

АНАЛИЗ НА ЦЕНОВАТА ДОСТЪПНОСТ НА УНИВЕРСАЛНАТА УСЛУГА

АБСТРАКТ

Настоящият анализ очертава основните тенденции в развитието на пазара на електронните съобщения и акцентира върху по-доброто разбиране на ценовата достъпност на универсалната услуга.

Универсалната услуга (УУ) е икономически, правен и бизнес термин, използван най-вече в регулирани индустрии, който се позовава на практиката за предоставяне на услуги на базово ниво на всеки жител на страната. Отправната точка в концепцията за УУ е идеята тя да се разглежда като съвкупност от три компоненти¹:

- Наличност (Availability) - което означава, че услугата може да бъде получена в дадена географска област.
- Достъпност (Accessibility) - което означава, че услугата е достъпна за хора с увреждания.
- Поносимост (Affordability) - което означава до голяма степен, по думите на Международен съюз по далекосъобщения² (International Telecommunications Union – ITU), че телефонната услуга трябва да е на такива цени, че повечето хора да могат да си го позволят.

В съответствие с горното, акцент в настоящия анализ е ценовата достъпност в условията на либерализиран пазар и при действието на наложени от КРС задължения³, насърчаващи ефективната конкуренция на съответните пазари.

Изследователските методи, ползвани в анализа, включват широкообхватен статистически и иконометричен анализ на данни за населението и домакинствата в най-бедните слоеве (по смисъла на статистически индикатори) в 26 държави-членки на ЕС⁴, използвайки панел от данни за периода 2005-2010 г. Направените заключения са обсъдени в контекста на специфичните условия в Р. България и общеевропейската правно-приложна рамка.

I. ВЪВЕДЕНИЕ

1. Регулаторна рамка

Съгласно разпоредбата на ал. 1, чл. 182 от Закона за електронните съобщения (ЗЕС) „Универсалната услуга е набор от услуги с определено качество, предлагани на всички крайни потребители, независимо от географското им местоположение на територията на страната и на достъпна цена.“ Обхватът на УУ е уреден в ал. 2, на същия член. Предвид необходимостта УУ да бъде гарантирана, същата се възлага на едно или повече предприятия, които се задължават да предоставят всички или някоя от услугите от обхвата на УУ на цялата или част от територията на страната. Към настоящия момент всички услуги от обхвата на УУ се предоставят на територията на цялата страна от едно задължено предприятие.

Методиката за определяне на цените и ценовите пакети на универсалната услуга е приета с ПМС № 254 от 23.10.2008 г.⁵, т.е. преди националният регулаторен орган – Комисия за регулиране на съобщенията (КРС), с Решение № 650/25.06.2009 г., да определи съответните пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и бизнес потребители като подлежащи на ех ante регулиране⁶. Със същото решение КРС налага специфични задължения на предприятието със значително въздействие на

¹Milne, С., (2000, 2006)

²Souter et al (2005)

³ Решения на КРС № 650/25.06.2009 г, № 1361/31.05.2012 г. №1362/31.05.2012 г. за окончателно за приемане на анализи за съответни пазари

⁴ЕС – 27, с изключение на Люксембург поради съображения за несравнимост

⁵ Обн. ДВ. бр.94 от 31 Октомври 2008г.

