

11. УСЛУГИ ЗА ДОСТЪП ДО ИНТЕРНЕТ

СЪДЪРЖАНИЕ

- 11.1. Развитие на пазара на Интернет услуги
- 11.2. Доставчици на Интернет услуги
- 11.3. Качество на Интернет услугите
- 11.4. Цени на Интернет услугите

11.1. РАЗВИТИЕ НА ПАЗАРА НА ИНТЕРНЕТ УСЛУГИ

Според действащото законодателство, услугите за достъп до Интернет се предоставят в свободен режим (чл. 9, ал. 4, т. 2 от Наредба №13 на Министерството на Транспортa и Съобщенията, ДВ бр. 48 от 2001 г.). Отсъствието на регулиране, дори под формата на регистрационен режим, затруднява както защитата на потребителите, така и набирането и обработката на официални данни за развитието на този сегмент от пазара на далекосъобщителните услуги. Опитът да бъде получена информация от доставчиците на Интернет услуги (ДИУ) на основание чл. 33, ал. 1 от ЗД също не даде резултат. Трябва да се подчертае, че в изследване на Cullen International (от март 2002 г.) за страните – кандидатки за членство в ЕС, само в България ДИУ работят на свободен режим. В останалите страни се прилагат различни лицензионни режими или режими на регистрация, което обаче не ограничава тяхната търговска дейност.

Поради посочените причини всички данни и оценки за състоянието на пазара на Интернет услуги в България се базират на проучвания на независими български и чуждестранни агенции и трябва да се разглеждат като неофициални.

За обема на този пазар у нас отсъстват представителни изследвания. В ограничения брой публикации има съществени количествени различия. Част от дейността на големите ДИУ е свързана с предлагането на информационни услуги, което не се смята за далекосъобщителна дейност. Оценката за обема на пазара варира в твърде широки граници - от 100 до 150 милиона лв. Ръстът на обема на продажбите спрямо 2000 г. се оценява на около 40%.

Неточни са и данните за обема на инвестициите, вложени през годината в този пазарен сегмент. Според някои от публикациите обемът на инвестициите възлиза на не повече от 2% от общия обем за далекосъобщителния сектор.

Характерни показатели, използвани за международен сравнителен анализ на развитието на Интернет пазара, са брой потребители, проникване (брой потребители на Интернет услуги на 100 жители или на 100 домакинства), общ брой хостове (от най-горно ниво), брой хостове на 100 жители, брой ДИУ.

За страните - членки на ЕС, е характерен среден темп на нарастване на потребителите от порядъка на 40% през 2001 г. в сравнение с 2000 г. По този показател най-бързо се е разраствал Интернет пазарът в Испания, Франция и Португалия. В таблица 9 е посочен броят на потребителите на услуги за достъп до Интернет в Европейските страни.

