელთან“ -16 ლარი. ასევე სტანდარტული ტარიფი ყველა მიმართულებით წუთი 10 თეთრი და ზარის წამოწყება 10 თეთრი.

სტანდარტულ ჰომოგენურ ინტერნეტ პაკეტებზე მოთხოვნაა ძირითადად: „700 მგბტ“ – 2 ლარად „1500 მგბტ“ - 3 ლარად , „ულიმიტო 3 საათი“ – 1 ლარად.

მოკლე ტექსტური შეტყობინების (SMS) შპს „ვიონი საქართველოს“ აბონენტები უპირატესობას ანიჭებენ სტანდარტული ტარიფით მომსახურებას.

შერეული პაკეტები: „ყვითელი მიქსი“, მოიცავს ულიმიტო შიდა ქსელს, 500 მგბტ. ინტერნეტს, 50 წუთს სხვა ქსელებში. ღირებულება - 2 ლარი;

FREEVOLUTION FREEMIUM

შპს „ვიონი საქართველოს“ აბონენტების შემთხვევაშიც ქცევა ანალოგიურია, როგორც სხვა ქსელებში. აბონენტები უპირატესობას ანიჭებენ ულიმიტო ხმოვან მომსახურებას. რაც შეეხება ინტერნეტ მომსახურებას, აქაც მოთხოვნა ძირითადად არის მცირე მოცულობის ინტერნეტ რესურსებზე, ასევე მოკლევადიან ულიმიტო ინტერნეტ რესურსებზე.

შპს „ვიონი საქართველო“ პაკეტით „წითელი მაქსი“ შპს „მაგთიკომის“ პაკეტი „მარტივი 30“-ის ანალოგიურია. წითელი მაქსი 2019 წლის ოქტომბრის თვეში გაეშვა.

<p>პაკეტი „წითელი მაქსი“</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ პაკეტის ღირებულება - 25 ლარი; ➤ მოქმედების ვადა - 30 დღე; ➤ წუთები- ულიმიტო წუთები ყველა მობილურ ოპერატორთან; ➤ SMS - ულიმიტო; ➤ ინტერნეტი - 3 GB

პაკეტი „წითელი მაქსის“-ის ფარგლებში ერთი აბონენტის მიერ მოხმარებული წუთების და MB-ის რაოდენობა საშუალოდ და პაკეტის გარეთ მოხმარებული წუთების და MB-ების რაოდენობა :

ცხრილი N17

	Q1 2020
ძირითადი პაკეტის აბონენტები	დახურულია
პაკეტის შიგნით MOU	
პაკეტის გარეთ MOU	
პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტის აბონენტები	
იმ აბონენტების წილი ვინც პაკეტის გარეთ ყიდულობს ინტერნეტს	
პაკეტის შიგნით MBOU	
პაკეტის გარეთ MBOU	

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

გამავალი წუთების განაწილება მიმართულებებად

ცხრილი N18

	Q1 2020	Q1 2020
მოხმარებული წუთების რ-ბა	დახურულია	
გამავალი - შიდა ტრაფიკი		
გამავალი - სხვა ოპერატორის მობილურ ქსელში		
გამავალი - სხვა SMP ოპერატორის მობილურ ქსელში		

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

მოთხოვნადი პაკეტი შპს „ვიონი საქართველოში“ არის FREEEVOLUTION FREEMIUM 0GEL

პაკეტი „FREEEVOLUTION FREEMIUM“-ის ფარგლებში ერთი აბონენტის მიერ მოხმარებული წუთების და MB-ის რაოდენობა საშუალოდ და პაკეტის გარეთ მოხმარებული წუთების და MB-ების რაოდენობა

ცხრილი N19

	Q1 2019	Q1 2020
ძირითადი პაკეტის აბონენტები	დახურულია	
პაკეტის შიგნით MOU		
პაკეტის გარეთ MOU		
პაკეტის გარეთ მოხმარებული ინტერნეტის აბონენტები		
იმ აბონენტების წილი ვინც პაკეტის გარეთ ყიდულობს ინტერნეტს		
პაკეტის შიგნით MBOU		
პაკეტის გარეთ MBOU		

წყარო: კომპანიის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია

ანალიზის შედეგები:

როგორც ბაზრის წინამდებარე კვლევიდან გამოიკვეთა, კომპანიები, რომლებიც მობილურ სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე ოპერირებენ, წარმოადგენენ რა მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირებს, სრულად ფლობენ აბონენტებზე ზემოქმედების ძალაუფლებას და ხშირ შემთხვევაში არ უტოვებენ მათ მათთვის სასურველი და მისაღები პირობების არჩევანის საშუალებას.

კომპანიები ხმოვანი, ინტერნეტის და SMS მომსახურებისათვის აბონენტებს სთავაზობენ ერთეული (ე.წ. სტანდარტული ტარიფით), ჰომოგენური და შერეული პაკეტებით მომსახურებას. როგორც ჩატარებული კვლევიდან ირკვევა, შემოსავლების 61% გენერირდება ხმოვანი მომსახურებიდან, სადაც აბონენტები უპირატესობას ანიჭებენ ულიმიტო შეთავაზებებს, გამომდინარე მაღალი მოხმარებიდან (MOU), შესაბამისად კრიტიკულია ულიმიტო ხმოვანი პაკეტების არსებობა ამ ბაზარზე. ამ ეტაპზე მეტი მოხმარებით გამოირჩევა ერთეულოვანი ფასით მომსახურება - ბუნებრივია რადგან აქ არ არის წუთობრივი ლიმიტი და შერეული პაკეტები, სადაც ინტერნეტთან ერთად ხშირად არის ულიმიტო წუთები. თუმცა ასეთი სახის ე.წ. ბანდლები პაკეტის მაღალი ფასითაც ხასიათდება, რაც მომხმარებლის დიდი ნაწილისთვის მომსახურების შეძენის ბარიერია, ამიტომ აბონენტების დიდი ნაწილი ერთეულოვან ხმოვან ტარიფზე რჩება. რაც შეეხება ინტერნეტ მომსახურებას, ძირითადად აბონენტები იყენებენ შერეულ და ჰომოგენურ პაკეტებს. ამასთანავე ჰომოგენური ინტერნეტ მომსახურებების ბაზარი ამ ეტაპზე საკმაოდ მაღალ არჩევანს სთავაზობს მომხმარებელს და ეს ქვე სეგმენტი შეიძლება ჩაითვალოს რომ საკმაოდ კონკურენტულია. როგორც საშუალო თვიური წუთობრივი მოხმარება გვიჩვენებს, მობილურ ხმოვან მომსახურებას ამ ეტაპზე რჩება აბსოლუტური უპირატესობა და არ არის ჩანაცვლებადი OTT თუ Voice over LTE სერვისებით, ამასვე განაპირობებს სმარტფონების შედარებით დაბალი პენეტრაცია ბაზარზე .

როგორც საცალო ბაზრის კვლევა გვიჩვენებს, შპს „მაგთიკომის“ საბაზრო წილი საცალო სეგმენტის აბონენტების მიხედვით 40%-ს აღემატება. BEREC-ის ბოლო (2018 წლის) სახელმძღვანელო დოკუმენტით (Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (2018/C 159/01) მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებული პირებისთვის მომსახურების ბაზრის სეგმენტზე 40%-ზე მეტი ბაზრის წილი განმარტებულია როგორც მაღალი რისკის ინდიკატორი, რომლის პირობებშიც აღნიშნული საბაზრო ძალაუფლება შეიძლება ბოროტად იქნას გამოყენებული. ამავე დოკუმენტის 31 მუხლის თანახმად: იმ მომსახურებების სეგმენტებზე სადაც სატარიფო რეგულაცია არ არის განსაზღვრული (და როგორც ცნობილია, საქართველოში მობილური საცალო მომსახურების სეგმენტი დღეისთვის სატარიფო რეგულაციას არ ექვემდებარება), იმისთვის რომ შემოწმდეს ხდება თუ არა დომინირებული პოზიციის ბოროტად გამოყენება, უნდა მოხდეს ე.წ. ჰიპოტეტური მონოპოლისტის ტესტით შეფასება.