⁶ Обн. ДВ. бр.32 от 25 Март 2008г., изм. ДВ. бр.26 от 29 Март 2011г

съответните пазари, в т. ч. разходоориентираност на цените. С други думи свързването и достъпът подлежат на регулиране, от една страна на пазарния анализ, а от друга на приложимите законови разпоредби касаещи предоставянето на универсалната услуга. В тази връзка следва да се отбележи, че по силата на Наредба № 6⁷ от 13 март 2008 г. за изискванията и параметрите на качеството за универсалната услуга, специалните мерки за хора с увреждания и реда за избор на предприятията, предоставящи обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, и за възлагане на задължението за предоставяне на универсалната услуга свързването и достъпа от обхвата на универсалната услуга се отнасят до обосновани заявления, подадени от домашните абонати. Както е посочено в Годишния доклад на КРС за 2011 г.⁸ предприятието, на което са наложени задължения на съответния пазар на дребно и за предоставяне на универсална услуга е едно и също, и то третира всички заявления за свързване като обоснования, то в този смисъл по отношение на услугите свързване и достъп, предлагани на домашни абонати е налице двойно регулиране. Това регулиране се осъществява в условията на силно редуциращ се пазар на гласови услуги предлагани чрез традиционната фиксирана мрежа на задълженото предприятие.

2. Опит на развитите страни в изработването на принципи и мерки за ценова достъпност

Има голямо разнообразие в мерките, предприети за осигуряване на достъпността на УУ в световен мащаб. Някои страни не прилагат конкретни мерки, защото не е имало причина да се определят достъпни тарифи (напр. Исландия и Норвегия). Други страни са приложили (комбинация от) една или повече от следните мерки:

- Регулирани тарифи на дребно (напр. Белгия, Швейцария, Португалия, Кипър, Гърция, Унгария, България, Франция);
- Единно ценообразуване: възможни тарифни разлики, само въз основа на обективни, прозрачни и недискриминационни критерии, включително географско осреднени тарифи (например Ирландия, Малта, Словакия, Словения, Гърция);
- Социални тарифи за специални групи с ниски доходи, специфични социални потребности, хора с увреждания или пенсионери: общи отстъпки или намаления, състоящи се от определена сума или процент от стандартните тарифи (например Франция, Белгия, Дания, Италия, Португалия, Чехия, Кипър, Гърция, Словения, България);
- Разумна цена на базови тарифи или за рядко обаждащите се потребители (Нидерландия).

Понякога тарифите се определят чрез закон или постановление на правителството или министерството (напр. Чешката република), в други случаи това се извършва от НРО, който може да определи тарифите в своите решения (напр. Румъния, Полша, Португалия).

3. Определяне и измерване на ценовата достъпност на УУ

Подобно на бедността, ценовата достъпност е сложно и комплексно понятие, което може да бъде разтълкувано по различни начини. За целите на анализа, е важно ценовата достъпност да се дефинира възможно най-точно. Така според прегледа на литературата в тази област приемаме, че пакет от електронно съобщителни услуги какъвто се предлага от всички предприятия, опериращи на пазара е достъпен, ако пакетът позволява домакинствата в най-ниско доходната група да осъществяват необходимото общуване чрез устойчиви разходи, т.е. разходи, които не навреждат на другите основни разходи.

Освен това е важно да се отбележи, че съществуват две равнища на ценова достъпност⁹, отразени чрез два ефекта:

- **Бариерен ефект** – когато даден потребител няма възможност да притежава или използва собствен телефон или да използва телефони за споделен достъп, различни от телефоните за спешни случаи;
- **Потискащ ефект** – когато даден потребител е обезкуражен да изговори необходимите му минути за разговор, въпреки че има достъп до телефон.

Първият ефект е по-сериозен, но двата ефекта трябва да се разглеждат в съвкупност. Логически вярно е твърдението, че ако е минимизиран потискащия ефект за цялото население,

⁷ http://www.crc.bg/files/bg/II_GD2011.pdf, стр.60

⁹Milne, C. (2006)

то при всички положения бариерният ще бъде по-слабо изразен. Поради посеченото основната част от изследванията в анализа са фокусирани върху втория ефект. По-подробно това е разяснено в главата, посветена на методологията, използвана в анализа.

4. Цели

Основната цел на анализа е да осигури независими, основани на доказателства, отговори на следните въпроси:

- До каква степен в момента са достъпни електронните съобщителни услуги за гласова телефония в България?
- Какво е състоянието на пазара, в чийто обхват попада УУ?
- Какви са бъдещите тенденции?

