

СЪДЪРЖАНИЕ:

5. Мобилни клетъчни мрежи и услуги	66
5.1. Участници и пазарна конкуренция	66
5.2. Инфраструктура на мобилните клетъчни мрежи	67
5.3. Развитие на пазара на мобилни телефонни услуги	67
5.4. Услуги	75
5.5. Качество на обслужване	78
5.6. Цени и ценова политика	79

5. Мобилни клетъчни мрежи и услуги

5.1. Участници и пазарна конкуренция

Към края на 2005 г. на пазара на мобилни клетъчни мрежи и услуги търговска дейност извършват три цифрови оператора, работещи по стандарт GSM - "МОБИЛТЕЛ" ЕАД с търговско наименование "М-ТЕЛ", "КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД с търговско наименование "ГЛОБУЛ" и „БТК МОБАЙЛ“ ЕООД с търговско наименование „ВИВАТЕЛ“, както и един оператор на аналогова мобилна мрежа по стандарт NMT - "РТК" ЕООД с търговско име "МОБИКОМ".

През годината "М-ТЕЛ" запази лидерска позиция на пазара при продължаващо засилване на пазарното присъствие на втория мобилен оператор "ГЛОБУЛ" и затихваща функционалност на аналоговия оператор „МОБИКОМ“. Третият GSM оператор „ВИВАТЕЛ“ стартира търговска дейност през ноември 2005 г. С появата на нов играч на пазара на мобилни мрежи и услуги възникват предпоставки за сериозна динамика и преразпределение на пазарните дялове между операторите в сектора.

През 2005 г. бяха извършени промени в собствеността на компаниите, осъществяващи дейност на пазара. В началото на годината БТК АД придоби изцяло собствеността върху аналоговия мобилен оператор „МОБИКОМ“, закупувайки остатъчния пакет от дяловете на дружеството от "Кейбъл и Уайърлес" (49%) и от „Радиоелектронни системи" (12%). През юни бе финализирана сделката по придобиването на 100% от капитала на "МОБИЛТЕЛ" ЕАД от австрийската телекомуникационна компания „Телеком Аустрия" на обща стойност по пазарна капитализация 1,6 млрд. евро. През август гръцката компания ОТЕ, която е собственик на „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД, подписа споразумение за продажба на 100% от дяловете си в българския оператор на своето мобилно подразделение Cosmote срещу 400 млн. евро.

В началото на 2005 г. КРС стартира процедура за лицензиране на оператори на UMTS мрежи. UMTS технологията осигурява значително по-висока скорост на преноса на данни и предлага на абонатите на мобилни мрежи редица допълнителни приложения като видеотелефония, мобилна телевизия, електронно банкиране и други. След организиран публичен търг с тайно наддаване Комисията издаде три лицензии за изграждане на мобилни мрежи по стандарт UMTS: една лицензия от клас А (2 x 10 + 5 MHz) на "МОБИЛТЕЛ" ЕАД и две лицензии от клас Б (2 x 5 + 5 MHz) - на „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД и БТК АД. Съгласно заложените темпове за развитие на мрежите, първите мобилни услуги от трето поколение трябва да се появят на пазара най-късно до две години след влизането в сила на лицензията, като "МОБИЛТЕЛ" ЕАД има задължение да покрие за този срок до 20 % от населението, а БТК АД и „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД - до 15 %.

Очаква се през 2006 г. да започне търговското предоставяне и на услуги по обществена далекосъобщителна мрежа по стандарт TETRA⁴⁹. TETRA мрежата е дигитален наследник на аналоговите публични радиомрежи и позволява пренос на глас и данни, справочни и други услуги при по-голяма сигурност на връзката в сравнение с GSM мрежите (криптиране срещу подслушване и защита срещу претоварване на мрежата), както и възможност трафикът да се управлява от диспечерски център и при нужда някои връзки да получават приоритет. Услугите, предоставяни по TETRA мрежи, не конкурират директно услугите, насочени към крайните потребители на GSM мрежите; те са насочени предимно към големи компании, държавни ведомства и

⁴⁹ Trans European Trunked Radio

служби за сигурност. В този смисъл, операторът на ТЕТРА мрежа може да конкурира действащите мобилни оператори в сегмента на големите корпоративни клиенти.

5.2. Инфраструктура на мобилните клетъчни мрежи

В табл. № 4 са посочени основните параметри на развитие на инфраструктурата на цифровите мобилни клетъчни мрежи.

Таблица № 4

оператор показател	М-ТЕЛ			ГЛОБУЛ			ВИВАТЕЛ
	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2005 г.
покрытие по територия	96,10%	96,15%	97,90%	76,92%	84,94%	96,44%	51,76%
покрытие по население	99,36%	99,38%	99,70%	95,28%	98,20%	99,66%	85,40%

Източник: Данни, подадени в КРС

Продължаващото нарастване на броя на базовите станции и клетките на цифровите оператори създава необходимите условия за подобряване на качеството на услугите. По отношение на показателите покритие по територия и по население, „М-ТЕЛ” и „ГЛОБУЛ” са със съизмеримо покритие – почти 100% по население и над 96% по територия. Изградената инфраструктура на БТК позволи на третия GSM оператор да стартира с висок процент на национално покритие по население от 85%.

5.3. Развитие на пазара на мобилни телефонни услуги

Динамика на развитие на пазара

През 2005 г. пазарът на мобилни мрежи и услуги в България продължи да се развива интензивно. Запазва се тенденцията към разрастване на сегмента на мобилната телефония за сметка на фиксираната.

Общите приходи на сектора на мобилни услуги възлизат на 1,5 млрд. лв. и са нараснали с 22% за едногодишен период. Следва да се отбележи, че темпът на нарастване на водещия сегмент от далекосъобщителния пазар се запазва за втора поредна година.

Броят на абонатите на мобилни услуги бележи ръст от 32% спрямо края на 2004 г., като достигна 6 240 933⁵⁰ в края на годината.

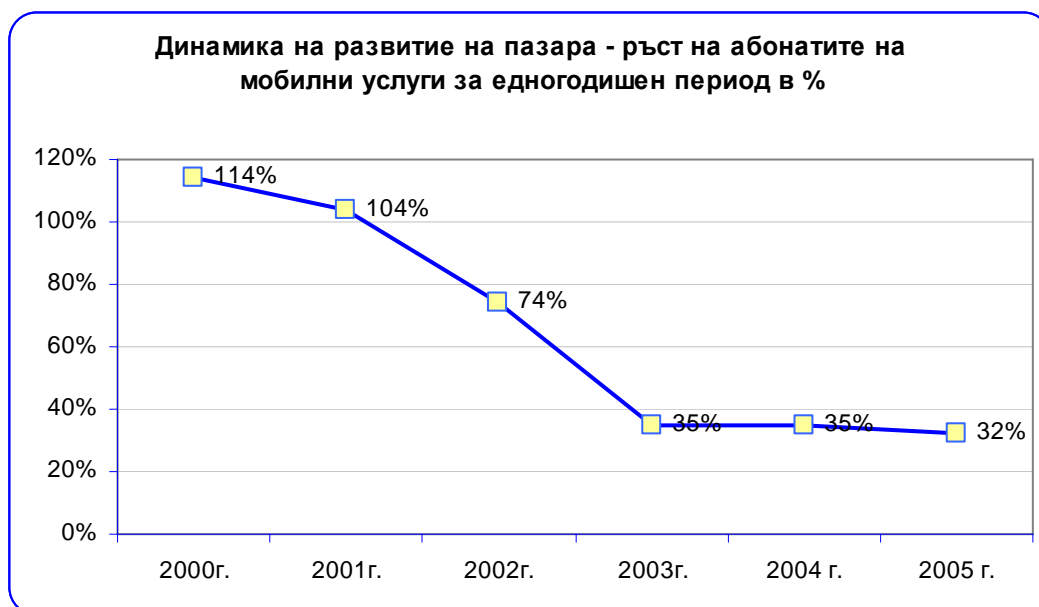
⁵⁰ Брой на активни абонати по договор и активирани предплатени карти (при срок на валидност 12 месеца)



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 62

Както е видно от фиг. 63, годишният темп на нарастване на абонатите на мобилни услуги се стабилизира. Това е резултат от динамичното развитие на мобилния пазар у нас през последните няколко години и постепенното му насищане. Положителният импулс от очакваното навлизане на нов конкурент на пазара може да предизвика краткосрочно увеличаване на темповете на растеж, но като цяло в средносрочен период очакваме да се отрази преди всичко върху преразпределението на пазарните дялове сред съществуващите абонати.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 63