**Брой потребители на услуги за достъп до Интернет в Европейските държави
(в хиляди)**

Таблица 9

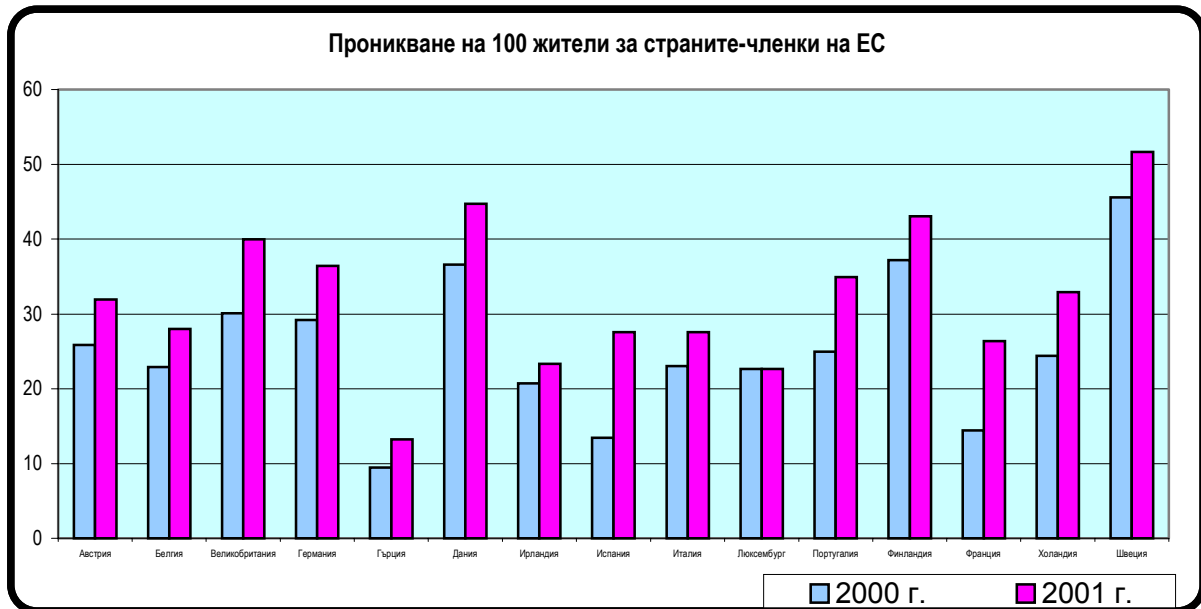
Държава	2000 г.	2001 г.
Страни-членки на ЕС		
Австрия	2,100	2,600
Белгия	2,326	2,881
Великобритания	18,000	24,000
Германия	24,000	30,000
Гърция	1,000	1,400
Дания	1,950	2,400
Ирландия	784	895
Испания	5,388	16,000
Италия	13,200	16,000
Люксембург	100	100
Португалия	2,500	3,600
Финландия	1,927	2,235
Франция	8,500	15,653
Холандия	3,900	5,300
Швеция	4,048	4,600
Страни – кандидатки за членство в ЕС		
България	430	916
Естония	392	430
Кипър	120	150
Латвия	150	236
Литва	225	297
Малта	51	99
Полша	2,800	3,800
Румъния	800	1,000
Словакия	625	650
Словения	300	600
Турция	2,000	2,500
Унгария	715	1,480
Чешка република	1,100	2,800

Източник: International Telecommunications Union (<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/>)

Броят на потребителите на Интернет услуги в страните-кандидатки за членство в ЕС е значително по-малък. Над 100% нарастване на обема на пазара по този показател се отбелязва в Чешката Република, България, Унгария и Словения. Средният темп на нарастване на потребителите на услуги за достъп до Интернет в държавите - кандидатки за членство, е около 60%.

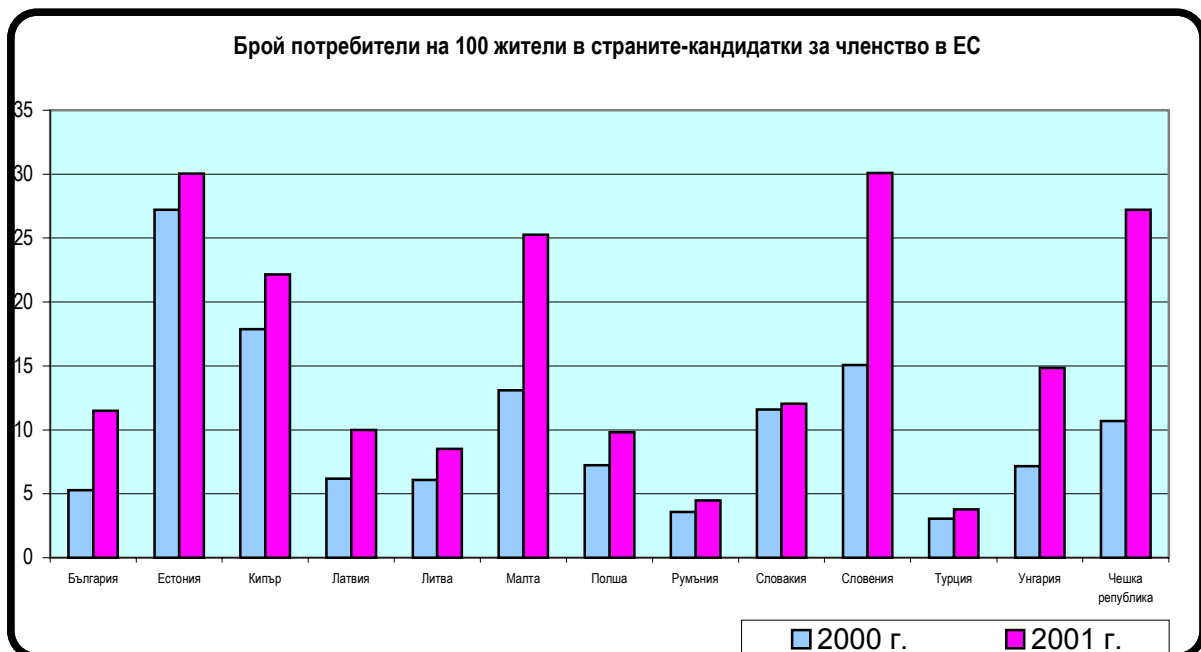
По-точен показател за развитието на Интернет пазара е проникването на услугите, измервано чрез броя на потребителите на 100 жители. Със средно проникване от около 16% страните-кандидатки за членство в ЕС, значително