კომისიის 30 აპრილის 267/9 გადაწყვეტილებით, შპს „მაგთიკომს“ დაკისრებული აქვს ვალდებულება არ დაუშვას კონკურენციის შემზღობავი ქმედებები. ამასთან ერთად, როგორც „მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრისა და კონკურენტუნარიანობის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების დამტკიცების თაობაზე“ კომისიის 2007 წლის 31 აგვისტოს #5 დადგენილების 22-ე მუხლშია განსაზღვრული,

არაკონკურენტულად მაღალი ტარიფის დაწესების და არაგონივრული მოგების მიღების შესაძლებლობების შეფასების ერთ-ერთი კრიტერიუმია ის, აქვს თუ არა ეკონომიკურ აგენტს შესაძლებლობა ურთიერთშენაცვლებად მომსახურების სახეებზე დააწესოს გაწეულ დანახარჯებთან შედარებით არაგონივრულად მაღალი ტარიფები ისე, რომ არ შემცირდეს მიღებული შემოსავლების საერთო მოცულობა (ჰიპოტეზური მონოპოლისტის ტესტის შესაბამისად).

როგორც ზემოთ ავლინებთ, შეფასებისას გასაანალიზებელია ეკონომიკური აგენტის მიერ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე საბაზრო უპირატესობის მოპოვების ხელშეწყობი ფაქტორები და მისი შესაძლებლობა ურთიერთშენაცვლებად მომსახურების სახეებზე დააწესოს არაგონივრულად მაღალი ტარიფები გაწეულ დანახარჯებთან შედარებით, ისე რომ არ შემცირდეს მიღებული შემოსავლების საერთო მოცულობა.

ურთიერთშენაცვლებადი მომსახურების სახეები გულისხმობს მომსახურების სახის, ხარისხის, საფასურის და სხვა მახასიათებლების მიხედვით ერთგვაროვან მომსახურებას, რომლებიც ფუნქციური დანიშნულების, გამოყენების თავისებურებების, ხარისხის, ტარიფების დონეებისა და სხვა სამომხმარებლო მახასიათებლების მიხედვით ერთობლიობაში იმდენად მსგავსია, რომ მომხმარებელი ცვლის ან მზადაა შეცვალოს ერთი მომსახურება მეორეთი.

ზემოთ მოყვანილი პაკეტების პირობებიდან გამომდინარე, შპს „მაგთიკომის“ პაკეტის „მარტივი 25“ სრულფასოვანი ჩანაცვლება სს „სილქნეტის“ ან შპს „ვიონი საქართველოს“ მიერ შეთავაზებული მსგავსი პაკეტებით აბონენტისათვის ძნელად მიღწევადია და ფაქტიურად შეუძლებელია.

სამივე კომპანიის სტატისტიკური მაჩვენებლებიდან გამომდინარე, ირკვევა, რომ აბონენტების ქცევა ყველა კომპანიაში იდენტურია. აბონენტებისათვის ყველაზე მისაღები და მოთხოვნილი მომსახურებაა ულიმიტო ზარები ნებისმიერ ქსელში და ინტერნეტ რესურსებთან წვდომა 1000-დან 5000 მგბტ-მდე თვეში. ამასთან ერთად, საკმაოდ მაღალია მოთხოვნა ულიმიტო ინტერნეტის მოხმარების ერთჯერად აქციებზე, როგორცაა „3 საათი“, „დღე-ღამე“, „შაბათ-კვირა“ და ა.შ. რაც შეეხება მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებს, აბონენტები ამ მომსახურებაზე იყენებენ როგორც შერეულ პაკეტებს, ასევე სტანდარტულ ტარიფებს.

ზემოაღნიშნული მომსახურებების გაანალიზების შემდეგ, განვიხილოთ სამართლებრივად რამდენად სწორად ხდება შერეული პაკეტი „მარტივი 25“-ის გაქმება და ჩანაცვლება პაკეტით „მარტივი 30“.

1) რამდენად ერთგვაროვანი და ჩანაცვლებადია ეს ორი პაკეტი: როგორც ცნობილია პაკეტი „მარტივი 25“ მოიცავს ულიმიტო წუთებს ყველა ქსელის მიმართულებით, ულიმიტო sms მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებს და ინტერნეტ მომსახურებას 1000 მგბტ. მოცულობის ოდენობით.

2) თუ გამოვიყენებთ ჰიპოთეტური მონოპოლისტის ტესტს, არსებული ტარიფის 5-დან 10%-მდე გაზრდის შემთხვევაში, საინტერესოა ექნება თუ არა აბონენტს ა) არჩევანის საშუალება ჩანაცვლოს ის სხვა ურთიერთშენაცვლებადი მომსახურების სახით და ბ) არსებობს თუ არა ბარიერები აბონენტისთვის, რათა განახორციელონ ეს ქმედება. განვიხილოთ, რამდენად არის ეს შესაძლებელი მომსახურე კომპანიის შეცვლის გარეშე განხორციელდეს. როგორც აღინიშნა, შპს „მაგთიკომი“ წარმოადგენს მნიშვნელოვანი

საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირს და 2020 წლის პირველი კვარტლის მდგომარეობით მობილური საცალო მომსახურებების ბაზარზე შემოსავლების მიხედვით უჭირავს 45% წილი, ხოლო აბონენტებით 40%-ზე მეტი. ამავე დროს, შპს „მაგთიკომი“ აკმაყოფილებს ყველა იმ მეორად კრიტერიუმებს, რაც მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების კომპანიას შეიძლება გააჩნდეს. შესაბამისად, აბონენტს არ გააჩნია საკმარისი ძალა და რესურსი თავისი ქმედებით ზეგავლენა იქონიოს კომპანიის სატარიფო პოლიტიკაზე. აბონენტს ეძლევა შესაძლებლობა აირჩიოს პაკეტი „მარტივი 24“, მაგრამ ამ შემთხვევაში მას არ ეძლევა საშუალება გამოიყენოს ინტერნეტ მომსახურება. თუ აბონენტი აირჩევს პაკეტს „მარტივი 30“-ს, იძულებული იქნება შეიძინოს მეტი ინტერნეტ რესურსი, რომელიც მისთვის საჭიროებას არ წარმოადგენს. შესაბამისად შპს „მაგთიკომი“ ვერ უზრუნველყოფს თავის აბონენტს შესთავაზოს ურთიერთშენაცვლებადი მომსახურება.

ის ფაქტი, რომ „მარტივი 30“ და „მარტივი 24“ არ შეიძლება იქნას განხილული როგორც „მარტივი 25“-ის ალტერნატიული ჩანაცვლებადი პაკეტი - დასტურდება აღნიშნულ ორ ახალ პაკეტზე მომხმარებლის დაბალი აქტივობით, კერძოდ, მიუხედავად ალტერნატიული ტარიფების შემოღებისა, აბონენტების პენეტრაცია დაბალ ნიშნულზე ნარჩუნდება მარტის და აპრილის მდგომარეობით, სადაც „მარტივი 30“ პენეტრაცია მხოლოდ % შეადგენს, ხოლო „მარტივი 24“ - %. შესაბამისად, აბონენტები ამ შეთავაზებებს არ განიხილავენ როგორც ალტერნატიულს, მიუხედავად იმისა რომ მარკეტინგული კამპანია მიმდინარეობს 2020 წლის მარტის დასაწყისიდან.