Мобилна телефонна плътност

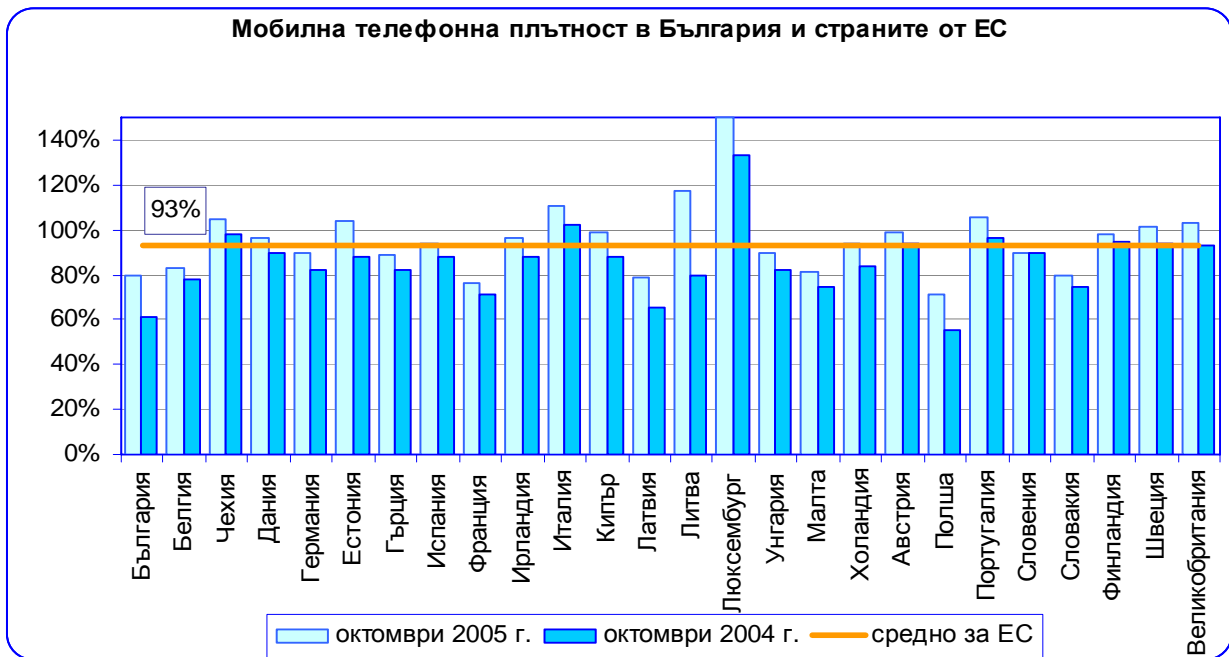
Прогресивното нарастване на показателя „мобилна телефонна плътност” (мобилни абонати на 100 жители), наблюдавано на пазара на мобилни услуги в България през последните години, е представено на фиг. 64.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 64

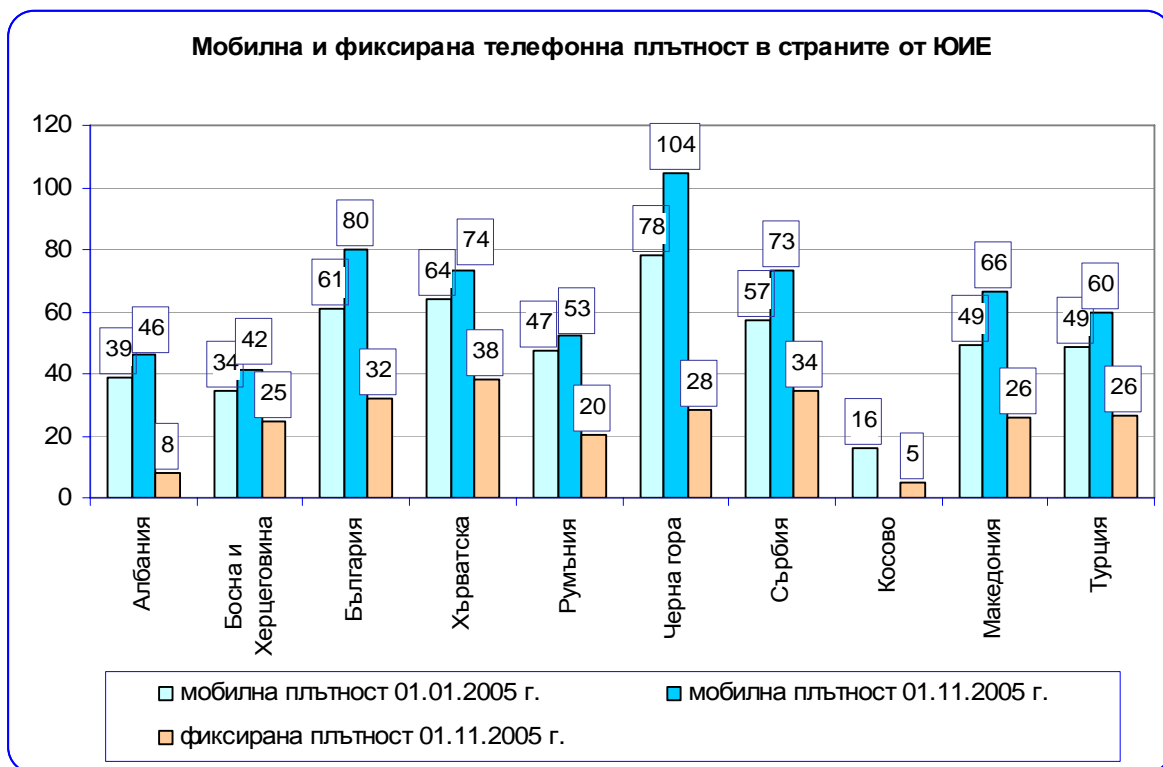
Към края на 2005 г. показателят „мобилна телефонна плътност” достигна 80%, което представлява нарастване с 19 пункта спрямо края на 2004 г. Въпреки значителните темпове на растеж, България остава с по-ниска плътност в мобилните комуникации в сравнение с голяма част от страните-членки на ЕС. Средната стойност на този показател за страните от ЕС към октомври 2005 г. е 93%, като варира силно за отделните държави (фиг. 65). В някои от тях статистиката отчита насищане от над 100% при използването на мобилни услуги, т.е. расте броят на потребителите с повече от една SIM карта.



* данните за България са съответно към 31.12.2004 и 31.12.2005 г.

Източник: 11th Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package, данни, подадени в КРС

Фиг. 65



* данните за Румъния за 2005 г. са към 30.06.05 г. , за Косово няма данни за мобилна плътност към месец ноември 2005 г.

Източник: Country Comparative Report - Supply of services in monitoring of South East Europe - telecommunications services sector and related aspects, 2006, данни, подадени в КРС

Фиг. 66

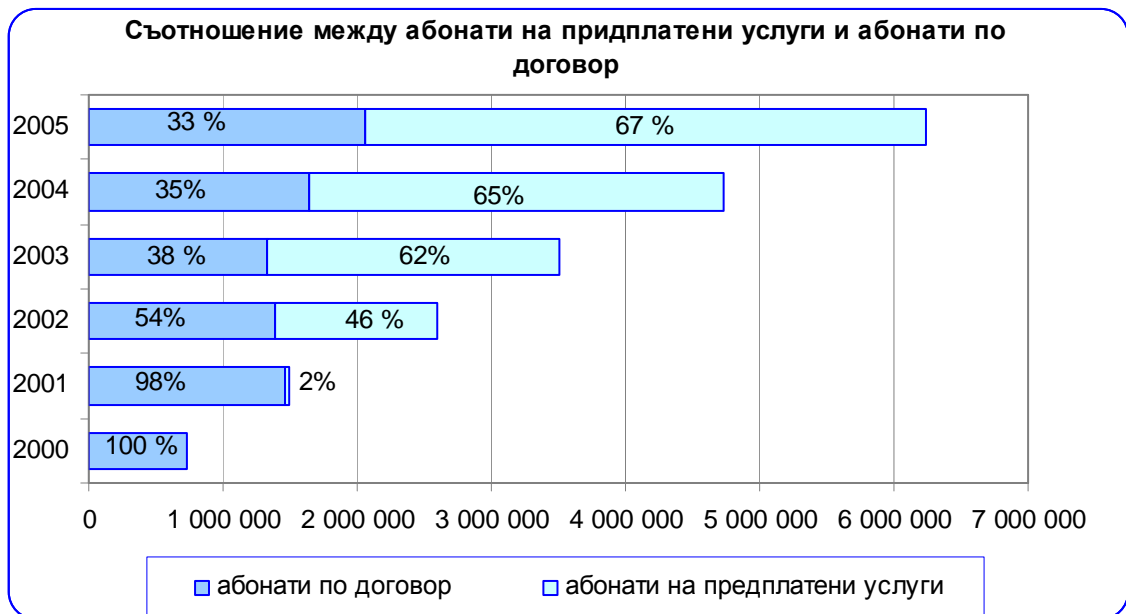
Мобилната плътност в страните от ЮИЕ (с изключение на Черна гора) все още изостава чувствително от средната плътност в ЕС. По отношение на този сегмент от пазара обаче динамиката в региона е толкова голяма, че може да се очаква бързо наваксване в изоставянето. Във всички страни мобилната плътност вече изпреварва плътността по фиксирани постове, като в повечето от тях (включително и България) е над два пъти по-висока.

Трябва да се отбележи, че в отделните страни съществуват различни правила за отчитане на предплатените карти като активни абонати – така например в Албания предплатена карта, ползвана в продължение на шест месеца, се брои като предплатен абонат, в Хърватска – девет месеца, докато в Румъния тя трябва да е ползвана в рамките на последната една година. В България срокът на валидност на предплатените карти, предлагани от цифровите оператори у нас, е една година (в случай, че не бъдат повторно заредени); по-кратки са сроковете на валидност на картите за предплатената услуга на аналоговия оператор: два или шест месеца.

Съотношение между предплатени абонати и абонати по договор

През 2005 г. пазарът на предплатени мобилни услуги продължи да се разраства: към края на годината 67% от потребителите ползват предплатени карти, а 33% са абонатите с договор. Тази тенденция се наблюдава от 2002 г.; за сравнение през 2001 г. 98% от клиентите на мобилните оператори у нас имат договор и само 2% ползват услуги с предплатена карта (фиг. 67)

През 2005 г. съотношението между броя на предплатените абонати и абонатите по договор на „М-ТЕЛ” и „ГЛОБУЛ” е приблизително еднакво – 67/33. Към края на 2005 г. „ВИВАТЕЛ” предлагаше на частните си клиенти само предплатени пакети, поради което съотношението между предплатените абонати и тези по договор (само бизнес абонати) е 91 към 9.