изостават от държавите в Съюза. Най-високи стойности на проникване са характерни за пазарите на Словения, Естония, Чешка Република, Малта и Кипър, за някои от които и темпът на нарастване е най-висок. За страните-членки на ЕС проникването е средно 32,3 потребители на сто жители и варира от 13% - за Гърция, до около 50% - за Швеция.



Източник: International Telecommunications Union (<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/>)

Фиг. 26



Източник: International Telecommunications Union (<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/>)

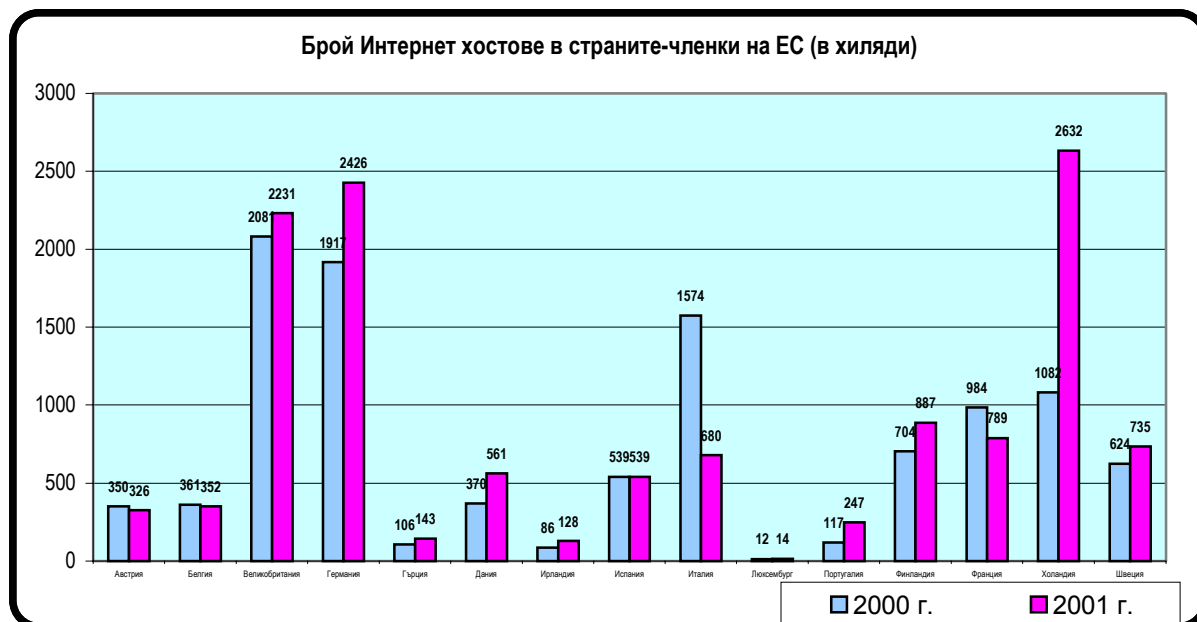
Фиг. 27

Българският Интернет пазар се развива динамично. Според проучвания на маркетингови и социологически агенции за общия брой потребители, независимо от използваните от тях начини и място на достъп до Мрежата, за по-малко от една година броят им се е увеличил от около 580 000 до около 970 000 (към края на месец март 2002 г.), т.е. с над 66%.

Според проучване на GfK България (изследването е национално представително за хората на възраст над 15 години), към декември 2001 г., достъп до Интернет има 14% от изследваното население, а потребителите са 12%. От тях 52% осъществяват достъпа до Мрежата от Интернет клубове, а от дома и от работното си място - съответно 22% и 25%. 24% от потребителите сърфират в Интернет ежедневно, а 38% - по няколко пъти седмично.