ამასთან, შპს „მაგთიკომის“ აბონენტისთვის არსებობს ბარიერები რის გამოც არნიშნული მომსახურების ჩანაცვლება ვერ ხერხდება კონკურენტი კომპანიის ქსელში გადასვლით. ასეთი ბარიერებიდან აღსანიშნავია მკვეთრად ასიმეტრიულად განაწილებული ხმოვანი ტრაფიკი და 40% ზე მაღალი ბაზრის წილი აბონენტებით, რაც ოპერატორის ცვლილებისას დამატებით გაძვირების ბარიერს წარმოადგენს. კერძოდ, სხვა ქსელში გადასვლა აბონენტს ავტომატურად გაუძვირებს ხმოვან მომსახურებას, რადგან შპს „ვიონი საქართველოში“ ან სს „სილქნეტში“ გადასვლის შემთხვევაში მას ქსელის გარეთ უფრო მეტი აბონენტი ეყოლება ვიდრე ქსელის შიგნით. შესაბამისად, გამომდინარე იქიდან, რომ ხმოვან მომსახურებებზე ტარიფები ქსელის შიგნით და ქსელის გარეთ მკვეთრად ასიმეტრიულია (ქსელის შიგნით ხშირ შემთხვევაში უფასოა ან 0.01 ლარია ხოლო ქსელის გარეთ საშუალოდ 12 თეთრია შპს „მაგთიკომის“ შემთხვევაში), აღნიშნული წარმოადგენს მნიშვნელოვან ბარიერს იმისთვის, რომ აბონენტმა შეიცვალოს ქსელი. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია შპს „მაგთიკომის“ პოზიციონირება როგორც უკეთესი მომსახურების მაღალი ხარისხის და დაფარვის უკეთესი არეალის მქონე ოპერატორის, რაც ასევე მოქმედებს აბონენტის არჩევანზე. ასევე აქტიურად უკეთებს წახალისებას ისეთ შეთავაზებებს როგორცაა უფასო საუბრები დახურულ ჯგუფებში (ტარიფი ჩემები) , 0 თეთრიანი ტარიფი საყვარელ ნომერთან და ა. შ. აღნიშნული შეთავაზებები, გამომდინარე იქედან, რომ საკმაოდ მაღალი პენეტრაციის პირობებში შპს „მაგთიკომი“ ბაზრის 40% ზე მეტს ინარჩუნებს, მნიშვნელოვანი ბარიერია ბაზრის მეორე და მესამე მოთამაშეებისთვის რომ თანაბარი კონკურენციის პირობებში იყვნენ შპს „მაგთიკომთან“. განსაკუთრებით თვალსაჩინოა აღნიშნული შეზღუდვა შპს „ვიონი საქართველო“ შემთხვევაში.

ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ 2018 წლის განცალკევებული ანგარიშის დაკორექტირებული მონაცემებით, რომლებიც ასახავს 2019 წლიდან დადგენილი LRIC ტარიფებს, შესაბამისი დანახარჯების და მოგების მარჟის გათვალისწინებით, პაკეტის „მარტივი 25“ მომსახურება მაღალი მარჟინალობით ხასიათდება და მისი გაუქმება აუცილებლობას არ წარმოადგენდა.

შესაბამისად, კომისიის შეფასებით, პაკეტის „მარტივი 25“ -ს გაუქმება და „მარტივი 30“-ს შემოღება როგორც ალტერნატიული, 20%-ით გაძვირებული ტარიფის, მიანიშნებს მომხმარებელთა მნიშვნელოვანი ნაწილისთვის სატარიფო ზეწოლაზე და დისკრიმინაციულ მდგომარეობაში ჩაყენებაზე. აქვე გასათვალისწინებელია, რომ მომხმარებელთა აღნიშნული ჯგუფი შპს „მაგთიკომის“ მთლიანი აქტიური ბაზის %-ს შეადგენს (დაახლოებით აბონენტით). კრიტიკულად მნიშვნელოვანია წინამდებარე გადაწყვეტილების დაუყოვნებლივ ძალაში შესვლა, ვინაიდან გადაწყვეტილების ძალაში შესვლის გადავადებით მნიშვნელოვნად დაზარალდება ამ აბონენტების ინტერესები.

ზემოთ მოყვანილი ყველაზე მოხმარებადი პაკეტების ანალიზი ასევე ცხადყოფს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ აბონენტისთვის შეიძლება უფრო შეღავათიანი იყოს 1 წუთის ან 1 მეგაბაიტის ღირებულება მაღალ ფასიანი - 5 ლარი და მეტი ღირებულების მქონე პაკეტებზე, აბონენტების პენეტრაცია გვიჩვენებს, რომ მომხმარებელი არჩევანს დაბალფასიან პაკეტებზე ან ერთეულოვანი ტარიფით შეთავაზებებზე აკეთებენ. ამ მხრივ ყველაზე მეტად შეზღუდულია შპს „მაგთიკომის“ შეთავაზებები ხმოვან ნაწილში, ხოლო ინტერნეტ მომსახურებების ნაწილში ულიმიტო ინტერნეტ კვირის და ულიმიტო ინტერნეტ ღამეების შემოღების შემდეგ (5 ლარი და 3 ლარი შესაბამისად) ეს ჰომოგენური შეთავაზებები მომხმარებლის კუთხით მზარდია.

ზემოთ მოყვანილი დეტალური ანალიზი ასეთი დასკვნების გაკეთების შესაძლებლობას იძლევა: მობილური ხმოვანი მომსახურებები სამივე ოპერატორის შემთხვევაში ხასიათდება არჩევანის შეზღუდვით ჰომოგენური - პაკეტური შეთავაზებების კუთხით, რაც იძულებულს ხდის მომხმარებელს, რომ არჩევანი გააკეთოს ერთეულის ფასით მიღებულ ხმოვან მომსახურებებზე, ამ ქვესეგმენტში კი დამატებით შეზღუდვას წარმოადგენს საკმაოდ მაღალი საშუალო ტარიფი და ზარის წამოწყების საფასურის არსებობა უმეტეს სატარიფო შეთავაზებებზე.

მობილური ინტერნეტით მომსახურების სეგმენტი გამოირჩევა შეთავაზებების მეტი არჩევანით სამივე ოპერატორის შემთხვევაში, თუმცა ამ სეგმენტზეც 2020 წლამდე შპს „მაგთიკომის“ შეთავაზებები და არჩევანი საკმაოდ შეზღუდული იყო და მხოლოდ ისეთი აქციების შემოღების შემდეგ გახდა არჩევანი დიფერენცირებული როგორცაა „ულიმიტო ინტერნეტ-ღამეები“ და „ულიმიტო ინტერნეტ-კვირა“.

მოკლე ტექსტური შეტყობინებების მომსახურების საცალო სეგმენტი გამოირჩევა კლებადი ტრენდით და თანმხლებ მომსახურებად შეიძლება იქნას მიჩნეული მობილური საცალო მომსახურების სეგმენტზე და არსებითად იმეორებს ხმოვანი და ინტერნეტ მომსახურებების ტრენდს მომხმარებლის არჩევანის განაწილების კუთხით.

აღნიშნული სურათი ცხადყოფს, რომ კონკურენცია საცალო შეთავაზებების სეგმენტზე შეზღუდულია, ამასვე მოწმობს საშუალო ფასების მკვეთრი დიფერენცირება ოპერატორების მიხედვით - მომსახურების სამივე სეგმენტზე და შეთავაზების (ერთეულის ფასით, ჰომოგენური და შერეული) სამივე ქვესეგმენტზე საშუალო ფასი მკვეთრად განსხვავებულია სამივე ოპერატორისთვის.