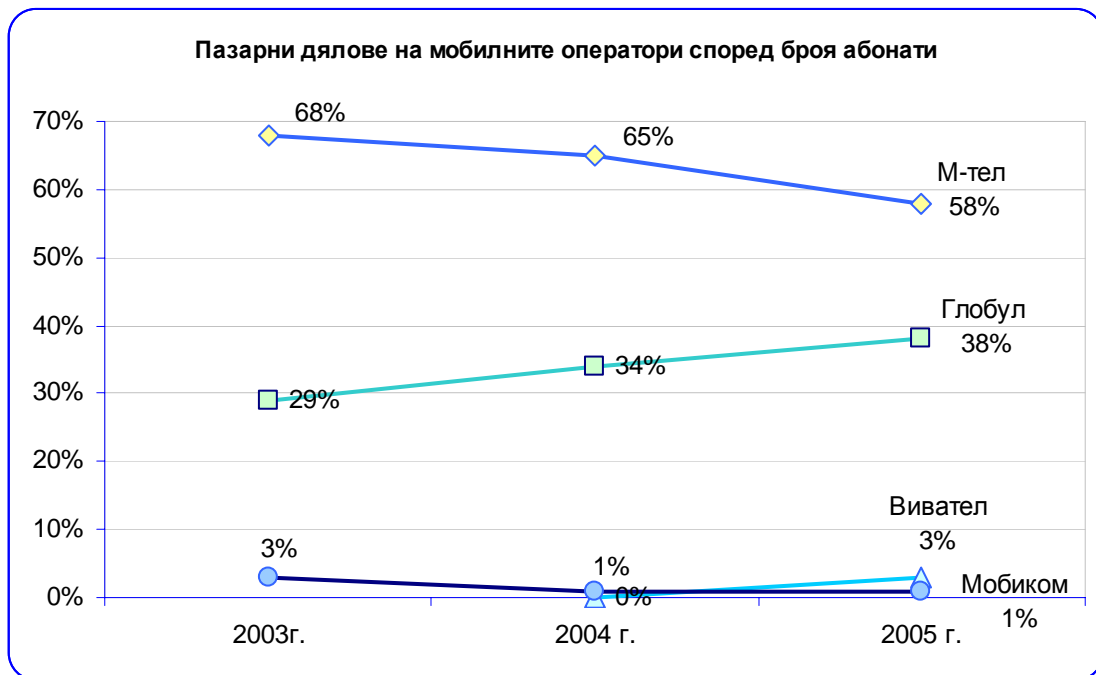


Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 67

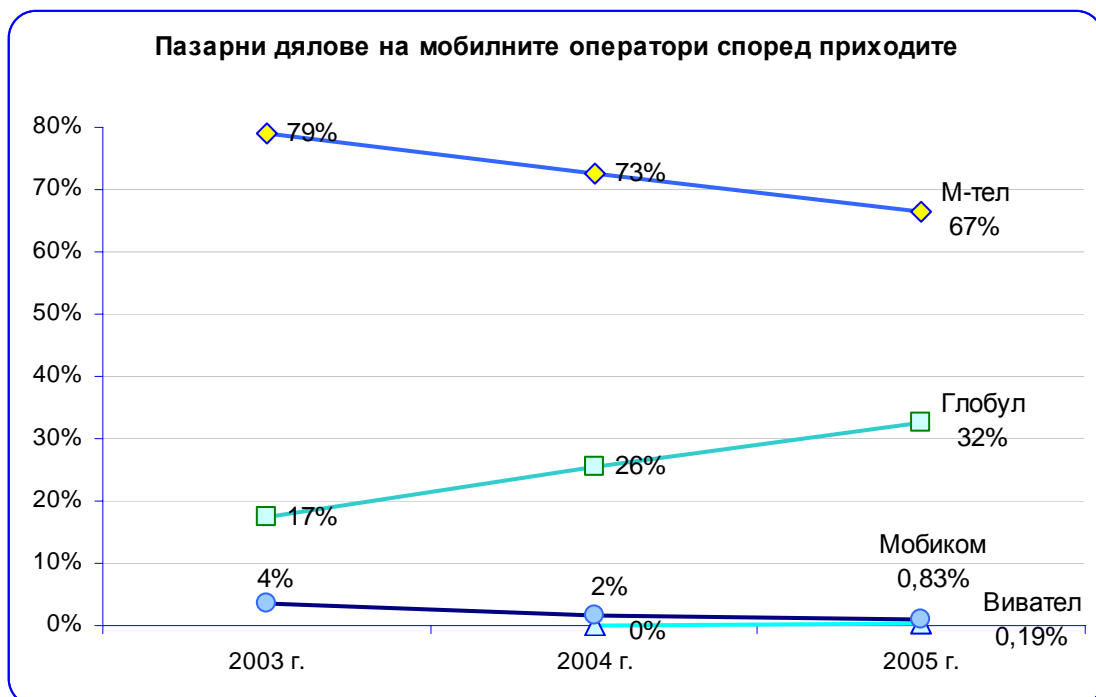
Пазарни дялове

Изменението на пазарните дялове на четирите мобилни далекосъобщителни оператора, изчислени както според броя на абонатите, така и според приходите от предоставяне на гласова телефония и други услуги посредством мрежите за периода 2003 - 2005 г., са представени в следващите фигури (фиг. 68 и 69). Видно е от графиките, че дяловете на отделните оператори се променят, но досегашното подреждане на пазара се запазва. Пазарните дялове според броя на абонатите са изчислени на база на подадени от операторите данни за броя на абонатите по договор и пуснатите в обръщение активни предплатени карти.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 68



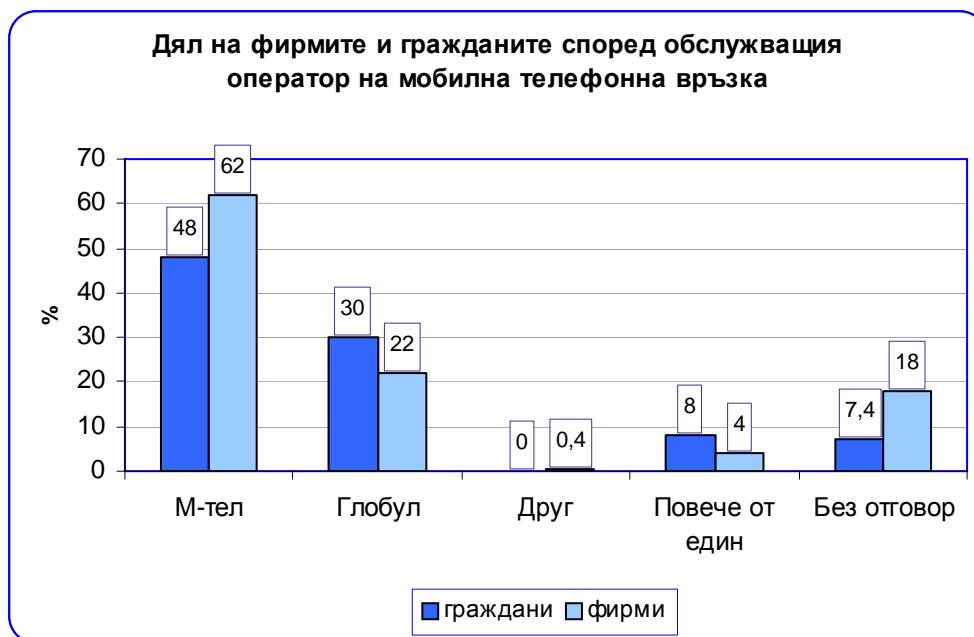
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 69

За едногодишен период пазарният дял на „М-ТЕЛ”, определен на база абонати, е намалял с 7% , а на база приходи – с 6%. Спрямо края на миналата година „ГЛОБУЛ” е успял да разшири дела си с 4% по отношение на абонатите и с 6% по отношение на приходите. За двата месеца на 2005 г., през които присъства на пазара, третият цифров

оператор „ВИВАТЕЛ” е успял да привлече 3% от абонатите. Мобилните телефонни услуги по NMT мрежа, на които към края на 2005 г. остават верни едва 1% от абонатите (главно заради цената и покритието), вероятно ще отпаднат от пазара през следващите години. Допълнителен тласък ще даде очакваната миграция на тези потребители към GSM мрежата на третият цифров оператор заради по-изгодните условия, предложени на абонатите на аналоговата мрежа.

Една част от потребителите, в стремежа си да оптимизират общите си разходи и да се възползват от изгодни промоционални условия, са абонати на повече от един оператор.



Източник: “Проучване и анализ на потребителското търсене на далекосъобщителни услуги в България”, 2006 г.