Вторият показател за оценка на Интернет пазара и проникването на Интернет услугите е броят на Интернет хостовете, т.е. компютрите, директно свързани към Интернет със собствен IP адрес и двупосочен достъп към останалите възли на Мрежата. Въпреки че хостовете варират от единичен настолен компютър до мощни сървъри, действащи като множество "виртуални" хостове, този показател също се използва в оценките за ръста на Интернет. Данните, които са цитирани за хостовете, отразяват кодовете за съответната страна на областта от най-горно ниво (ccTLD), например .bg – за България, .hu – за Унгария и др. Не са отразени областите .com, .org и .net, поради трудностите при определянето на тяхното географско разположение и липсата на данни.

Данните за броя на Интернет хостовете в страните-членки на ЕС и в държавите-кандидатки за членство в Съюза, са показани на фиг.28 и фиг.29.



Източник: ITU; Internet Software Consortium (<http://www.isc.org>)

Фиг. 28

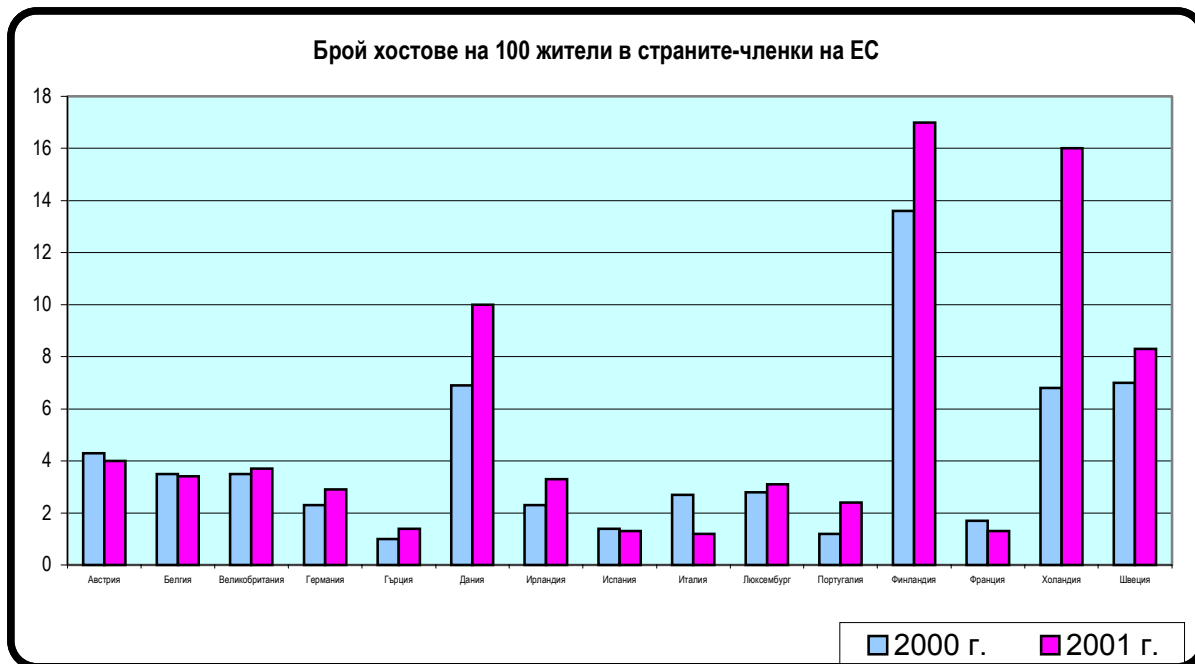


Източник: ITU; Internet Software Consortium (<http://www.isc.org>)