II. ДОСТЪПНОСТ НА УНИВЕРСАЛНАТА УСЛУГА

1. Първични бележи

В по-голяма част от литературата, посветена на измерване на достъпността се използват разходите за електронно съобщителни услуги като дял от общите разходи или от личния доход (по възможност разполагаме) на индивидите или домакинствата. В известна степен по-удачно е да се използват анализи за разходите на домакинствата, тъй като достъпът в определено местоположение се използва от всички съжителстващи индивиди. От друга страна подобна информация не винаги е налична. Друг акцент, върху който е удачно да се наблегне е концентрирането върху нискодоходните групи от индивиди и домакинства.

Следвайки примера на Plum Consulting¹⁰ си задаваме следните въпроси:

- Кои не са свързани към обществената телефонна мрежа?
- Има ли проблем с достъпността и кои са основните детерминанти?

2. Кои не са свързани към обществената телефонна мрежа (ОТМ)?

От докладите на Eurobarometer¹¹ става ясно, че като цяло несвързаното население в ЕС е много малко – само 2% от общото население, но за държави като България, Унгария и Румъния има съществена разлика спрямо средните стойности за ЕС (виж табл. 1). Ако всички домакинства са свързани, тогава е резонно да се твърди, че няма проблем с цената достъпност. Но, както показва таблицата, не такъв е случаят в България, въпреки значителното редуциране на показателя за разглеждания период.

Поради липса на данни за това какво е съотношението на несвързаните според различните нива на дохода по възрастови групи не можем да направим обосновано заключение за връзката между доходите и липсата на свързаност. Подобна разбивка има само за пределите на Великобритания¹². Там резултатите са красноречиви и показват, че само населението с доход под 9500£ е несвързано. При възрастовата структура главно несвързани са индивиди над 75 г.

Таблица 1

Дял на населението, което не е свързано към ОТМ, (% от цялото население)

	2005	2006	2007	2008*	2009	2010	2011
Белгия	3%	4%	4%	3%	1%	2%	3%
България	16%	15%	11%	9%	7%	8%	7%
Чехия	4%	5%	4%	3%	2%	3%	3%
Дания	2%	2%	1%	1%	0%	0%	0%
Германия	3%	4%	5%	3%	1%	1%	1%
Естония	5%	5%	4%	4%	3%	2%	3%

¹⁰David Lewin, Claire Milne, 2010, Are telecommunications services universally affordable across the EU?

¹¹E-COMMUNICATIONS HOUSEHOLD SURVEY – 381, 362, 335, 293, 274, 249

¹²Ofcom report, 2003

Ирландия	2%	2%	1%	1%	1%	2%	1%
Гърция	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Испания	3%	3%	7%	5%	2%	3%	2%
Франция	1%	3%	2%	2%	1%	1%	0%
Италия	4%	6%	4%	3%	1%	2%	2%
Кипър	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Латвия	7%	8%	6%	4%	2%	2%	2%
Литва	9%	10%	10%	7%	4%	3%	3%
Унгария	7%	13%	9%	8%	6%	5%	6%
Малта	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%
Нидерландия	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Австрия	1%	4%	3%	2%	1%	1%	0%
Полша	12%	8%	5%	5%	4%	4%	4%
Португалия	9%	6%	10%	8%	5%	5%	4%
Румъния	23%	23%	20%	18%	15%	11%	10%
Словения	2%	1%	2%	1%	0%	0%	0%
Словакия	7%	10%	8%	6%	4%	5%	5%
Финландия	0%	1%	2%	2%	1%	2%	0%
Швеция	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Великобритания	2%	2%	3%	2%	1%	1%	2%

Източник: Eurobarometer

Eurobarometer не предоставя анализ за 2008г. и стойностите са взети като трендови от 2007г. и 2009г.

3. Има ли проблем с достъпността и кои са основните детерминанти?