Фиг. 70

Според данни от изследване на потребителското търсене на далекосъобщителни услуги в България⁵¹, извършено по поръчка на КРС и базирано на извадка от 2000 фирми, 200 неправителствени организации и 1500 граждани от цялата страна, за периода ноември 2005 г. - март 2006 г. 8% от анкетираните фирми и 4% от гражданите ползват услугите на повече от един мобилен оператор едновременно (фиг. 70). Според резултатите от изследването, двата най-големи мобилни оператора са формирали собствени ниши сред гражданите и фирмите, които се различават съществено. Сред потребителите на „М-ТЕЛ” преобладават по-възрастните анкетираните граждани, ръководни служители, предприемачите и хората с най-високи доходи. Сред потребителите на „ГЛОБУЛ” са представени предимно по-младите, служители или работници, както и хората с най-нисък доход. Подобно на гражданите, в зависимост от оператора на мобилната услуга се формират две групи фирми: свързани с „М-ТЕЛ” са най-вече големите по размер на персонала и оборота, от услугите и производството, от

⁵¹ “Проучване и анализ на потребителското търсене на далекосъобщителни услуги в България”, 2006 г., изследване, извършено от Стопанския факултет на Софийски университет по поръчка на КРС

село и голям град. „ГЛОБУЛ” е предпочетен главно от най-малките фирми, с най-нисък оборот, от търговията, от столицата и от малкия град.

През 2005 г. КРС отново определи “МОБИЛТЕЛ” ЕАД за оператор със значително въздействие на пазара на мобилни далекосъобщителни мрежи и предоставяне на гласови телефонни услуги чрез тях. Решението бе взето в съответствие със ЗД и Методиката за условията и реда за определяне на оператори със значително въздействие на базата на анализ на информация за реализираните от операторите нетни приходи за предходната година, общия обем на пазарния сегмент мобилни гласови услуги и пазарния дял на всеки от участниците в този сегмент, като към 31.12.2004 г. тези дялове са, съответно: за РТК ООД 1,55%, за “КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД 23,6 % и за “МОБИЛТЕЛ” ЕАД 74,85 %.

Като оператор със значително въздействие върху пазара на мобилни гласови услуги, на “МОБИЛТЕЛ” ЕАД се налагат специфични задължения по отношение на взаимното свързване – спазване принципите на равнопоставеност, прозрачност и конфиденциалност при предоставянето на услуги по взаимно свързване.

5.4. Услуги

Наред с традиционните гласови услуги, с развитието на мобилните мрежи и технологии операторите на цифрови мобилни мрежи предоставят все по-широк набор от допълнителни услуги: услуги за достъп до Интернет, предаване на данни чрез мобилен телефон, мултимедийни съобщения (MMS) и други.

Чрез мобилен Интернет могат да се ползват всички услуги, които се използват през уеб, като проверка на електронна поща, изтегляне и изпращане на файлове, търсене на информация в уеб страници и други. Услугата MMS допълва текстовото съобщение с мелодия, снимки, анимация, а големината ѝ достига до 50 kb. През 2005 г. обмен на мултимедийни съобщения бе възможен само между мрежите на „ГЛОБУЛ” и „М-ТЕЛ”.

Нови услуги, въведени от мобилните оператори през 2005 г.

Таблица № 5

„М-ТЕЛ”	„ГЛОБУЛ”	„ВИВАТЕЛ”
<ul style="list-style-type: none"> ▪ GPRS приложения ▪ EDGE приложения ▪ Зареждане на Прима през Интернет ▪ Нови анимации, лога, картинки, теми и игри за портала ▪ Видео MMS ▪ Musicall 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Globul MVPN ▪ My Globul Menu ▪ Globul 2 в 1 ▪ b-connect SMART роуминг 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Предплатен роуминг ▪ GPRS с предплатена услуга ▪ Предплатен бизнес пакет

Източник: Данни, подадени в КРС

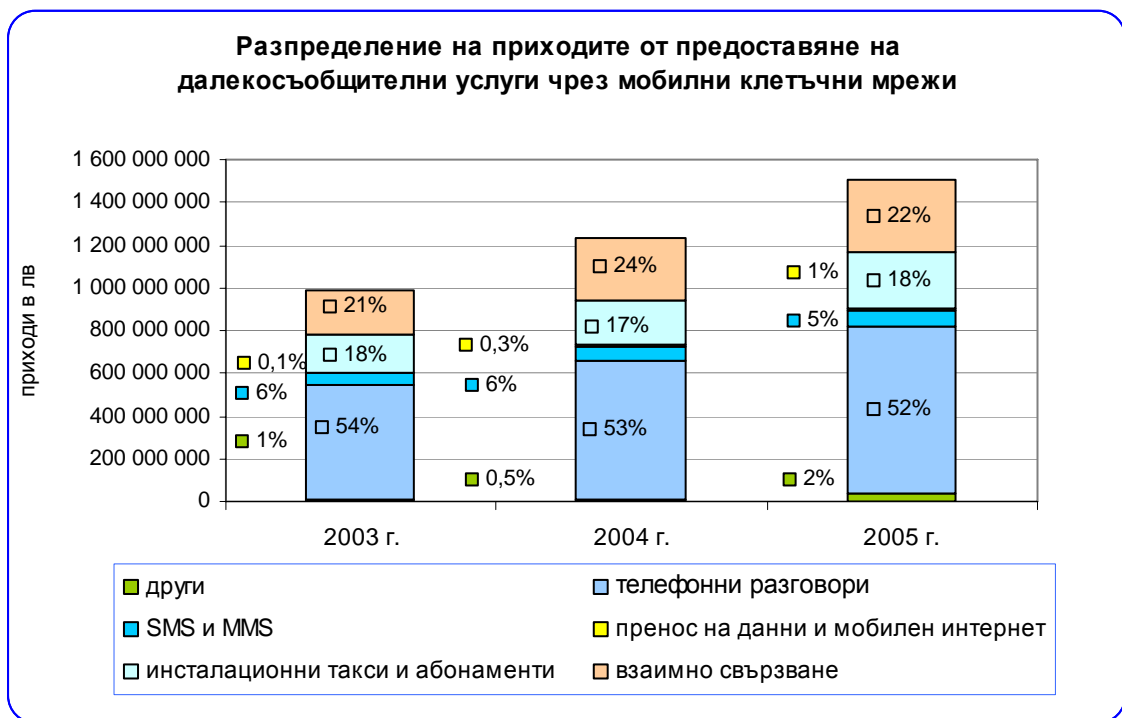
От февруари 2005 г. мрежата на „М-ТЕЛ” поддържа EDGE технология, която осигурява на GSM устройствата скорост за пренос на данни, близка до тази на мобилните мрежи от трето поколение и позволява висока ефективност при различните бизнес приложения - Интернет, мобилен офис, електронно банкиране, достъп до частни корпоративни мрежи и др. Към края на годината услуги, базирани на EDGE технология, се предлагат от оператора в София, в някои от големите български градове

(Варна, Бургас, Стара Загора, Благоевград и др.), както и в по-големите курорти и населени места по нашето Черноморие.

През октомври „М-ТЕЛ” предложи услугата Musicall, която позволява замяна на стандартния сигнал „свободно” с избрана от потребителя мелодия.

През 2005 г. „ГЛОБУЛ” въведе MVPN услугата на корпоративните си клиенти. Основната ѝ цел е интегрирането на мобилните корпоративни телефони с вътрешните телефони на дадена компания в единна мрежа, независимо от броя на офисите, тяхното местоположение и мястото, на което се намира всеки служител. Служителят има персонален кратък номер, който се използва при обажданията към него - както от фиксиран, така и от мобилен телефон на групата - на преференциална цена. През септември „ГЛОБУЛ” предложи услугата Globul 2 в 1, която позволява през менюто на един мобилен апарат да се обслужват два мобилни номера – личен и служебен, с отделни сметки. Другата нова услуга, My Globul Menu, дава възможност за лесен и бърз достъп до различни справочни, информационни и развлекателни услуги. Чрез услугата b-connect SMART роуминг, която „ГЛОБУЛ” въведе през декември, и предплатените абонати на оператора имат възможност да приемат телефонни обаждания и да изпращат и получават кратки текстови съобщения (без да могат да извършват обаждания), докато се намират в чужбина.

Със старта си през ноември третият цифров оператор „ВИВАТЕЛ” въведе на пазара услугите: предплатен роуминг, GPRS с предплатена услуга и предплатен бизнес пакет.



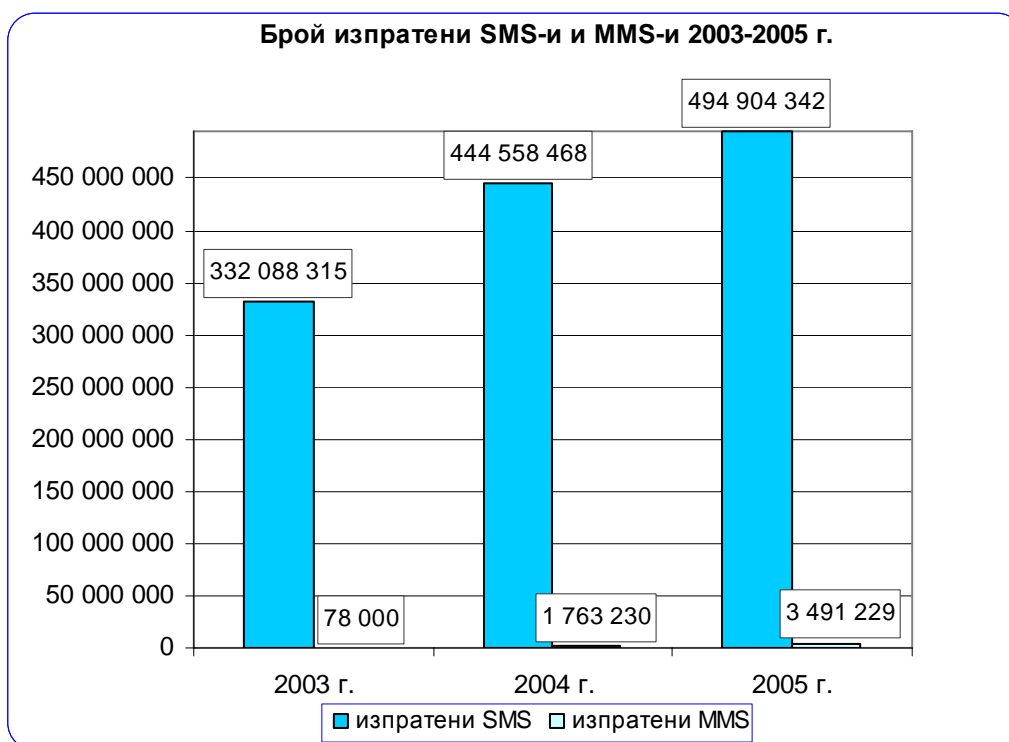
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 71

Основен източник на растеж и приходи за играчите на пазара продължава да бъде преносът на глас. Повече от половината от приходите от предоставянето на услуги чрез мобилни клетъчни мрежи се формират от предоставянето на телефонни гласови

услуги. Услугите текстови и мултимедийни съобщения са генерирани 5% от приходите на цифровите оператори за 2005 г. (фиг.71)

Както е видно от фиг. 72, броят на изпратените кратки мултимедийни съобщения е нараснал почти два пъти за едногодишен период.