Фиг. 29

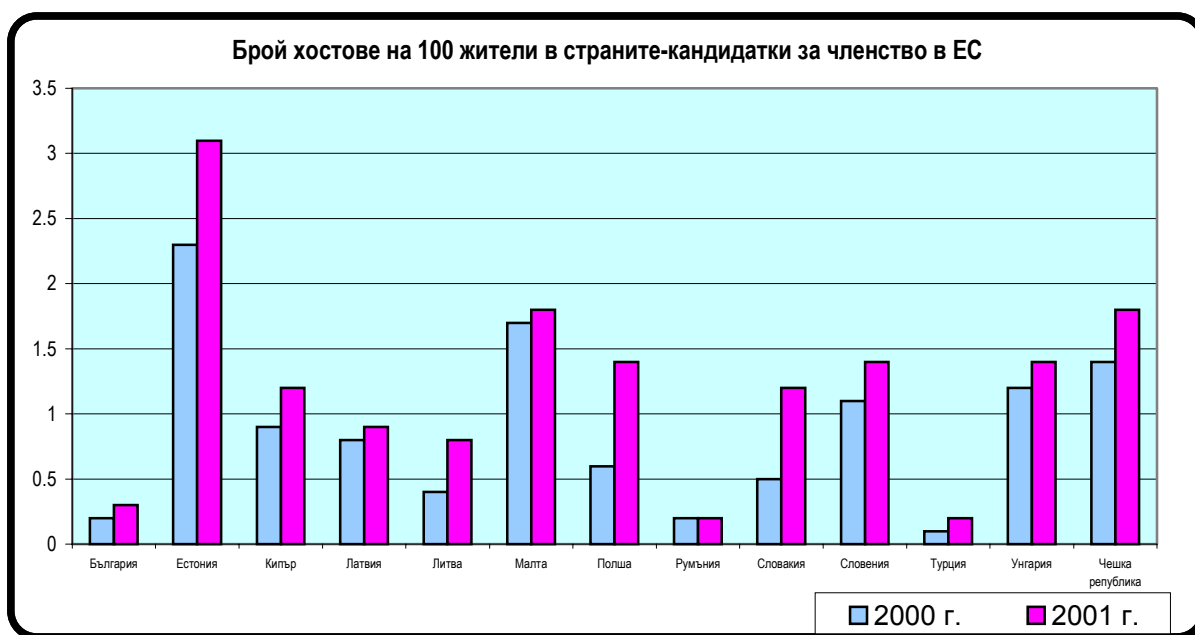
Броят на Интернет хостовете със съответен национален TLD е най-голям във Великобритания, Холандия и Германия, като в Холандия те нарастват с най-висок темп – около 140%. От страните-кандидатки за членство в ЕС, водещи по този показател са Полша, Чешката република и Унгария. България се нарежда на 10-то място, а по темп, с който нараства броят на Интернет хостовете – на 6-то място.

Като по-точен показател за оценка на развитието на Интернет пазара може да се разглежда броят на хостовете на 100 жители. По този показател – средно 1,2%, страните-кандидатки за членство в ЕС, също изостават от държавите в Съюза. Най-високите му стойности са в Естония, Малта и Чешката република. България се класира на 11-то място, а по темп на нарастване – на 5-то място. За страните-членки на ЕС средната стойност на този показател е около 5,3% и варира от 1,2% - в Италия, до 17% - във Финландия.



Източник: ITU; Internet Software Consortium (<http://www.isc.org>)

Фиг. 30



Източник: ITU; ISPO (<http://www.europa.eu.int/ISPO/ESIS/default.htm>)

Фиг. 31

България е сред страните с относително слабо проникване на Интернет услугите както от гледна точка на броя на потребителите, така и по показателя брой хостове на 100 жители. Ниската степен на проникване на Интернет у нас (и в

домакинствата, и в предприятията и фирмите) е една от предпоставките за развитието на този пазар. Тя, обаче, трябва да се разглежда обвързано с други фактори, като покупателна способност на населението, брутен вътрешен продукт на глава от населението и др.

11.2. ДОСТАВЧИЦИ НА ИНТЕРНЕТ УСЛУГИ

Започналият през 2000 г. процес на реструктуриране на пазара и консолидиране на доставчиците се задълбочи през разглеждания период. Спектър Нет АД, в която собственик на част от акциите е австрийската Euroglobe, продължи политиката си присъединява по-малки, но не и твърде слаби доставчици. Пример за това е изкупуването на дяловете на ПроСофт Холдинг в ПроЛинк. За да бъде по-атрактивна за инвеститорите, БТК ЕАД стана 100% собственик на ГУКИС като изкупи акциите на Глобал Уан за 500 000 USD. Преименувана като БТК НЕТ ЕООД, фирмата обслужва корпоративните клиенти на БТК ЕАД и ДИУ, а (от началото на 2002 г.) и клиентите на БТК ЕАД за некомутируем достъп до Интернет. Като сделка на годината може да се обяви покупката на 65% от Ай Ти Ди Нетуърк от консорциума SKY VISION & TELKOOR TELECOM, който планира допълнителна инвестиция от 500 000 USD. За първи път дял от българска ИТ фирма се купува от чуждестранна фирма със същия предмет на дейност.