აღსანიშნავია რომ, მობილური ქსელით საცალო ხმოვანი მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შედეგების შესახებ, ასევე მობილური ქსელით ინტერნეტ მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შედეგების შესახებ კომისიის 2019 წლის 30 აპრილის 267/9 და 268/9 გადაწყვეტილებებით სს „სილქნეტი“ და შპს „მაგთიკომი“ ცნობილი არიან მნიშვნელოვანის საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირებად

ხმოვანი და ინტერნეტ მომსახურებების სეგმენტებზე. აღნიშნული გადაწყვეტილებით, სს „სილქნეტი“ და შპს „მაგთიკომი“ ვალდებული არიან არ დაუშვან კონკურენციის შემზღუდავი ქმედებები მომსახურების შესაბამის სეგმენტზე. რაც შეეხება შპს „ვიონი საქართველოს“, ამ კვლევისა და ანალიზის საფუძველზე იკვეთება შემდეგი პირველადი და მეორადი კრიტერიუმები მობილური საცალო მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე:

ავტორიზებული პირის საბაზრო წილი და მისი საერთო მოცულობა - მობილური საცალო მომსახურების სეგმენტზე კომპანიების საერთო მოცულობის შეფასებისას, ბაზარზე მათ მიერ დაკავებული საბაზრო წილის შესახებ ინფორმაცია იქნა გამოყენებული. საბაზრო ხვედრითი წილი განსაზღვრული იქნა შესაბამისი მომსახურების მიწოდებით მიღებული შემოსავლების და აბონენტების რაოდენობის მიხედვით. შესაბამისად, საბაზრო წილის განსაზღვრისას გათვალისწინებული უნდა იქნას მობილური კომპანიების მიერ საკუთარი აბონენტებისათვის შესაბამისი მომსახურების მიწოდებით მიღებული შემოსავლების და აბონენტების რაოდენობა. ასევე გათვალისწინებული უნდა იქნას მომსახურების დაფარვის მოცულობა ქვეყნის მასშტაბით, ვინაიდან აღნიშნულ ფაქტორს გადამწყვეტი მნიშვნელობა ექნება ვირტუალური ოპერატორის ქსელთან დაშვების თვალსაზრისით. მობილურ ინტერნეტ მომსახურებას ყველა მობილური ქსელის ოპერატორი საქართველოში ახორციელებს 3G და 4G ქსელების საშუალებით. 2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებით, მობილური საცალო მომსახურებით ბაზარზე 4.9 მილიონი აბონენტი სარგებლობდა. აქედან შპს „ვიონი საქართველოს“ აბონენტების წილი არის ბაზრის 25.2%. შემოსავლების თვალსაზრისით მთლიან მობილურ საცალო მომსახურებაზე შპს „ვიონი საქართველო“ შემოსავლების 18.4%-ს აგენერირებს. 2020 წლის პირველი კვარტლის მდგომარეობით მობილური ქსელის საცალო ხმოვანი მომსახურებიდან მიღებულ შემოსავლებში შპს „ვიონი საქართველოს“ წილი 15.3%-ია. ინტერნეტ მომსახურებაში 23.6%, ხოლო SMS მომსახურებაში 12.5%.

ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე 10-2 და მე 11-ე პუნქტების თანახმად :

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

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

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

მსყიდველობითი ძალაუფლების დაბალი დონე და/ან არ არსებობა - მობილური მომსახურების ბაზარზე მომსახურების არსებულ ან პოტენციურ მომხმარებლებს არ გააჩნიათ მომსახურების შეძენის ფასზე ან მომსახურების სხვა პირობების ცვლილებაზე გავლენის მოხდენის შესაძლებლობა. საცალო ბაზარზე მომსახურების მიმღებების/აბონენტების რაოდენობა იმდენად დიდია, რომ მათ მიერ მომსახურების შეძენის მოცულობიდან გამომდინარე, არც ერთ აბონენტს არ გააჩნია ისეთი ძალაუფლება,

რომ მიმწოდებელს შეაცვლევინოს მომსახურების მიწოდების პირობები მათ შორის, ტარიფები.

მასშტაბის ეკონომია - შპს „ვიონი საქართველო“ მნიშვნელოვანი მოცულობის მომსახურების მიწოდებას უზრუნველყოფს. შესაბამისად, მას აქვთ შესაძლებლობა მიაღწიოს მასშტაბის ეკონომიას, რომელიც განპირობებულია ავტორიზებული პირის მთლიანი დანახარჯების დიდი მოცულობით მიწოდებული მომსახურების ერთეულებს შორის გადანაწილებით;

ვერტიკალური ინტეგრაცია - მობილური ქსელის ოპერატორი შპს „ვიონი საქართველო“ ვერტიკალურად ინტეგრირებული ავტორიზებული პირია. შესაბამისად, მას დამოუკიდებლად შეუძლია აბონენტებისთვის მომსახურების მიწოდების უზრუნველყოფა, შეუძლია კონტროლი გაუწიოს მომსახურების მიწოდების უზრუნველყოფის პროცესს და მყისიერი რეაგირება მოახდინოს ბაზრის პოტენციურ ცვლილებებზე.

განვითარებული სადისტრიბუციო გაყიდვების ქსელი - მნიშვნელოვანია ის გარემოებაც, რომ ბაზარზე შპს „ვიონი საქართველოს“ გააჩნია საცალო გაყიდვებისა და მომსახურების საკმაოდ განვითარებული ქსელი, რომლის შექმნასაც საკმაოდ მნიშვნელოვანი რესურსი და დრო სჭირდება და რაც ასევე, კომპანიების ზრდისა და განვითარების შემზღვევად ბარიერად შეიძლება ჩაითვალოს.

ასევე აღნიშნულ სეგმენტზე იკვეთება შპს „ვიონი საქართველოს“, სს „სილქნეტის“ და შპს „მაგთიკომისთვის“ სატარიფო რეგულირებისა და ხარჯთაღრიცხვის ვალდებულების დაკისრების აუცილებლობა, რომლის ფარგლებშიც კომისია ასევე უფლებამოსილია მოითხოვოს:

ა) ავტორიზებული პირის მიერ დაწესებული ტარიფის დანახარჯებზე ორიენტირებულობის და კომისიის მიერ დადგენილი მეთოდოლოგიური წესების მოთხოვნებთან შესაბამისობის დასაბუთება;

ბ) ავტორიზებული პირის მიერ დამოუკიდებელი აუდიტორის მიერ დადასტურებული მონაცემების კომისიისთვის წარდგენა;

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად კომისიის ძირითადი ამოცანებია:

ა) ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელებითა და საშუალებებით უზრუნველყოფისა და ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების სფეროში კონკურენტუნარიანი გარემოს ჩამოყალიბება, შენარჩუნება და განვითარება;

ბ) ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების მიმწოდებელი ავტორიზებული პირების მიერ ბოლო მომხმარებლებისათვის (მათ შორის, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისათვის) ხარისხიანი მომსახურების მიწოდების, მათთვის მომსახურების ფართო არჩევანისა და სატარიფო ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა;

ამავე კანონის 29-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად კომისია უფლებამოსილია მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების

მქონე ავტორიზებულ პირს გადაწყვეტილებით დააკისროს ერთი ან რამდენიმე, ქვემოთ ჩამოთვლილი სპეციფიკური ვალდებულება:

- ა) ინფორმაციის გამჭვირვალების უზრუნველყოფის ვალდებულება;
- ბ) დისკრიმინაციის აკრძალვის ვალდებულება;
- გ) დანახარჯებისა და შემოსავლების განცალკევებულად აღრიცხვის ვალდებულება კომისიის მიერ დამტკიცებული მეთოდოლოგიური წესების შესაბამისად;
- დ) ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელის შესაბამის ელემენტებთან დაშვების ვალდებულება;
- ე) სატარიფო რეგულირებისა და ხარჯთაღრიცხვის ვალდებულება.