* за 2003 г. и 2005 г. – от абонати на М-ТЕЛ и ГЛОБУЛ
за 2004 г. – от абонати на М-ТЕЛ, ГЛОБУЛ и МОБИКОМ
От ВИВАТЕЛ и МОБИКОМ не са представили в КРС данни за изпратени SMS-и и MMS-и за 2005 г.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 72

Процентът на негласовите съобщения се очаква да нараства и с развитието на пазара на мобилно съдържание (разнообразно предлагането на лога, мелодии, картинки, теми, игри и др.) в страната.

Намерения за въвеждане на нови услуги през 2006 г.

През 2006 г. операторите възнамеряват да предложат на абонатите си облекчени възможности за достъп до интересуващите ги услуги, въвеждайки услуги за управление на предплатени карти (напр. зареждане през Интернет), проверка на баланс и наличност на сметка, поръчване на дадена услуга чрез изпращане на SMS или през уеб-страницата на оператора, издаване на електронни фактури и др.

С очакваното въвеждане в експлоатация на мрежите от трето поколение, през следваща година мобилните оператори ще могат да предлагат и нови услуги като видеоразговори, високоскоростен пренос на данни, видео/аудио (video streaming) забавления – игри и др. Икономическата ефективност и търсенето на новите услуги, базирани на UMTS технологията, ще зависят от множество фактори, между които развитието на страната в следващите няколко години, развитието на технологиите и съответно цените на крайните устройства и услуги, свързани с 3G, както и от пазарната политика и стратегия на операторите.

5.5. Качество на обслужване

В следващата таблица са представени в КРС данни от операторите за броя на постъпилите жалби от абонатите на мобилните мрежи и причините, които са ги предизвикали, както и информация по наблюдаваните параметри за качество на обслужването.

Таблица № 6

	„М-ТЕЛ”	„ГЛОБУЛ”	„ВИВАТЕЛ”	„МОБИ-КОМ”
Общ брой регистрирани жалби	3 245	4 364	7	35
- брой основателни жалби	564	632	6	14
- брой жалби, на които е отговорено писмено	2690	4 070	0	12
Разпределение на жалбите по причини:				
- нарушение на договорните клаузи	234	18	0	4
- техническа неизправност	129	306	4	6
- некоректност на сметките	2 369	2 168	0	15
- други	513	1 872	3	10
Неуспешни повиквания (в %), в т.ч. :	1,12%	0,40%	1,15%	12,92%
- поради претоварване на мрежата	0,90%	0,30%	n/a	12,92%
- поради техническа неизправност	0,22%	0,10%	n/a	n/a
Средно време за отстраняване на повреди (в часове)	3,25	4	n/a	n/a
Средно време за активиране на услугите (в часове)				
- за включване на абонат	0,20	n/a	до 48	до 24
- за предоставяне на достъп до Интернет/GPRS	0,20	2	до 48*	-
- за предоставяне на роуминг	0,20	1	до 48*	-

* автоматично, с активиране на SIM картата

n/a – операторът не е представил изисканата информация в КРС

Източник: Данни, постъпили в КРС

Различията в посочените данни произтичат главно от различия в броя на абонатите, количествените характеристики и времето, за което осъществяват търговска дейност мобилните оператори. В сравнение с предходната година, по данни от системите на операторите за отчитане на качеството, „ГЛОБУЛ” отчита почти двойно увеличен брой на депозираните от потребителите писмени жалби; за „М-ТЕЛ” увеличението е близо 30%. И при двата цифрови оператора основният дял от жалбите са за некоректност на сметките. По отношение на броя неуспешни повиквания поради претоварване на мрежата, „М-ТЕЛ” запазва равнището от миналата година, а в „ГЛОБУЛ” са успели да намалят наполовина неуспешните повиквания поради претоварване на мрежата.

Данните от изследването на потребителското търсене на далекосъобщителни услуги в България регистрират висока оценка за качеството на предоставяните от мобилните оператори далекосъобщителни услуги – само около 3% от гражданите и 1% от фирмите дават ниска оценка за качество. Като нередности при използване на услугите на мобилните оператори близо 14% от анкетираните граждани и 11% от

фирмите са посочили случаи на дълго чакане за активиране. От 36% до 49% са имали редки случаи на повреди, некачествена връзка или неуспешни повиквания⁵².

5.6. Цени и ценова политика

Операторите на мобилни клетъчни мрежи формират цените и ценовата си политиката свободно и ги представят за сведение в КРС.

Цените на мобилните оператори предлагат голямо разнообразие от тарифни планове и пакети. Те варират силно в зависимост от множество фактори, като: начин на плащане (предплатени услуги, последващо плащане), от това към коя мрежа е повикването (в собствената мрежа, към други мобилни мрежи, към фиксирани мрежи), от часовия пояс, от избора от клиента конкретен ценови план, начин на таксуване (минимално време на таксуване на разговора – 30 или 60 сек.).

Въпреки, че лидерската позиция на „М-ТЕЛ” е конкурирана с появата на „ГЛОБУЛ” вече повече от четири години, цените на мобилните услуги на двете компании бяха поддържани на близки равнища и за достатъчно дълъг период от време сравнително високи. През 2005 г. очакваното навлизане на нов играч на пазара на мобилни мрежи и услуги доведе до по-чувствително намаление на крайните потребителски цени на мобилните услуги и до множество агресивно проведени промоции. Индикатор за това са появилите се предложения за разговори на цена от една стотинка (например, за разговори в корпоративна група – „ГЛОБУЛ”, план Business Partners и „М-ТЕЛ”, план Бизнес Плюс) или на нулева тарифа за минута разговор (например, „М-ТЕЛ” Free Prima Party – промоционален план за потребители на предплатени карти, активирали ги до края на октомври 2005 г., включващ безплатни разговори в мрежата на оператора от 21:00 ч. до 05:00 ч.).

Въпреки отчетените през годината намаления в крайните цени на мобилните услуги у нас, потребителите продължават да ги оценяват като по-скоро високи.⁵³ Над половината от анкетиранияте граждани смятат, че месечните такси за поддръжка на мобилен телефон, както и цената на самите разговори, са високи.

Цени - абонаментни планове

През годината операторите продължиха да предлагат различни планове за абонатите по договор, диверсифицирани както според вида на крайните потребители (корпоративни клиенти, частни клиенти), така и според потреблението (напр. пакети с включени кратки текстови съобщения (SMS), с включени безплатни минути и/или отстъпки към определени номера, преференциални цени за разговори с абонати в същата мрежа или към други мрежи и др.) Събираната абонаментна такса започва да носи добавена стойност на потребителя, тъй като операторите излязоха с множество планове с различен брой включени безплатни минути. Най-често това е време, предназначено за разговори в мрежата на оператора, като потребителите биват насърчавани да избират семейни, приятелски и корпоративни планове. Операторите започнаха да предлагат и включени минути за разговори към фиксираната мрежа на БТК.

Към края на 2005 г. „М-ТЕЛ” предлага на индивидуалните потребители осем тарифни плана с единна цена за месечен абонамент и включени различни пакети от минути за обаждания в мрежата и към други оператори, както и плановете *М-Тел Extra*, *М-Тел 5* и *М-Тел 20*, в които са включени определен брой безплатни минути и/или

⁵² и ² “Проучване и анализ на потребителското търсене на далекосъобщителни услуги в България”, 2006 г., изследване, извършено от Стопанския факултет на Софийски университет по поръчка на КРС.

безплатни кратки и мултимедийни съобщения в мрежата на оператора в зависимост от размера на месечната такса. Плановете на „М-ТЕЛ“ за корпоративни клиенти са четири. През октомври операторът въведе нов промоционален тарифен план Бизнес Плюс, насочен към работещите в малките и средните предприятия - с преференциални цени за разговор в корпоративна група, определен брой безплатни минути в мрежата на оператора и към фиксирани мрежи, и еднакви цени за обаждания в натоварена и ненатоварена ценова зона. От юли „М-ТЕЛ“ предоставя на бизнес абонатите си и услугата „Бизнес мрежа“ за разговори на преференциални цени с до 10 бизнес абоната извън корпоративната група на абоната.