В Приложение 1 към настоящия анализ е представена таблица на избрани индикатори, а именно – БВП/човек от населението в паритет на покупателна способност (ППС), коефициент на Джини¹³, среден доход на индивид от първия децил по разпределение на дохода, 2/3 от прага на бедността¹⁴, които индикатори представляват предимно доходните критерии. Изборът на доходен индикатор (дали да бъде БВП/ човек от населението в ППС, коригиран с Джини коефициент; среден доход в 1-вия децил или пък праг на бедност) е въпрос, чийто отговор може да се даде само чрез проследяване на обхвата на несвързаните домакинства¹⁵. Първият децил по определение заема 10-те най-бедни процента от населението, но с изключение на Румъния всички други страни имат несвързано население по-малко от 10%. Ето защо по-удачен според критерия „обхват“ е прагът на бедност и по-специално измервания от Евростат 2/3 праг от бедността. Доказателство за последното е положителният корелационен коефициент между дела на несвързаните към обществената телефонна мрежа и дела на населението под 2/3 от прага на бедност в размер на **0,522605** за изследваните страни (ЕС 27 без Люксембург) за 2010 г. Все пак доходът по децили позволява използване на осреднен доход за домакинството като цяло, тъй като реалността **не определя** средния брой на домакинствата¹⁶ като цели числа. Еквивалентният доход (използван при прага на бедност) може да изчисли доход на конкретно домакинство с определено тегло на неговите членове (съответно 1 за първи възрастен, 0,5 за всеки следващ възрастен и 0,3 за всяко дете – членове на домакинство), но не и средно хипотетично домакинство.

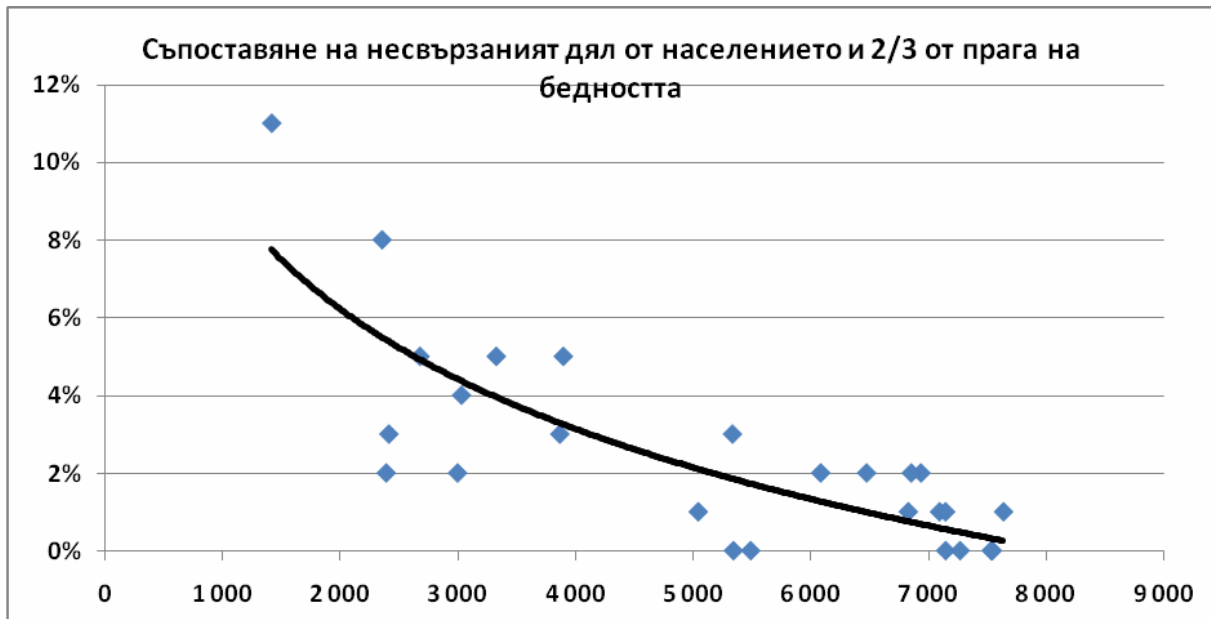
¹³ Коефициент на Джини (GINI) измерва подоходното неравенство в рамките на цялото население (виж повече на: http://en.wikipedia.org/wiki/Gini_coefficient)