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის 30-ე მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტების თანახმად:

2. სპეციფიკური ვალდებულებების ძალაში შესვლის თარიღი განისაზღვრება კომისიის გადაწყვეტილებით; თუ კომისიამ არ განსაზღვრა ეს თარიღი, ავტორიზებულმა პირმა კომისიის გადაწყვეტილებით დაკისრებული ვალდებულებების შესრულება უნდა დაიწყო გადაწყვეტილების მიღების მომენტიდან.

3. კომისია უფლებამოსილია დააკონკრეტოს ამ კანონით განსაზღვრული სპეციფიკური ვალდებულებები და მათი შესრულების პირობები, აგრეთვე მომსახურების ბაზრის კვლევისა და ანალიზის შედეგებზე დაყრდნობით ცვლილებები და დამატებები შეიტანოს სპეციფიკური ვალდებულებების პირობებში.

ევრო პარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 7 მარტის 2002/22/EC ე.წ. „უნივერსალური მომსახურების დირექტივის“ მე-17 მუხლის თანახმად ეროვნულმა მარეგულირებელმა ორგანომ უნდა უზრუნველყოს სათანადო ვალდებულებების დადგენა მნიშვნელოვანი ძალაუფლების მქონე ოპერატორებისთვის, ხოლო ჩარჩო დირექტივით გათვალისწინებული ვალდებულებები უნდა ემყარებოდეს იდენტიფიცირებული პრობლემის ბუნებას და პროპორციული და გამართლებული უნდა იყოს 2002/21/EC ჩარჩო დირექტივის მე-8 მუხლით გათვალისწინებული მიზნებისთვის. დაკისრებული ვალდებულებები შეიძლება შეიცავდეს მოთხოვნებს, რომ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორმა არ დაადგინოს არაგონივრულად მაღალი (excessive) ფასები, არ შეუშალოს ხელი ბაზარზე კონკურენტის შესვლას, არ შეზღუდოს კონკურენცია მტაცებლური ფასების დაწესებით, ასევე დისკრიმინაციული მიდგომებით კონკრეტულ საბოლოო მომხმარებლებზე ან არ მოახდინოს მომსახურების შეთავაზებების არაგონივრულად კომბინირება (unreasonably bundle services). ეროვნულმა მარეგულირებელმა ორგანოებმა -იმისათვის, რომ დაიცვან საბოლოო მომხმარებლის ინტერესები, და ხელი შეუწყონ ეფექტური კონკურენციის შეიძლება მიმართონ სათანადო ზომებს როგორცაა:

- 1. ზღვრული ტარიფების დაწესება
- 2. ინდივიდუალური ტარიფების კონტროლი
- 3. ტარიფების დანახარჯზე ორიენტირებულობა ან ფასების შესადარისობა ანალოგიურ მომსახურებებზე და ბაზრებზე,

ასევე, ამავე დირექტივის პრეამბულის 26-ე პუნქტის თანახმად, რაც უფრო ეფექტურია კონკურენცია ბაზარზე, მით უფრო მეტი მომსახურების არჩევანის საშუალება ეძლევა მომხმარებელს. ბაზრის ზოგიერთ სეგმენტზე, ეფექტური კონკურენციიდან გამომდინარე, მომსახურების არჩევანის მასშტაბები განსხვავებულია. ზოგ შემთხვევაში მომხმარებელი შეიძლება მთლიანად იყოს დამოკიდებული მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორზე, შესყიდვისა და მომსახურების მიწოდების კუთხით. ზოგადად, ეფექტური კონკურენციის წახალისების მიზნით, არსებითია, რომ, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორის მიერ გაწეული მომსახურებები რეალურ დანახარჯებთან იყოს დაკავშირებული. ეფექტურობისა და სოციალური პირობების გათვალისწინებით, საბოლოო მომხმარებლისათვის დადგენილი საცალო ტარიფები უნდა ასახავდეს მომხმარებლის მოთხოვნის პირობას, აგრეთვე გონივრული დანახარჯების პარამეტრებს და ხასიათს იმ პირობით, რომ ეს არ გამოიწვევს კონკურენციის დამახინჯებას. არსებობს რისკი, რომ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე კომპანიამ იმოქმედოს სხვადასხვა გზით, შეაფერხოს ახალი ოპერატორის ბაზარზე შესვლა, ან მოახდინოს კონკურენციის მნიშვნელოვანი შეზღუდვა, მაგალითად, მაღალი ფასების დადგენით, მომხმარებლებზე სატარიფო ზეწოლით, კონკრეტული საცალო მომსახურების დივერსიფიცირებული მომსახურების სახეების სავალდებულო შეფუთვით მიწოდებით ან გარკვეული მომხმარებლისთვის დისკრიმინაციული უპირატესობის მინიჭებით. შესაბამისად, ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებს უნდა ჰქონდეთ უფლებამოსილება, სათანადო განხილვის შემდეგ, დააწესონ, გ, საცალო მომსახურებებზე შესაბამისი რეგულაციები მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე კომპანიების მიმართ.

შესაბამისად მნიშვნელოვანია, მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის მქონე მომსახურების სეგმენტებზე და ტარიფებზე სათანადო ანალიზი და შეფასება - ხდება თუ არა მომხმარებელთა უფლებების შეზღუდვა და სატარიფო ზეწოლა.

შპს „მაგთიკომმა“ 2020 წლის 25 ივნისის №20/06/25-005 წერილით (კომისიში რეგისტრაციის №შ-20-6/3283 25.06.2020) წარმოადგინა თავისი პოზიცია გადაწყვეტილების პროექტის მიმართ, რომელიც წინასწარ იყო გამოქვეყნებული კომისიის ვებ გვერდზე.

შპს „მაგთიკომის“ მოსაზრებით პროექტით წარმოდგენილი ფორმით მობილური მომსახურების საცალო ბაზარზე კომისიის ჩარევა არის კანონსაწინააღმდეგო, გაუგებარი, არაადეკვატური და გაუმართლებელი. კომისიის მიერ წარმოდგენილი პროექტი არის „აბონენტების უფლებების დაცვით“ შეფუთული გადაწყვეტილება, რომლის რეალური მიზანი არის არაკანონიერი და ტოტალური კონტროლის დააწესება ოპერატორის ნებისმიერ ქმედებაზე, რაც გარდა კანონისა ეწინააღმდეგება საბაზრო ეკონომიკის ფუნდამენტურ პრინციპებს. აღნიშნულ წერილში შპს „მაგთიკომი“ მოითხოვს კომისიამ უარი განაცხადოს მობილური მომსახურების საცალო ბაზრის რეგულირებაზე და არ მიიღოს უკანონო გადაწყვეტილება წარმოდგენილი სახით.

ამასთან ერთად, მობილური ქსელით საცალო მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე (მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება, მობილური ინტერნეტ მომსახურება და მოკლე ტექსტური შეტყობინებები) კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შესახებ წარმოდგენილ ინფორმაციის, ასევე წარმოდგენილი პროექტის გადაწყვეტილებითი ნაწილის თაობაზე თავიანთი შენიშვნები და მოსაზრებები გამოთქვას კომპანიის წარმომადგენლებმა, კერძოდ შპს „მაგთიკომის“ წარმომადგენლებმა - ლ.