„ГЛОБУЛ“ предлага на частните клиенти седем абонаментни програми с включени безплатни минути и единни цени към всички мрежи. През септември „ГЛОБУЛ“ въведе и четири фамилни програми с единен месечен абонамент за до четири SIM карти, предназначени за членовете на семейството, които заедно ще използват минутите от пакета. Корпоративната програма на оператора *Globul Business Partner* предлага шест бизнес пакета, съобразени с различни стилове на потребление – с включени до 500 мин. за национални разговори, както и 300 мин. за разговори в затворена група, които могат да се използват безплатно, или срещу месечен абонамент, в зависимост от това за какъв срок е подписан договорът.

„ВИВАТЕЛ“ предложи абонаментни програми само на корпоративните клиенти – операторът стартира с два бизнес плана, включващи безплатни разговори в група и определен (в зависимост от месечния абонамент) брой безплатни минути за разговори в мрежата на оператора и към фиксираната мрежа на БТК АД.

Цени на предплатени услуги

През годината най-съществено беше намалението на цените в сегмента на предплатените услуги. В стремежа да разширят присъствието си на пазара и трите цифрови оператора се конкурираха в привличането на нови абонати, макар и без договор, прибъгвайки на по-късен етап и към стратегии за убеждаване на предплатените клиенти за обвързване и по-сериозно използване на услугите им. В резултат на това операторите си обявиха ценова война най-вече в предплатения сегмент.

През 2005 г. „М-ТЕЛ“ и „ГЛОБУЛ“ предлагат по три предплатени тарифни плана. Наред със стандартните планове (*Прима Класик*, *B-connect*), се предлагат и планове, сегментирани потребителите според предпочитаните услуги (напр. с включени определен брой безплатни текстови съобщения („ГЛОБУЛ“ - *B-connect SMS*), според часовия пояс, в който се осъществяват обажданията („М-ТЕЛ“ - *Прима Парти*) или според това към коя мрежа са преимуществено обажданията („М-ТЕЛ“ - *Прима Стар*). Разработвайки нишата на предплатените абонати, „ВИВАТЕЛ“ излезе с предплатена оферта и към бизнеса.

През 2005 г. аналоговият оператор „МОБИКОМ“ продължи да предлага без промяна предплатената услуга *Мобилик*, която е с номинални цени – 10, 20, 50 и 100 лева с включен ДДС и не предлага включени минути. При нея първата минута струва 0,55 лв. без ДДС в часовете със силен трафик, а след нея цената е 0,38 лв. за минута разговор.

Програми за лоялни клиенти

През 2005 г. двата цифрови оператора продължиха да предлагат програми за лоялност на редовните си клиенти, различни бонуси и интегрирани карти с други търговци. През годината „М-ТЕЛ“ стартира в сътрудничество с водещи компании в различни сектори програмата *М-ТЕЛ Бизнес клуб*, която предлага на редовните

корпоративни клиенти на оператора достъп до оферти и услуги с отстъпка в партниращите компании. За частните абонати операторът предлага от 2004 г. програмата *М-ТЕЛ клуб*, която носи точки за лоялност, изчислени според средната месечна сметка за половингодишен период.

„ГЛОБУЛ” предлага отстъпка *Лоялен клиент*, при която след навършване на една година всеки абонат на абонаментна и на основна програма получава 5% отстъпка от месечната си сметка.

Ценови кошници за потребление на мобилни услуги

На графиките са представени потребителските разходи за мобилни услуги в страните от ОИСР и България, изчислени въз основа на трите мобилни кошници на ОИСР за слабо, средно и силно потребление. Кошниците обхващат както стандартните абонаментни тарифни планове, така и предплатени пакети. Представените средномесечни потребителски разходи са в евро и са изчислени на базата на инсталационна такса, цената на месечния абонамент и цените за минута разговор, според тарифните планове. Всяка от кошниците съдържа установена от ОИСР усреднена схема на потребление за страните в рамките на организацията, актуална към края на 2005 г., изчислена въз основа на данни за обемите и направленията на трафика (разговори и кратки съобщения) в страните-членки на ОИСР⁵⁴. Всяка от кошниците е със специфично разпределение на разговорите в часовете на силен и слаб трафик, както и различна продължителност на разговорите, и съдържа следните елементи:

- кошница за слабо потребление: съдържа 30 кратки текстови съобщения и 25 минути изходящи обаждания на месец, като 42% от обажданията са към фиксирани телефонни линии, а 58% към мобилни телефони (40% за разговори в същата мобилна мрежа и 18% към други мобилни мрежи);
- кошница за средно потребление: съдържа 35 кратки текстови съобщения и 75 минути изходящи обаждания на месец, като 36% от обажданията са към фиксирани телефонни линии, а 64% към мобилни телефони (43% за разговори в същата мобилна мрежа и 21% към други мобилни мрежи);
- кошница за силно потребление: съдържа 42 кратки текстови съобщения и 150 минути изходящи обаждания на месец, като 40% от обажданията са към фиксирани телефонни линии, а 60% към мобилни телефони (32% за разговори в същата мобилна мрежа и 18% към други мобилни мрежи).

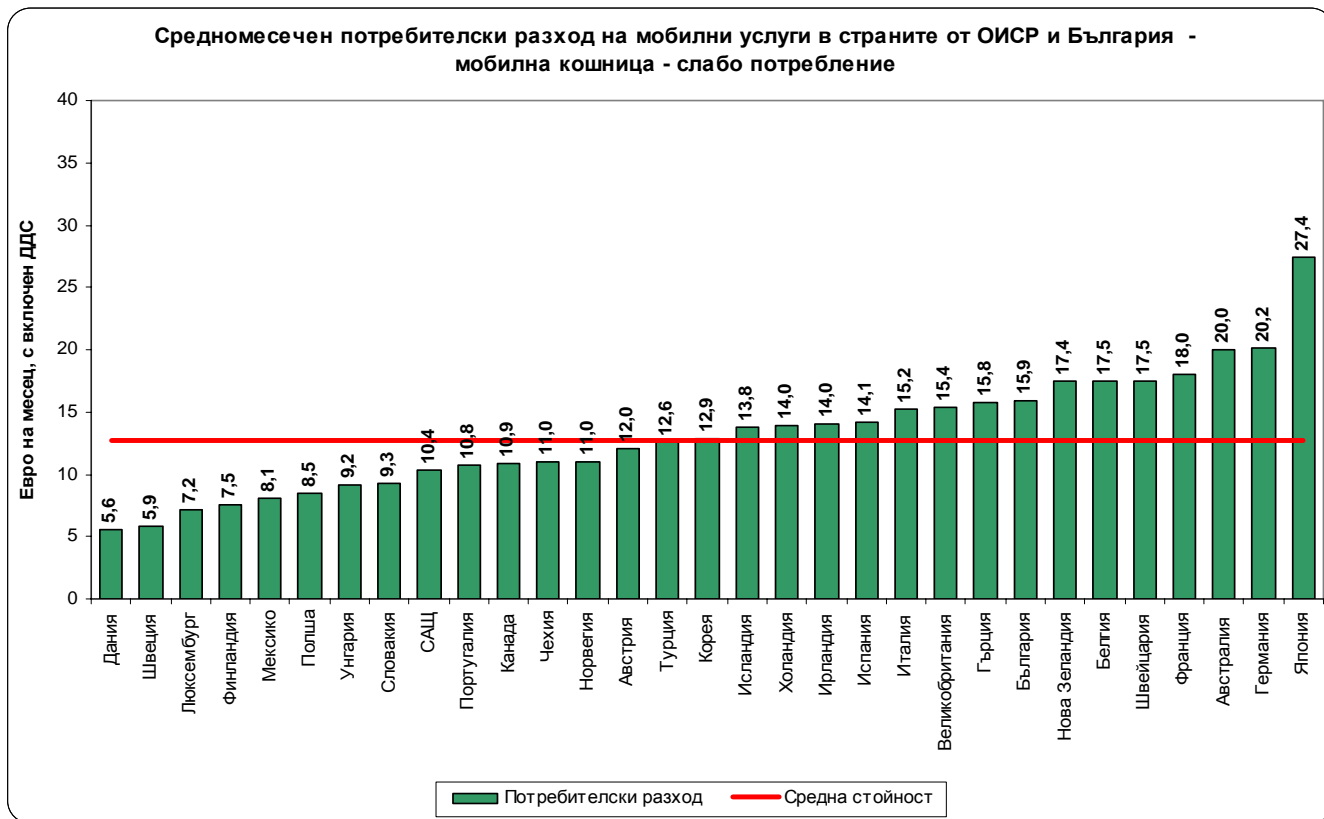
При изчислението на кошниците се приспадат включените в тарифните планове безплатни минути за изходящи разговори и кратки текстови съобщения.

За постигане на сравнение с равнището на разходите за държавите от ОИСР и България, са използвани тарифните планове на „ГЛОБУЛ” и „М-ТЕЛ”, валидни към края на 2005 г. Взети са предвид плановете за физически лица като са изключени промоционалните, както и предлаганите от „ГЛОБУЛ” фамилни програми. Графиките за всяко от нивата на потребление представят най-изгодния вариант за всяка държава (тарифен план с най-ниски разходи за потребителя при заложената схема на потребление).

Пълното описание на кошниците може да бъде намерено на Интернет страницата на Teligen Ltd⁵⁵.

⁵⁴ Предстои ревизия на дефинициите на кошниците в началото на 2006 г.