¹⁴ 40% от медианния общ нетен еквивалентен доход за страната

¹⁵ Домакинства, които нямат достъп до собствен телефон (независимо дали е фиксиран или мобилен)

¹⁶ В България например за 2011 е 2,4 и това няма как да се калкулира чрез еквивалентен доход, поради което се ползва децилен доход

Първичният анализ чрез напречно сечение на данните между страните за 2010 г. показва, че подобна зависимост между дохода на най-бедното население и делът на несвързаните към ОТМ е статистически значима.

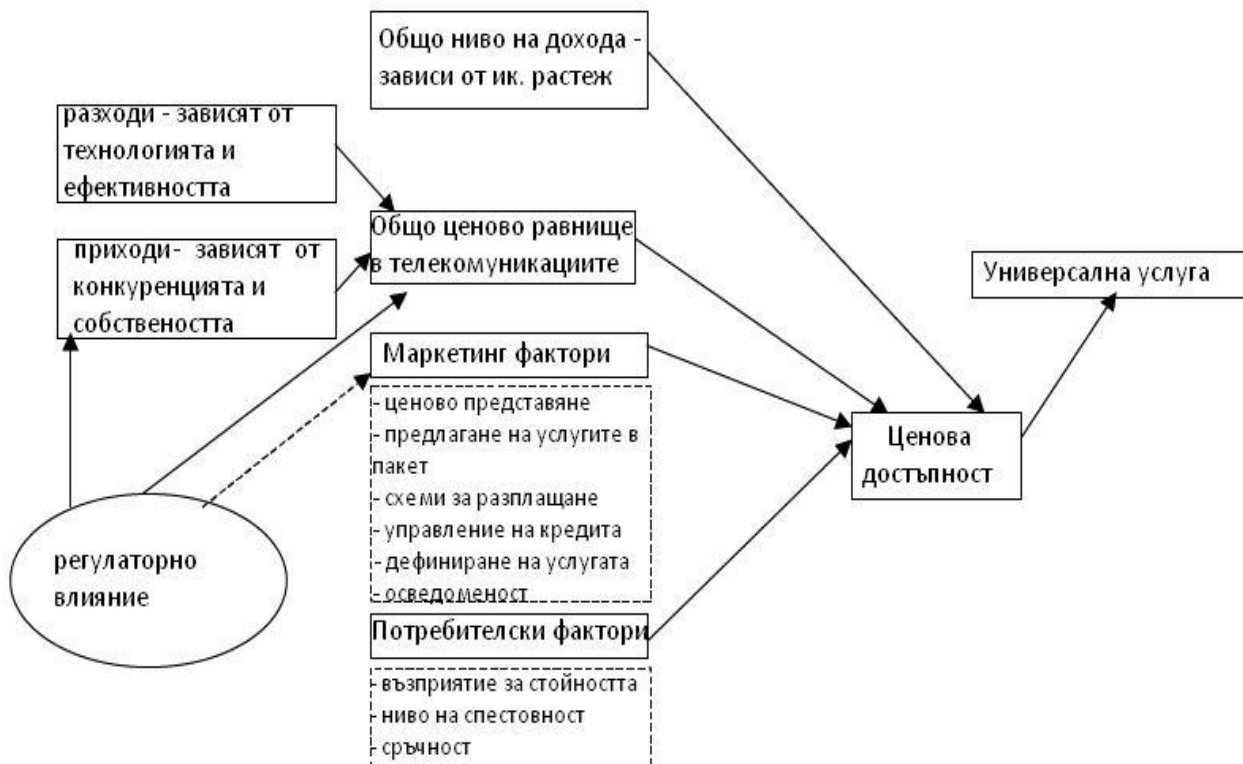


Източник: собствени изчисления

Графика 1

Следователно доходът наистина е основен фактор за свързването към ОТМ и той трябва да бъде включен в моделирането на достъпността на цените. Освен него обаче важни са и цените на телекомуникационните услуги, някои маркетинг фактори, както и чисто поведенчески и индивидуални характеристики на потребителите (виж схемата по-долу).