გიორგაძემ, სს „სილქნეტის“ წარმომადგენლება ლ. ბუჩუკურმა, თ. ტყემელაშვილმა, შპს „ვიონი საქართველოს“ წარმომადგენელმა - ი. ესართიამ.

აზრი გამოთქვას:

კ. ბექაურმა, კომისიის თავმჯდომარემ, რომელმაც აღნიშნა, რომ მობილური ქსელით საცალო მომსახურებების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე (მობილური საცალო ხმოვანი მომსახურება, მობილური ინტერნეტ მომსახურება და მოკლე ტექსტური შეტყობინებები) კონკურენციის კვლევისა და ანალიზის შესახებ ზეპირი მოსმენა დაიწყო 2020 წლის 18 ივნისს, რომელზეც კომისიის საოქმო გადაწყვეტილებით გამოცხადდა შესვენება და მომდევნო მოსმენის თარიღად განისაზღვრა 2020 წლის 25 ივნისი. ამასთან ერთად, ძირითადი განხილვა წარიმართება დახურული სხდომის ფორმატში. სხდომის დახურვა აუცილებელი გახდა იმის გამო, რომ შპს „მაგთიკომის“, სს „სილქნეტისა“ და შპს „ვიონი საქართველოს“ მიერ ამ კვლევის ფარგლებში წარმოდგენილი ინფორმაცია ცნობილ იქნა კომერციულ საიდუმლოებად. საქმე ეხება კომპანიების სატარიფო გეგმებს, კონკრეტული პაკეტების მიხედვით მოხმარების, შემოსავლების შესახებ ინფორმაციას. სხდომის დახურული ნაწილის დასრულების შემდეგ, ღია/საჯარო სხდომის ფორმატში იქნება წარმოდგენილი კომისიის საბოლოო მოსაზრება და საოქმო გადაწყვეტილების პროექტი, რომელსაც ეყრება კენჭი. საჯარო სხდომაზე კვლევის დეტალური განხილვა აღარ იქნება, ვინაიდან კვლევა შეიცავს კონფიდენციალურ ინფორმაციას, მისი ანალიზი და დასკვნები ემყარება კომერციულ საიდუმლოებად ცნობილ ინფორმაციას.

სხდომის დახურული ნაწილის შემდეგ, **კ. ბექაურმა** აღნიშნა, რომ ზეპირი მოსმენის სხდომის ფარგლებში კომისიამ გააკეთა შესაბამისი განმარტებები კვლევის თაობაზე. იყო არგუმენტები ავტორიზებული პირების მხრიდან, რომელთა ნაწილი კომისიამ არ გაიზიარა. კერძოდ, შპს „მაგთიკომის“ მიერ წარმოდგენილი არგუმენტაციის ნაწილი. ამასთანავე, პროექტში შევიდა ერთი ცვლილება - ტარიფის ცვლილების ან გაუქმების თაობაზე სრულყოფილი ინფორმაციის მოწოდებიდან კომისია 10 სამუშაო დღის ვადაში განიხილავს საკითხს და მიიღებს გადაწყვეტილებას თანხმობის ან უარის შესახებ.

ლ. გიორგაძემ, შპს „მაგთიკომის“ კონსულტანტმა, აღნიშნა, რომ მას აინტერესებს, რამდენად გონივრულია 3 თვიანი ვადა აქციებისთვის, რადგან მისი აზრით, იმისთვის, რომ კომპანიამ სწორი დასკვნები გააკეთოს, მინიმუმ 6 თვე არის საჭირო;

კ. ბექაურმა განმარტა, რომ კომისიის გადაწყვეტილება არ ეხება კომპანიების მიერ გამოცხადებულ აქციებს. ეს ჩანაწერი გაკეთდა იმისთვის, რომ აქცია გამოყოფილი ყოფილიყო სატარიფო გეგმიდან. აქციის ვადა კომისიამ 3 თვით შემოსაზღვრა, რასაც სატარიფო გეგმა და პაკეტი არ შეეხება. აქციისთვის 3 თვე მაქსიმალური ვადაა. თვეზე მეტი ხნით თუ გრძელდება, ის აქცია აღარ არის, ის მუდმივი ტარიფია;

ლ. გიორგაძემ განმარტა, რომ სწორედ 3 თვიანი პერიოდის 6 თვემდე გაზრდას ითხოვს, ვინაიდან 3 თვე ძალიან ცოტაა აქციისთვის. მისი აზრით მინიმუმ 6 თვეა საჭირო, რომ კომპანიამ მარკეტინგულად გადაწყვიტოს, აქცია ტარიფად აქციოს თუ შეწყვიტოს. მისი წინადადებაა, რომ კომისიამ გადახედოს ამ ვადას;

კ. ბექაურმა აღნიშნა, რომ კომისიის ანალიზის (სატარიფო გეგმები, აქციები, პრაქტიკა) საფუძველზე, 3 თვიანი პერიოდი აქციისთვის საკმარისია და მაქსიმუმიცაა;

ლ. გიორგაძემ აღნიშნა, რომ მისი აზრით, მნიშვნელოვანია კომისიის მიერ დახურულ სხდომაზე გადაწყვეტილების მიღების დროს დეკლარირებული მიზნები. წარმოდგენილი პროექტით კომისია აცხადებს, რომ სურს სატარიფო ზეწოლებისგან, არაგონივრული ფასებისგან; ზემოგებებიდან და გაუმართლებელი ნაბიჯებისგან დაიცვას აბონენტები, რის საწინააღმდეგოც არაფერი აქვს, თუმცა მიაჩნია, რომ კომისიის მიდგომა არის შერჩევითი და განსხვავებული. კომისია ცდილობს იმის დაკანონებას, რის ვალდებულებაც აქამდე არ არსებობდა. ამ გადაწყვეტილებით დაკანონდება ის, რომ საცალო ბაზარზე ნებისმიერი ცვლილება კომპანიის მარკეტინგის, მისი ინტერესების შესაბამისად, კომისიასთან იქნეს შეთანხმებული, სადაც საკმაოდ მაღალია რისკი რა ტიპის გადაწყვეტილებას მიიღებს კომისია, მითუფრო, რომ არის შერჩევითი მიდგომების სამწუხარო მაგალითები;

ლ.გიორგაძემ აღნიშნა, რომ კომისია ერთ კვირაში იღებს ძალიან მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებას. კომისია ხშირად იხსენიებს საუკეთესო ევროპულ პრაქტიკას თუმცა მისი აზრით, ამ ნაწილში შეუსაბამობაა და ასეთი ტიპის ჩარევები არათუ საცალო, არამედ არცერთ ბაზარზე არ უნდა მოხდეს. მიაჩნია, რომ კომისიის ეს გადაწყვეტილება კანონთან აცდენილია, არ გამომდინარეობს კანონის შინაარსიდან და თუ რაიმე რეგულაცია არსებობს კანონმდებლის მიერ ამ მიმართულებით.

ვ. აბაშიძემ, კომისიის წევრმა, რომელმაც აღნიშნა, რომ არ ეთანხმება ლ. გიორგაძის პოზიციას, რომ ზეპირი მოსმენის ფორმატში წარმოდგენილი პროექტი არის უკანონო. მან აღნიშნა, რომ კომისიას აქვს სრული უფლებამოსილება და ვალდებულებები, წარმოდგინოს კომისიის გადაწყვეტილების მსგავსი პროექტი.