Реструктурирането на пазара, което е следствие на засилващата се конкуренция, предполага предлагане на по-евтини и по-качествени услуги. През 2001 г. броят на ДИУ в страната е около 170, като намалението в сравнение с предишната година е от порядъка на 15%. Относително високият брой на ДИУ, разглеждан съвместно с ниския процент на потребителите, е индикация, че пазарът на Интернет услуги в България все още не е структуриран. Повечето ДИУ (около 42% по данни до момента) са със седалище в София. С изключение на поголемите областни градове (Варна, Пловдив и Русе), присъствието на ДИУ в населените места се движи между 0,6% и 5,3% от общия брой доставчици, т.е. между 1 и 9 фирми.

Относително малко (12) са ДИУ в България от национален мащаб, които разполагат със собствени външни канали към глобалната мрежа, или имат развита мрежа от поддоставчици. По същество тези ДИУ са оператори на много добре развити обществени мрежи за предаване на данни според структурата на мрежите и услугите, които предоставят, без да имат лицензии за такава дейност. През 2001 г. ДКД не направи необходимото за да бъдат прецизирани и разграничени услугите “достъп до Интернет” и “предаване на данни”. Така се създадоха условия за неравнопоставеност между лицензираните оператори на мрежите за предаване на данни и големите ДИУ.

Новите телекомуникационни технологии в Интернет-базираните мрежи се внедряват и в България с много малко закъснение спрямо развитите страни. С минимални инвестиции се организират мрежи, насложени върху опорната инфраструктура, чрез които се предлагат услуги, алтернативни на предлаганите от БТК ЕАД. В края на годината зад фасадата на свободния режим на услугата “достъп до Интернет”, някои ДИУ започнаха предлагането на гласови услуги върху Интернет протокол (VoIP). Предлагат се атрактивни тарифи за

междуселищни и международни разговори на фона на все още небалансираните цени на БТК ЕАД. Практически този вид услуги са принципно различни от услугата “достъп до Интернет”.

В страните от ЕС операторите на услугите VoIP са дефинирани като оператори на обществено достъпни телекомуникационни услуги и са лицензирани като оператори на мрежи за гласови услуги или оператори на мрежи за пренос на данни. Поради развиващия се пазар на услугите VoIP и голямата им обществена значимост, през 2003 г. ЕС предвижда да въведе единна регулаторна рамка.

11.3. КАЧЕСТВО НА ИНТЕРНЕТ УСЛУГИТЕ

Като показатели за качеството на Интернет услугите се използват: капацитетът на международната свързаност, скоростта и видът на каналите - външни и вътрешни (т.е. към доставчик от по-горно ниво в България), съотношението “брой абонати към брой инсталирани модемни портове” (смята се, че пределът на това съотношение е 15:1) и др.

Изискванията за качеството на услугите са обект на лицензиите и Общите условия на договорите между далекосъобщителните оператори и ползвателите на услуги. ДИУ са на свободен режим и регулаторният орган не наблюдава качеството на услугите.

Поради липса на точни данни за броя на абонатите в България и за броя на входните точки, не може да се определи основния показател - съотношението общ брой абонати към брой инсталирани модемни портове. Но се налагат изводите за недостатъчен брой модемни портове и труден достъп.

Съгласно данните, капацитетът на свързаност на България към международната мрежа през 2001 г. е нараснал с повече от 40%. Основната част от трафика се маршрутизира през БТК ЕАД, която осигурява наземен преносен капацитет 79 Mbit/s. 18 ДИУ са обявили, че разполагат със собствени външни канали към международни доставчици, но проверка на маршрутизирането на входящия трафик сочи, че реално те са 10. Според обявените от ДИУ капацитети на връзките, сумарната международна свързаност на пазара на Интернет услуги е към 190 Mbit/s, като наземните симетрични връзки са с капацитет 87 Mbit/s.

В ЕС се правят и сравнения за широколентов (DSL), кабелен и безжичен достъп до Интернет, но у нас тези услуги все още не са навлезли широко на пазара.