Схема на факторите, определящи ценовата достъпност



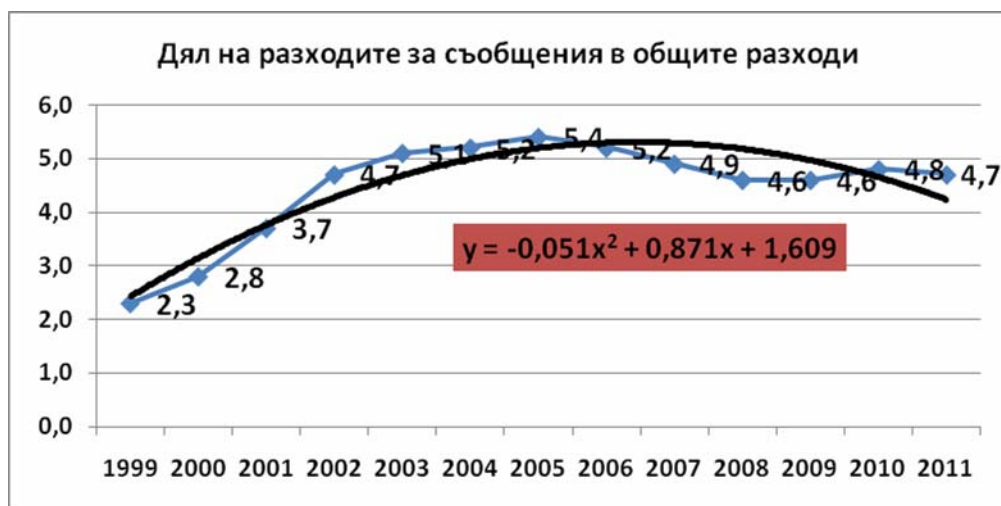
Източник: WDR study

4. Модели за изчисляване на достъпността

4.1. S-curve модел за достъпност на цените

Изхождайки от теорията, че разходите за основни стоки¹⁷ в един инфлексен момент започват да намаляват за сметка на разходите за други (люксови) стоки, т.е. като дял от общите разходи. Чисто математически това се изразява чрез парабола, т.е. полином от втора степен с отрицателен знак на коефициента пред неизвестното от втора степен ($-a.X^2$). Причината за подобна форма се крие в това, че при ниските нива на дохода хората се отказват от основни услуги, защото те просто нямат възможност да закупят всичко, което им е необходимо и така в общ план разходите са сравнително ниски. След постепенното повишаване на дохода разходите рязко се повишават, достигат своя пик и след това намаляват своя дял спрямо общите разходи.

Вземайки данни от НСИ за разходите на домакинствата (наличен е само периодът 1999 – 2011) и построявайки трендова крива (виж Графика 2) с горепосочените изисквания, се вижда, че с **голяма вероятност електронно-съобщителните услуги са достъпни за голяма част от населението** (отрицателен знак на коефициента пред неизвестното от втора степен).



Източник: НСИ, собствени изчисления

Графика 2

4.2. Модел „Процент от дохода“

Подобно на предходния модел и тук използваме разходите за телекомуникационни услуги с тази разлика, че ги сравняваме с различните нива на дохода, а не като дял от общите разходи. Аргумент в тази посока може да бъде това, че домакинствата не изразходват всичките си доходи за потребление – не малка част те спестяват. Разликата в спестяването между различните етапи на бизнес цикъла могат да доведат до изкривяване. Освен това има разлика и в спестяванията между различните страни - например в Китай средната норма на спестяване на домакинствата е над 40%, а в САЩ под 10%, което не позволява сравнения на широка база при евентуално иконометрично изследване.