თ.ტყემელაშვილმა, სს „სილქნეტის“ კომპანიის განვითარების პროექტების დეპარტამენტის უფროსმა აღნიშნა, რომ დახურულ სხდომაზე დააფიქსირეს მოსაზრება და დასამატებელი არაფერი აქვს;

ი.ეასართიამ, შპს „ვიონი საქართველოს“ იურიდიული სამსახურის უფროსმა აღნიშნა, რომ დახურულ სხდომაზე დააფიქსირეს პოზიცია, რამდენად უნდა იყოს კომპანია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე პირად აღიარებული და ამის ხელმეორედ განმეორება არ მიაჩნია აუცილებლად;

ე. ასანიძემ, კომისიის წევრმა განაცხადა, რომ წარმოდგენილი პროექტი, მიუხედავად იმისა, რომ გასული წლის გადაწყვეტილებისაგან განსხვავებით, აღიარებს არსებულ პრობლემატიკას, ვერ პასუხობს იმ გამოწვევებს, რაც არსებობს მობილური ხმოვანი მომსახურების საცალო ბაზარზე.

კერძოდ: დანახარჯებთან შედარებით მაღალი სტანდარტული ტარიფი 24 თეთრის ოდენობით, რომელიც საკმაოდ მნიშვნელოვან წილს ქმნის მობილური კომპანიების ხმოვან შემოსავლებში. შეგახსენებთ, რომ 2019 წლის აპრილის გადაწყვეტილების მიღების დროს გაანალიზებული იქნა მათიკომის და სილქნეტის დანახარჯები წუთზე და იგი 2.4–3.2 თეთრის ფარგლებშია მოგების გათვალისწინებით. სამივე კომპანიის მიერ წარმატებით არის გამოყენებული სატარიფო გეგმები ზარის წამოწყების საფასურით. ზარის წამოწყების საფასური საკმაოდ აძვირებს ხმოვან მომსახურებას, ამის კარგი მაგალითია ვიონის მონაცემები. არის სატარიფო გეგმები, სადაც ზარის წამოწყების საფასური 10 თეთრია. ზარის წამოწყების საფასურის გამოყენების შემთხვევაში ერთის მხრივ აბონენტი შეიძლება შედიოდეს შეცდომაში მომსახურების რეალურ ღირებულებასთან დაკავშირებით, მეორეს მხრივ, როცა არ არსებობს ალტერნატიული შეთავაზება, იძულებულია ეს სატარიფო გეგმები გამოიყენოს. როდესაც მომხმარებლის გარკვეული

ოდენობისთვის არ არსებობს პაკეტების შექმნის შესაძლებლობა ხელმისაწვდომ ფასად, ამ ორი სახის სატარიფო გეგმების – 24 თეთრიანი და ზარის წამოწყების საფასურით, გამოყენებით მომხმარებელთა ის კატეგორია მნიშვნელოვნად ზარალდება, ვისაც არ აქვს არსებული მინიმალური პაკეტების შექმნის შესაძლებლობა. აგრეთვე პრობლემას წარმოადგენს შიდა ქსელის ზარების და სხვა კომპანიაზე განხორციელებულ ზარების საფასურს შორის მნიშვნელოვანი სხვაობა, რაც კონკურენციის შეზღუდვის საფუძველს ქმნის, მაშინ როდესაც ასეთ სხვაობას რაიმე ეკონომიკური საფუძველი არ აქვს LRIC მეთოდოლოგიით დადგენილი ურთიერთჩართვის ტარიფის პირობებში.

წარმოდგენილი პროექტის მიხედვით კომპანიებს ეზღუდებათ უფლება, გააძვირონ ტარიფები კომისიასთან შეთანხმების გარეშე. ივარაუდება, რომ ეს ღონისძიება დაიცავს მომხმარებელს მანამ, სანამ ბაზარზე ვირტუალური ოპერატორები შემოვლენ და მომხმარებელს ალტერნატიულ ტარიფებს შეთავაზებენ, ამასთან მაღალი ტარიფების არსებობა ვირტუალური ოპერატორის შემოსვლისთვის ხელსაყრელი პირობაა, თუმცა ვიცით, რომ კომისიის შესაბამისი გადაწყვეტილება გასაჩივრებელია სასამართლოში, კომპანიების მხრიდან მხარდაჭერა ამ მიდგომას არ აქვს. წინააღმდეგ შემთხვევაში რომელიმე მათგანის მიერ ერთი ოფერტა მაინც იქნებოდა გამოქვეყნებული; ძალიან ოპტიმისტური გათვლებითაც კი მინიმუმ მომდევნო ერთი წლის განმავლობაში ვირტუალური ოპერატორის შემოსვლა ბაზარზე არ მოხდება. ასევე არ არსებობს იმის გარანტია, რომ ეს აუცილებლად მოხდება და თან მოლოდინებს გაამართლებს.

ამ პირობებში ჩნდება კითხვა, რატომ არ უნდა მივიღოთ ისეთი გადაწყვეტილება, რომელიც მომხმარებელს დაიცავს გაუმართლებელად მაღალი ტარიფისგან და გააუმჯობესებს კონკურენტულ გარემოს. ასეთად მიმაჩნია ზედა ზღვრული ტარიფის დადგენა, არ ვგულისხმობ დანახარჯებთან მიახლოებულ ტარიფს, მხედველობაში მაქვს განხილული იქნას ზედა ზღვრული ტარიფის დადგენის შესაძლებლობა სტანდარტული ტარიფისათვის მაგალითად 10 თეთრის ოდენობით. ასეთი ოდენობა ერთის მხრივ, არ დააზარალებს კომპანიებს – ეს არის მაქსიმალური ოდენობა წუთის ღირებულებისა, რაც კომპანიებს შეთავაზებული აქვთ ისეთი პაკეტებით, რომელიც მომხმარებლის მიერ საშუალოდ მოხმარებული წუთების ოდენობას ითვალისწინებს (150 წთ). ამავე დროს, დაიცავს მომხმარებელს, რომელიც სხვადასხვა გარემოების, მათ შორის იმის გამო, რომ დღეს კომპანიების მიერ შეთავაზებული მინიმალური პაკეტის შესაძენი თანხა ერთდროულად არ აქვს ანგარიშზე, იძულებულია მაქსიმალური ტარიფით ისარგებლოს. ამავე დროს, კომპანიებს უნდა აეკრძალოთ სტანდარტულ ტარიფად ზარის წამოწყების საფასურის პირობით ტარიფის გამოყენება.

ასეთი მიდგომა ნაწილობრივ დააბალანსებს სხვა ქსელზე დარეკვის ღირებულებასა და შიდა ქსელს შორის ზარების ღირებულებას შორის სხვაობას, რაც ასევე კონკურენციული მდგომარეობის გაუმჯობესებას შეუწყობს ხელს.

ამასთან, ზედა ზღვრული ტარიფის ეს ოდენობა, თუ გავითვალისწინებთ დანახარჯების ოდენობას ერთ წუთზე, არ შეზღუდავს კომპანიების საქმიანობას და მისცემს მათ კონკურენციის შესაძლებლობას ამ ტარიფის ფარგლებშიც. აგრეთვე, არ იქნება საჭირო სატარიფო გეგმების შეთანხმება კომისიასთან, რაც გათვალისწინებულია წარმოდგენილი პროექტით.

შპს „მაგთიკომის“ მხრიდან საუბარია სუბსიდირებულ ტარიფებზე კონსოლიდირებული ტენდერის ფარგლებში. თუ სუბსიდირებას მართლაც აქვს ადგილი, ეს შესაძლებელია, რომ ხდება სწორედ ფიზიკური პირებისთვის დადგენილი მაღალი ტარიფების ხარჯზე, და ეს

ასეთ შემთხვევაში ამ კატეგორიის აბონენტების დისკრიმინაციულ მდგომარეობაში ჩაყენებაა, რაც ასევე დაუშვებელია.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ელისო ასანიძემ განაცხადა, რომ მხარს არ დაუჭეს წარმოდგენილ პროექტს, ვინაიდან იგი ერთის მხრივ არ აუმჯობესებს კონკურენციის და მომხმარებლის მდგომარეობას, ხოლო მეორეს მხრივ წარმოადგენს მნიშვნელოვან ჩარევას კომპანიების საქმიანობაში.