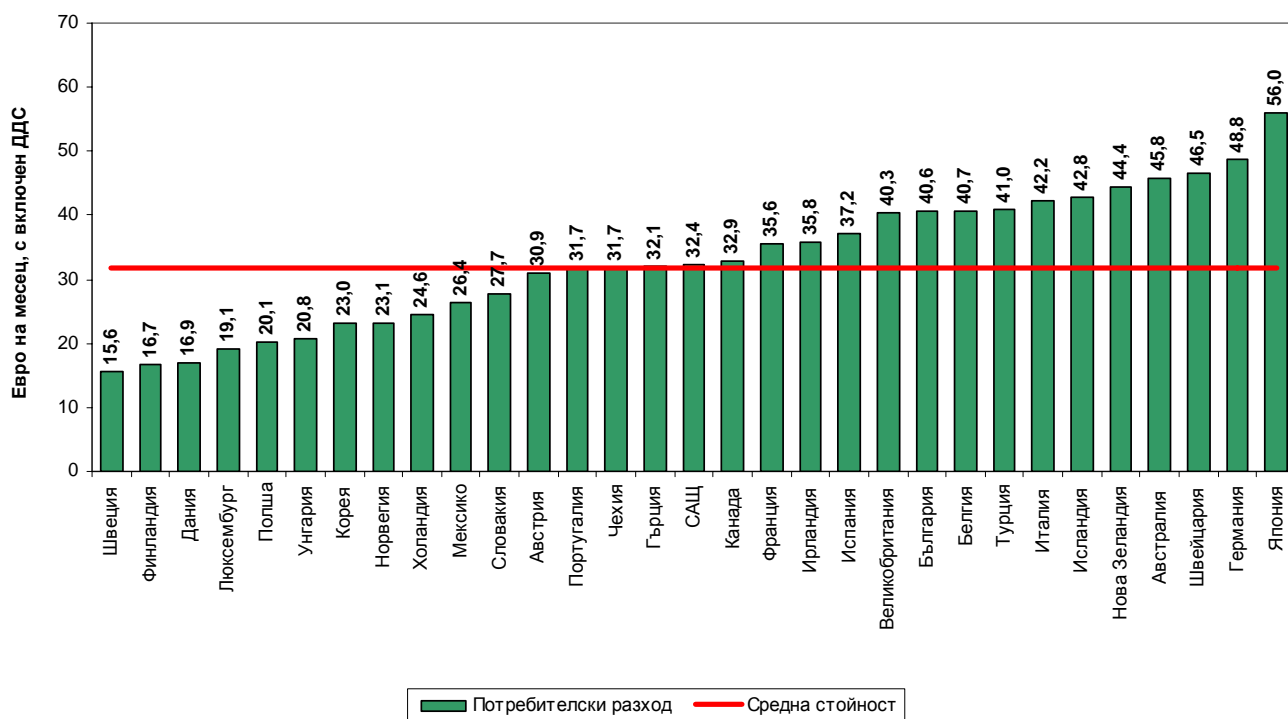
⁵⁵ <http://www.teligen.com/publications/oecd.pdf>



Източник: Teligen, T-Basket (версия ноември 2005 г.), данни подадени в КРС

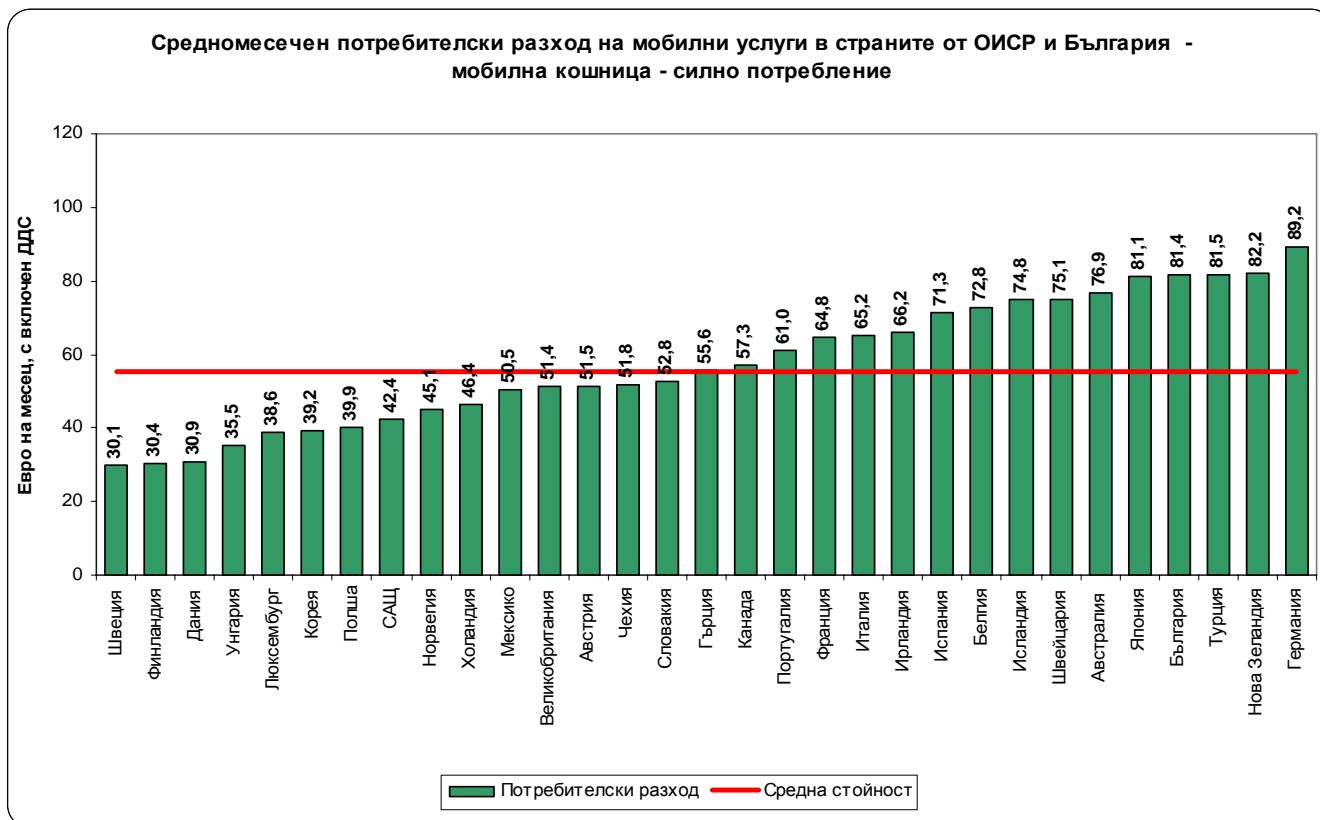
Фиг. 73

Средномесечен потребителски разход на мобилни услуги в старните от ОИСР и България - мобилна кошница - средно потребление



Източник: Teligen, T-Basket (версия ноември 2005 г.), данни подадени в КРС

Фиг. 74



Източник: Teligen, T-Basket (версия ноември 2005 г.), данни подадени в КРС

Фиг. 75

Както вече бе отбелязано, при изчисляването на потребителските разходи са използвани усреднени равнища на потребление за страните от ОИСР, като кошниците не отчитат специфичното потребление в България. По данни и от двата български оператора, представени в КРС, общият средномесечен потребителски разход за 2005 г. (включва и бизнес потребителите) е по-нисък от средната стойност, получена чрез кошницата за слабо потребление.

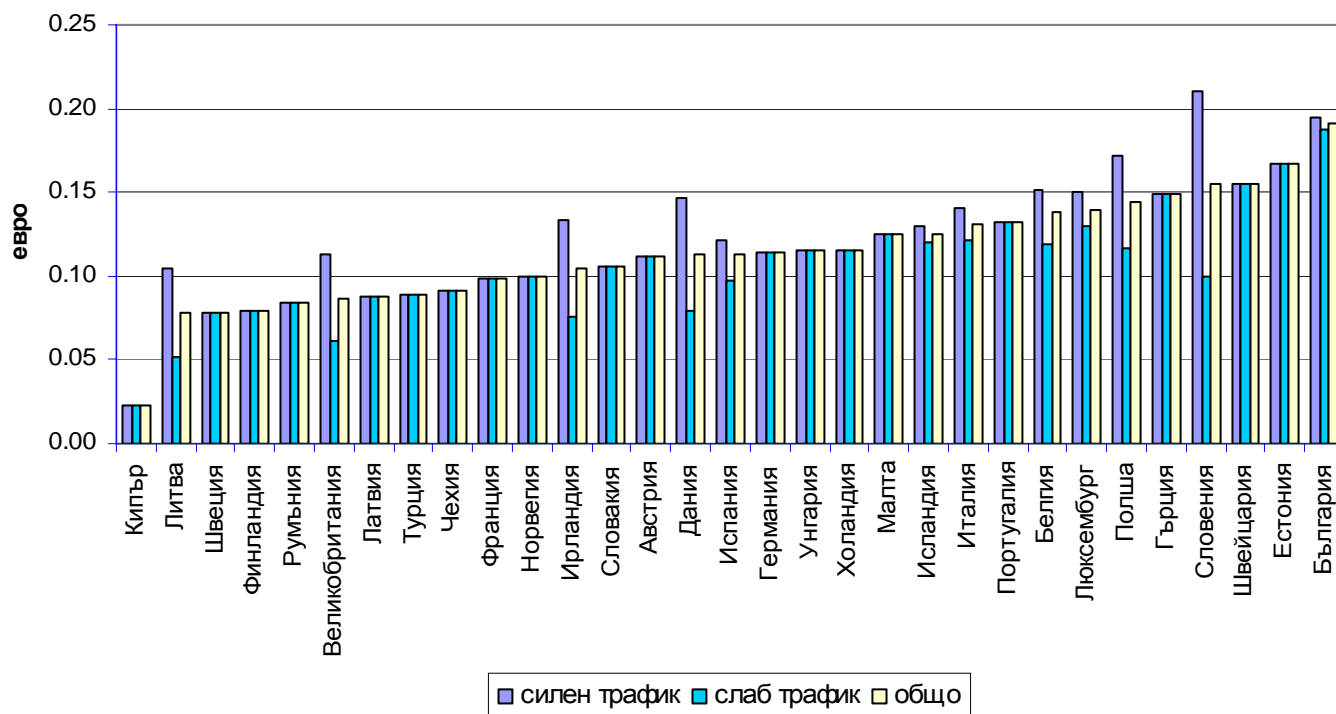
Следва да се отбележи, че и двата GSM оператора у нас предлагат на крайния потребител много промоции, свързани с отстъпки от месечните такси за определени планове, включване на допълнителни минути за изходящи разговори и др., което води съответно до намаляване на средномесечния потребителски разход.