Трудно е да се определи каква част от доходите е нормално да се разходват за електронно съобщителни услуги. В анализ на PUA¹⁸, подкрепен и от Plum Consulting като разумна граница, осигуряваща достъпността на дадена кошница от социално необходими електронно съобщителни услуги се взема условно 4% от дохода на първия децил. Доклад на ITU¹⁹ посочва, че много по-реалистично е подобна условна граница да бъде 5%. Социално необходимите електронно съобщителни услуги са много спорен въпрос, но все пак Световната

¹⁷Бел авт. - в съвременна форма става дума за храна, ток, вода, здраве, телефон, дрехи и пр.

¹⁸Towards defining and measuring affordability of utilities – a discussion paper, 2003

¹⁹ITU Universal Accessreport, 1998

банка (СБ) и ITU²⁰ определят т.нар. „fixed sub-basket”, в която са включени 30 селищни разговора (15 в слаб трафик и 15 в силен трафик), всеки от които с продължителност 3 мин. (общо **90 мин.**) + всички такси за включване и абонамент на база на оферти на предприятието със значително пазарно въздействие (ЗПВ). Същите институции измерват и друг тип кошница – за мобилна комуникация. Много е трудно да се определи дали трябва да се използва нещо осреднено между двете или пък само една от тях. Изхождайки от условието за предоставяне на УУ в определено местоположение определя за целите на анализа е използвана „фиксираната кошница“.

Структурата на подобна кошница е силно дискутирана и често се отъждествява с предоставените минути за месечно потребление в тарифните планове за хора с ниски доходи. Така например данните от долната таблица (табл. 2) показват, че има голяма вероятност кошницата, пресмятана от страна на СБ и ITU да съдържа повече минути, отколкото е социално необходимият минимум. Milne²¹ твърди, че общият брой минути за изходящи разговори е в рамките между **30 и 60 мин.** Евентуално надценяване на основните потребности има и своите добри черти, защото доказвайки, че подобна кошница е достъпна – то и всички с по-малко минути ще са поносими за населението.

Таблица 2

Включени минути в пакети за хора с ниски доходи

Източник	Минути за изходящи разговори на месец
Orange –Франция	40
BT Basic – Великобритания	15
Telefonica – Испания	63
Safelink Pennsylvania – САЩ	42
Safelink Mass – САЩ	80

Източник: Plum Consulting

Приемайки горепосочените условия пресмятаме „фиксираната кошница” спрямо стандартния план на БТК. Сумата от разговорите, абонамента и свързването са в размер на 18,77 лв. на месец²². За доход на домакинството имаме известни трудности, тъй като данни за средните стойности за индивид от тази група има налични в Евростат само до 2010г.²³ За да продължим реда до 2012г. прибавяме към наличните данни и номиналното нарастване на БВП от НСИ²⁴. За съставянето на подобно изчисляване са ни необходими средният брой на членове в домакинствата, данни за които са налични в Евростат²⁵ с уговорката, че хипотетично хората в най-ниската доходна група имат същата структура (в осреднен вариант), както и цялото население. Така откриваме, че достъпни електронно съобщителни услуги може да имаме при цена по-малка от 25.77лв. на месец (при 5% условна граница за достъпност). **Според даденият критерии видимо тази кошница е достъпна за домакинствата от първия децил.** Съвсем резонно е да си зададем въпроса – след като цената е достъпна защо има толкова много несвързани към ОТМ и какво е положението, ако домакинството е съставено от един член?

Според Plum Consulting²⁶ несвързаните към ОТМ могат да се сегментират на две основни групи – възрастни хора над 65г. (често сами), които получават регулярен, но нисък доход и многочленни семейства (често от малцинствени групи), които получават нерегулярни доходи, т.е. имат чести прекъсвания и преминавания от заетост към незааетост и обратно. **За първите трудност е цената на услугата по принцип и рискът от начисляване на големи сметки, а при вторият сегмент липсата на регулярни доходи не дава възможност да се подписват дългосрочни договори.** В рамките на България подобно сегментиране не е лишено от

²⁰The Little Data Book on Information and Communication Technology – 2012, 2011, 2010, 2009, 2008, 2007

²¹Milne (2006)

²²30 разговора = 30*първоначална такса за разговор = 3,96 лв.