Основният пакет предлагани услуги от българските ДИУ включва достъп до Интернет (комутируем или некомутируем) и ползването на електронна поща. Услугите с добавена стойност - информационни и справочни услуги, електронна търговия и разплащания, Интернет маркетинг и реклама - не могат да се наложат заради ограничения брой потребители и липсата на търсене.

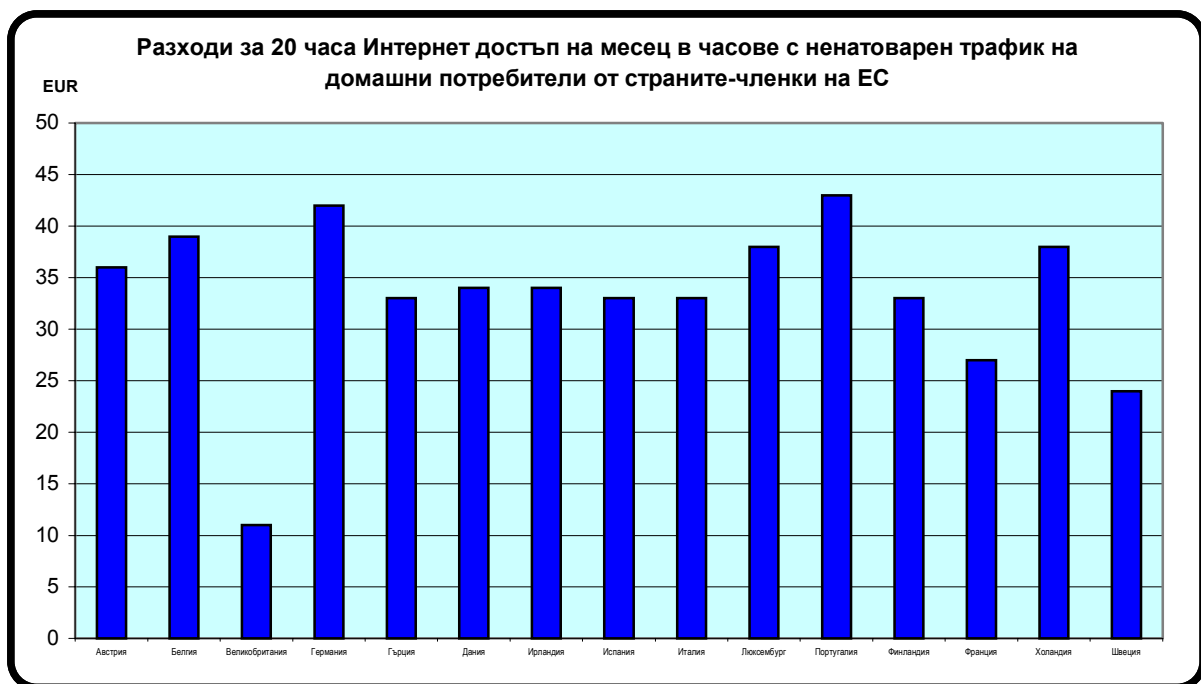
11.4. ЦЕНИ НА ИНТЕРНЕТ УСЛУГИТЕ

В информацията за Интернет пазара в страните-членки на ЕС, таксуването на достъпа до Интернет се представя подробно като сума от няколко компонента:

месечен абонамент и такса за потребление на телефонна услуга от далекосъобщителния оператор, месечен абонамент за ползване и такса за потребление (според тарифата – използвано време или обем за трафик) на Интернет услуга от ДИУ. Тарифите са различни в отделните страни и за отделните ДИУ.

На фиг.31 са показани месечните разходи за комутируем достъп до Интернет на домашни потребители, разчетени за 20 часа месечно потребление в часове с ненатоварен трафик за страните – членки на ЕС. Те включват следните елементи:

- месечен абонамент за телефонни услуги;
- разходи за потребление на телефонни услуги – осъществяване на 20 връзки с продължителност по 1 час;
- месечен абонамент, ако се предлага, за достъп до Интернет по предлагана най-ниска цена;
- разходи за Интернет потребление по време (20 часа) по предлагана най-ниска цена;
- данъчно облагане – ДДС.