ვ. აბაშიძემ აღნიშნა, რომ არ ეთანხმება ე. ასანიძის მოსაზრებას, იმ ნაწილში, რომ დამატებითი რეგულაციები დაწესდეს საცალო ტარიფებზე. მთავარია ბაზარზე და კომპანიების შიგნით მომსახურებაზე მომხმარებლისათვის არსებობდეს კონკურენტული არჩევანის შესაძლებლობა, რაც საბოლოო ჯამში იძლევა კონკურენტულ პირობებსა და გარემოს სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე.

მ. ქათამაძემ აღნიშნა, რომ დღეს სატელეკომუნიკაციო ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე არსებული მდგომარეობის დარეგულირებასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილების მიღების პროცესში არ შეიძლება განხილულ იქნას მხოლოდ ერთი მხარე, ანუ კომისია და მოუწოდა ავტორიზებულ პირებს, ერთობლივი ძალისხმევით მოხდეს არსებული პრობლემების გადაჭრა.

კ. ბექაურმა აღნიშნა, რომ ამ ეტაპზე ზღვრული საცალო ტარიფის შემოღება იქნებოდა ყველაზე მძიმე ქმედება კომისიის მხრიდან, შესაბამისად არ არის მომხრე და არც ამის აუცილებლობა არსებობს, ვინაიდან ამ შემთხვევაში ეს იქნება აღიარება კომისიის მხრიდან, რომ კომისიამ ვერ შეძლო გამოეძებნა სხვა მექანიზმები, რომელიც უზრუნველყოფდა სატელეკომუნიკაციო ბაზრის განვითარებას, კონკურენციის მაღალ ხარისხს, ტარიფის ხელმისაწვდომობას, კომუნიკაციების ხარისხის გაუმჯობესებას. შესაბამისად, ეს იქნებოდა აღიარება, რომ კომისიამ ვერ შეძლო კანონით განსაზღვრული საბითუმო ბაზრის წინასწარი რეგულირებით, მიეღწია საცალო ბაზარზე კონკურენტული გარემოს ჩამოყალიბებას, რაც კომისიის ერთ-ერთ ძირითად ფუნქციას წარმოადგენს.

დღეს წარმოდგენილი პროექტით განსაზღვრული რეგულაცია არის გაცილებით მსუბუქი მექანიზმი, ვინაიდან ოპერატორებს ეძლევათ თავისუფალი მარკეტინგული სატარიფო პოლიტიკის გატარების საშუალება.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის IX თავის, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის მე-2 პუნქტის, მე-11 მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტების, მე-20 - 23-ე, 29-ე, 30-ე, 35 მუხლებისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2007 წლის 31 აგვისტო #5 დადგენილებით დამტკიცებული „მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრისა და კონკურენტუნარიანობის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების“ საფუძველზე, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ხმათა უმრავლესობით, სამი ხმა ერთის წინააღმდეგ (მომხრე: კომისიის თავმჯდომარე კახი ბექაური, კომისიის წევრები: ვახტანგ აბაშიძე, მერაბ ქათამაძე, წინააღმდეგი, კომისიის წევრი ელისო ასანიძე)

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. განისაზღვროს მობილური ქსელით მომსახურების (ხმოვანი და ინტერნეტი) საცალო ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე, საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე საქმიანობის განმახორციელებელ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირად შპს „ვიონი საქართველო“

2. მობილური ხმოვანი და ინტერნეტ მომსახურების მიწოდების ბაზრის სეგმენტზე ამ გადაწყვეტილებით განსაზღვრულ, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირს, შპს „ვიონი საქართველო“ დაეკისროს დანახარჯებისა და შემოსავლების განცალკევებულად აღრიცხვის სპეციფიკური ვალდებულება, შემდეგი კონკრეტული პირობებით:

ა) არ დაუშვას კონკურენციის შემზღუდავი ქმედებები, მათ შორის, მომხმარებელთა რომელიმე ჯგუფის სატარიფო შეღავათების სუბსიდირება სხვა ავტორიზებულ პირთა ან მომხმარებელთა ჯგუფების ხარჯზე;

ბ) კომისიის 2006 წლის 20 აპრილის N5 დადგენილებით დამტკიცებული “ავტორიზებული პირების მიერ ხარჯთაღრიცხვისა და დანახარჯების განცალკევებულად განაწილების მეთოდოლოგიური წესების“ მიხედვით მომზადებული ყოველწლიური შემოსავლების და დანახარჯების განცალკევებული აღრიცხვის ანგარიშის კომისიაში წარმოდგენა;

3. მობილური ქსელით მომსახურების (ხმოვანი და ინტერნეტი) საცალო ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე, ამ გადაწყვეტილებით და კომისიის 2019 წლის 30 აპრილის 267/9 და 268/9 გადაწყვეტილებებით განსაზღვრულ, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირებს, ამავე გადაწყვეტილებებით განსაზღვრულ გეოგრაფიულ საზღვრებში, დაეკისროთ სატარიფო რეგულირებისა და ხარჯთაღრიცხვის ვალდებულება შემდეგი კონკრეტული პირობებით:

ა) მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე პირი ვალდებულია მის მიერ ელექტრონული საკომუნიკაციო მომსახურების მიწოდებისას დაწესებულმა ტარიფმა უზრუნველყოს ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში გრძელვადიანი და ქმედუნარიანი კონკურენცია, ბოლო მომხმარებლების ეკონომიკურად ხელმისაწვდომი და ხარისხიანი მომსახურება, არ დაუშვას მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტებზე არაგონივრულად მაღალი ტარიფების დაწესება ან სატარიფო ზეწოლა.

ბ) მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე პირი ვალდებულია წინამდებარე გადაწყვეტილების ძალაში შესვლის დროისთვის მოქმედი ნებისმიერი ტარიფის, პაკეტის ან/და შეთავაზების ცვლილება ან /და გაუქმება (გარდა აქციის ფარგლებში 3 თვეზე ნაკლები ვადით გაკეთებული შეთავაზებებისა) წინასწარ შეათანხმოს კომისიასთან, შესაბამისი დასაბუთებით. ამასთანავე, საჭიროების შემთხვევაში, კომისია უფლებამოსილია გამოითხოვოს დასაბუთების ნაწილში შესაბამისი ხარჯთაღრიცხვა და ცვლილებასთან

დაკავშირებული სხვა ინფორმაცია. კომისია ვალდებულია მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე პირების მიერ სრულყოფილი ინფორმაციის წარმოდგენიდან არაუგვიანეს 10 სამუშაო დღის ვადაში მიიღოს შესაბამისი გადაწყვეტილება.

4. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს კომისიის სხდომაზე გამოცხადებისთანავე;
5. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო.ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის შპს „მაგთიკომისთვის“, სს „სილქნეტისთვის“ და შპს „ვიონი საქართველოსთვის“ გაგზავნა და კომისიის ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება;
6. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64) მხარეებისთვის გადაწყვეტილების დამოწმებული ასლის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში.
7. გადაწყვეტილების შესრულებაზე კონტროლი დაევალოს კომისიის აპარატის სატელეკომუნიკაციო ბაზრის რეგულირების დეპარტამენტს (ე. იმედაძე).

კახი ბექაური

თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე

წევრი

ელისო ასანიძე

წევრი

მერაბ ქათამაძე

წევრი