Цени за терминиране на трафик в мрежите на мобилните оператори

Крайните потребителски цени на мобилните услуги зависят както от ценовите стратегии на самите компании, така и от договорените цени за взаимно свързване с фиксираната мрежа на БТК АД и между отделните мобилни оператори.

Сравнения за цените за терминиране на повиквания от фиксираната мрежа към мрежите на мобилните оператори с равнищата в европейските страни са представени на фиг. 76.

Средни цени за терминиране в мобилни мрежи към 01.01.2006 г.



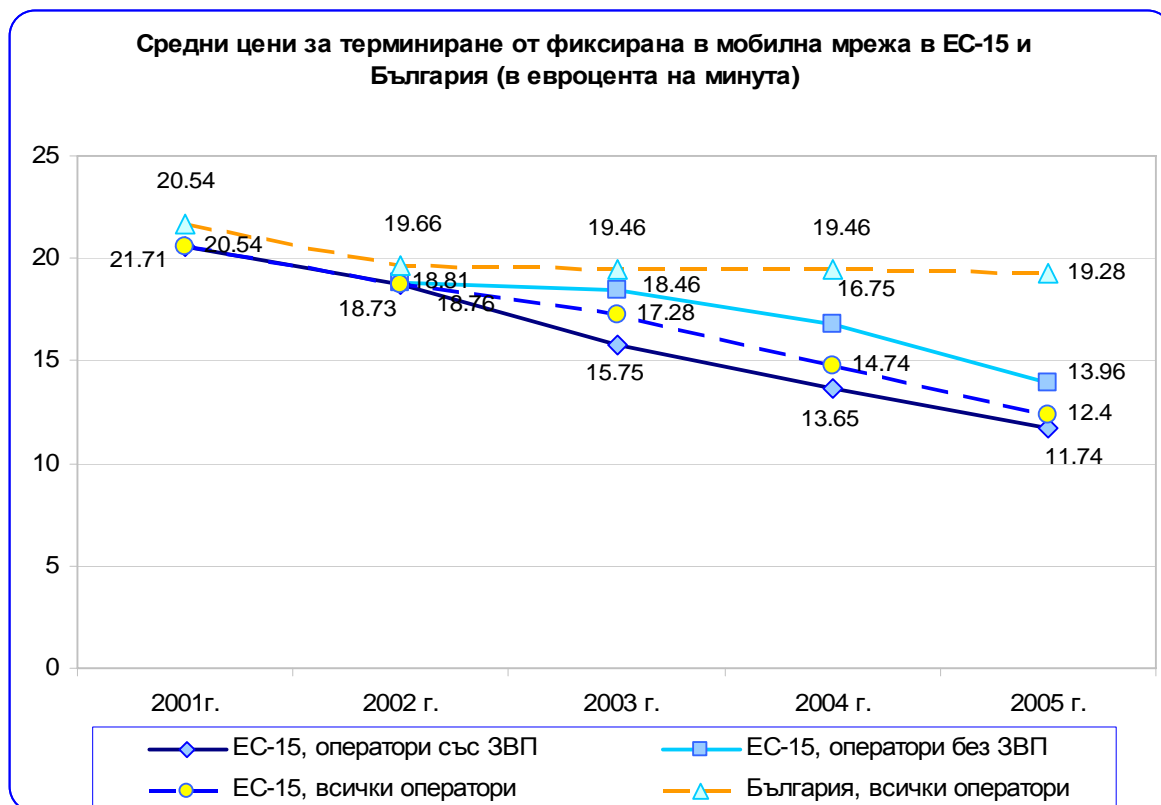
Източник: IRG MM WG, данни, подадени в KPC

Фиг. 76

Данните са резултат от изследване на работна група „Мобилни пазари” на IRG и са изчислени като среднопретеглени за страните, като отчитат броя на потребителите и цената за терминиране на всеки мобилен оператор. По-голямата част от операторите от включените в изследването страни прилагат единни ставки за терминиране, независимо от вида на мрежата, от която е изходящо повикването (фиксирана или мобилна). Изключение правят България, Португалия, Полша, Словения и Франция. Както е видно от графиката, България е страната с най-високи средни цени за терминиране от фиксирани в мобилни мрежи. Средните цени за терминиране в мобилни мрежи на българския пазар запазват близки равнищата си за последните пет години, а през това време броят на абонатите на мобилни услуги е нараснал почти десетократно.

По данни на Европейската Комисия⁵⁶ цените за терминиране от фиксирана в мобилна мрежа в страните от ЕС 15 са намалели средно с 32% за тригодишен период (юли 2002 – октомври 2005 г.) - от 18,76 евро цента до 12,40 евро цента среднопретеглени равнища.

⁵⁶ 11th Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package, 2006



Забележка: Средни цени за минута в силен трафик (от 7 до 21 ч.); данните за ЕС 15 са към месец юли на съответната година, за 2005 г. - към месец октомври ; за България - към 31.12. на всяка година.

Източник: 11th Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package, данни, подадени в КРС

Фиг. 77

Тенденцията към спад на тези цени в европейските държави се дължи на намеса от страна на националните регулаторни органи, които регламентират цените на операторите със значително въздействие върху пазара на взаимно свързване и на пазара на мобилни услуги (в случаите, в които законодателствата на съответните държави предвиждат такава намеса). Броят на операторите, обявени за оператори със значително въздействие върху пазара, в старите страни членки на ЕС продължава да расте, като в края на 2005 г. абонатите им представляват 73% от всички абонати на мобилни услуги (за сравнение делът им е бил съответно 62% през 2004 г., 45% през 2003 г. и 41% през 2002 г.) Въпреки прогресивното намаление в цените за терминиране в мобилни мрежи в страните от ЕС, те остават средно около девет пъти по-високи от средните цени за терминиране от фиксирана към фиксирана мрежа (двоен транзит).

Действащото към момента у нас законодателство не дефинира пазар на взаимно свързване и не предвижда регулиране на цените на мобилните телефонни услуги на оператори със значително въздействие върху пазара.

Перспективи за развитието на мобилния пазар

Макар пазарът на мобилни телефонни услуги да навлиза постепенно в етапа на своята зрелост, неговото значение в рамките на далекосъобщителния пазар продължава да нараства, като се имат предвид реализираните приходи, генерираният трафик и привлечените потребители.

Перспективите за развитие на пазара на мобилни мрежи и услуги в краткосрочен план са свързани със:

- Запазване/засилване на тенденцията все повече потребители да ползват мобилни услуги и да се отказват от фиксирания гласови услуги (според резултатите от изследването на потребителското търсене⁵⁷ 41% от анкетиранияте граждани декларират, че биха се отказали от фиксирания телефон, защото мобилният е по-удобен);

- Стартът на третия цифров оператор и очакваното начало на търговската дейност на TETRA оператор обещава сериозна динамика на пазара през следващите години;

- Предлагане на интегрирани услуги вследствие навлизането на мобилните оператори на нови сегменти от далекосъобщителни пазар. През годината „МОБИЛТЕЛ” ЕАД и „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД получиха право да предлагат и гласова услуга по фиксирана мрежа, а „МОБИЛТЕЛ” ЕАД получи и лицензия за далекосъобщителни мрежи от неподвижната радиослужба от типа „точка към много точки”. Това ще позволи на мобилните оператори да предоставят пакети от интегрирани телекомуникационни услуги – мобилни, фиксирани и пренос на данни, като най-вероятно първите клиенти през следващите години ще бъдат корпоративните;

- Поява на мобилни услуги от трето поколение;

- Увеличен дял на негласовите услуги, които ще генерират все повече приходи;

- Въвеждане на преносимост на номерата на мобилните далекосъобщителни оператори след 2007 г., отнасяща се до възможността на крайните потребители да запазят своя абонатен номер при смяна на оператора. Въвеждането на услугата „преносимост на номерата” се очаква да стимулира допълнително конкуренцията на този сегмент от пазара, като от една страна улесни потребителите при преминаване към по-изгодни тарифни планове и условия на други оператори, а от друга страна създаде възможности за операторите на пазара да привличат по-лесно абонати на други мрежи.

⁵⁷ „Проучване и анализ на потребителското търсене на далекосъобщителни услуги в България”, 2006 г., изследване, извършено от Стопанския факултет на Софийски университет по поръчка на КРС