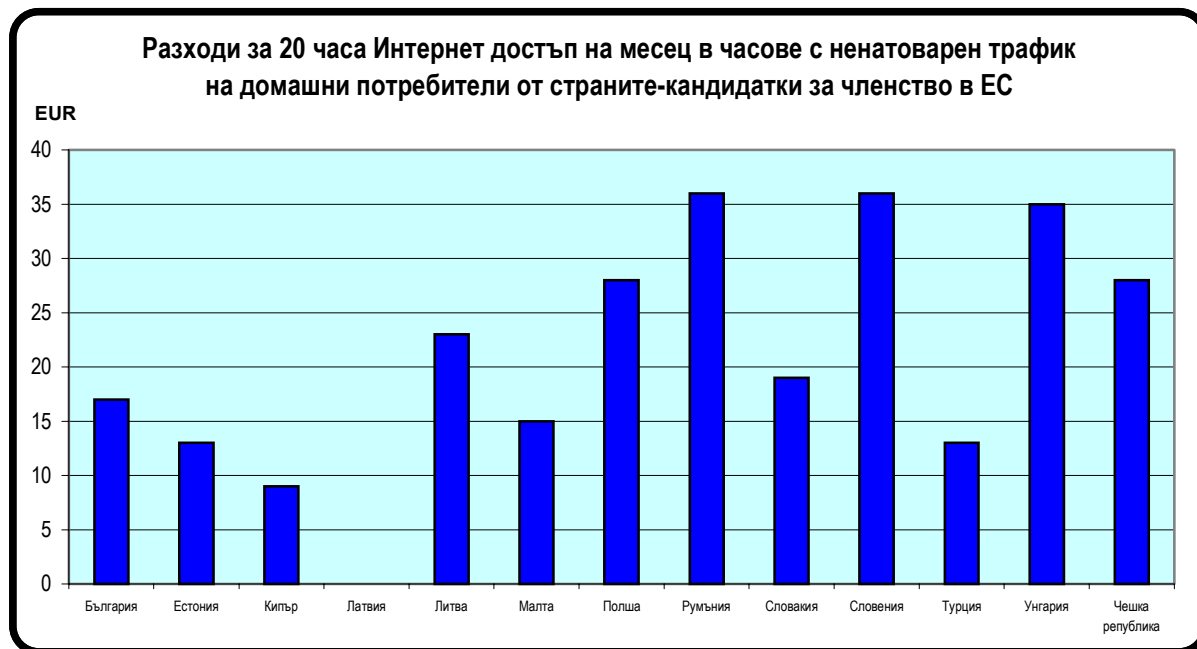
Източник: EC, Seventh Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package

Фиг. 32

Най-ниски са разходите за 20-часов достъп до Интернет на месец на домашните потребители във Великобритания, Швеция и Франция.

На фиг. 32 са представени разходите за комутируем достъп до Интернет, осъществяван от домашни потребители в страните-кандидатки за членство в ЕС. Изчисляването им е базирано на посочените по-горе елементи за държавите-

членки на ЕС, като месечният абонамент и разходите за Интернет потребление са по най-ниските цени, но на основния национален далекосъобщителен оператор.



Източник: EC, Monitoring of EU Candidate Countries, 2001 (Telecommunication Services Sector)

Фиг. 33

За Латвия липсва информация. Най-ниски са разходите за 20-часов достъп до Интернет на месец на домашните потребители в Кипър, Естония и Турция. За България те са около средната стойност за разглежданата групата държави. Като цяло, разчетените при представените ограничителни условия разходи на домашните потребители в страните-кандидатки за членство в ЕС, са по-ниски от нивата в държавите от Съюза.

Два са факторите, които като цяло влияят за намаляване на средната пазарна цена на час за потребление на Интернет достъпа: засилената конкуренция на ограничени пазар у нас и предлагането на достъп с Интернет карти. Голяма част от потребителите ползват Интернет карти, което изключва необходимостта от договор с ДИУ и съответните ежемесечни плащания, но пък не гарантира качествени услуги.

Таксуването на достъпа, извън Интернет услугите, се извършва от БТК ЕАД. Потребителите на Интернет услуги нямат възможност за избор на далекосъобщителен оператор заради изключителните права на БТК ЕАД до края на 2002 г.

Българските ДИУ предлагат достатъчно голям избор на абонаментни схеми и възможности за разплащане, но не и отстъпки за обем потребление. Отстъпки обикновено се предлагат при предплащане на услугите (например продажбата на Интернет карти).