

6. ОБЩЕСТВЕНИ ДАЛЕКОСЪОБЩИТЕЛНИ МРЕЖИ ЗА ПЕРСОНАЛНО ПОВИКВАНЕ

През 2001 г. ДКД прелицензира четирите оператора на обществени далекосъобщителни мрежи за персонално повикване с предоставяне на услуги, които дотогава извършваха дейността си на базата на лицензии, издадени от Комитета по пощи и далекосъобщения. Мрежите на два от тях – “Мобипейдж” и “Линк пейдж”, са с национално покритие, а на другите два – “Скортел” и “Ди-Ва”, са с местно покритие (за София-град). Всички мрежи са изградени по Протокол – код за персонално радиоповикване (POCSAG), съгласно Препоръка М.584-2 на ITU-R. През годината няма подадени заявления от други лица за лицензиране на такива мрежи.

В рамките на издадената ѝ индивидуална лицензия, БТК ЕАД продължава да предлага обществени услуги чрез изградената на базата на RDS технология мрежа за персонално повикване. Повечето от абонатите на мрежата са служебни лица.

По информация от неофициални източници през 2001 г. националният оператор “Глобъл енд Джордан” ООД, работещ под търговското наименование “Линк – комуникационни системи”, е преустановил предоставянето на услуги към своите абонати, без да е прекратил официално дейността си. Извършат се проверки от Главна дирекция “Контрол на далекосъобщенията”, въз основа на които КРС ще вземе решение относно лицензията на “Глобъл енд Джордан” ООД.

Анализът потвърждава тенденцията към постепенно свиване на пазара на пейджинг услугите поради силно намалялото потребителско търсене и заместването им от SMS услугата, предлагана от операторите на мобилни клетъчни мрежи.

Общата сума на приходите от пейджинг услуги възлиза на 1,850,432 лв. и представлява едва 40% от реализираните приходи през 2000 г. Броят на абонатите на мрежите за персонално повикване също е спаднал драстично в сравнение с миналата година – с 50%, до около 29 000 (домашни и служебни абонати). През този период само водещият национален оператор “Мобипейдж” (Радиотелекомуникационна компания ООД) е загубил 55% от абонатите си.

Поради изчерпването на възможностите за разширяване на обхвата на предлаганите услуги посредством мрежите за персонално повикване, операторите прилагат главно ценови стратегии за задържане на все по-стесняващия се кръг потребители. През 2001 г. “Мобипейдж” намали месечните такси със 17%. Софийският оператор “Скортел пейджинг” предлага промоционални пакети с ценови отстъпки за количества закупени пейджъри и предплатени абонаментни такси.

На фона на очерталата се пазарна картина обемът на вложените в мрежите за персонално повикване инвестиции от едва 7,000 лв. е логичен, и показва прогресивно намаляващата рентабилност от този вид далекосъобщителна дейност.