15 разговора по 3 мин в силен трафик = 0,81 лв.

15 разговора по 3 мин в слаб трафик = 0,00 лв.

Месечен абонамент = 12 лв. с ДДС

Такса за свързване = 24 лв. (тя е еднократна и я разделяме за периода от 1г. или 12м.)

Общо= 18,77 лв.

²³2453 лв.

²⁴ 5% до първото тримесечие на 2012г.

²⁵ 2,4

²⁶ David Lewin, Claire Milne, 2010, Are telecommunications services universally affordable across the EU?

аргументи – 22,7% от едночленните домакинствата са под 2/3 от прага на бедност (повечето, от които са възрастни хора) или около 210 000 души, а при многочленните семейства (над 5-ма членове) този размер е 47,3%²⁷ - около 103 000 души или двете групи образуват 4,25 % от цялото население на Р. България.

За изчисляване на тези особености следва да се вземе предвид, че е по-удачно да използваме еквивалентен доход тъй като имаме домакинство, съставено от реален брой членове, т.е. изразено чрез цяло число. Освен това е видно и че потреблението, включено в кошниците би трябвало да е различно. Изпробвани са варианти за „Стандартен“ план, „Предплатен“ (call-you) план и „Ограничен“ план, който е достъпен за хора с документ за нисък доход. Включването на предплатен мобилен план изисква известно уточняване – по принцип не може да се счита, че фиксирани и мобилните услуги са взаимозаменяеми, по-скоро явлението е асиметрично²⁸, тъй като е много вероятно потребителите да преминат от изцяло фиксирана към изцяло мобилна услуга, но не и обратното. В таблицата е използван 5% условен праг за достъпност. Пресметнати са различни комбинации от кошници по логиката на ITU фиксирана кошница. В зелено са означени всички тарифни планове, които са достъпни, а в червено – недостъпните. За разходи за закупуване на мобилен апарат са приети 20 лв., разпределена в 1 г. по примера на 1-годишен договор при другите два плана. Това може да бъде оспорвана стойност, но вземайки предвид, че пазарът на апарати second hand е силно развит в България една покупка „на старо“ или покупка на нов апарат и последваща продажба дават основание посочената сума бъде възприета като разумен разход.

Таблица 3

Едночленно домакинство				
Месечно потребление		Стандартен	Предплатен	Ограничен
5 разговора по 3 мин. (силен трафик)	"15"	14.93	6.16	3.72
5 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 5 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"30"	15.59	8.66	5.20
10 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 10 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"60"	17.18	11.16	6.80
15 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 15 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"90"	18.77	12.00	8.40
20 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 20 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"120"	20.36	13.66	9.80
Многочленно домакинство				
Месечно потребление		Стандартен	Предплатен	Ограничен
5 разговора по 3 мин. (силен трафик)	"15"	14.93	6.16	3.72
5 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 5 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"30"	15.59	8.66	5.20
10 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 10 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"60"	17.18	11.16	6.80

²⁷ Данни на Евростат, преимуществено считаме, че подобни семейства са съставени от 2-ма възрастни и 3 или повече деца.

²⁸ Виж КРС – анализ на съответния пазар (към решение 650)

15 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 15 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"90"	18.77	12.00	8.40
20 разговора по 3 мин. (силен трафик) + 20 разговора по 3 мин. (слаб трафик)	"120"	20.36	13.66	9.80
	Годишен доход, лв.		5% от месечния доход, лв	
екв. Доход на едночленно домакинство	2360		9.83	
Екв. Доход на многочленно домакинство (2-ма възрастни + 3 деца)	5664		23.6	

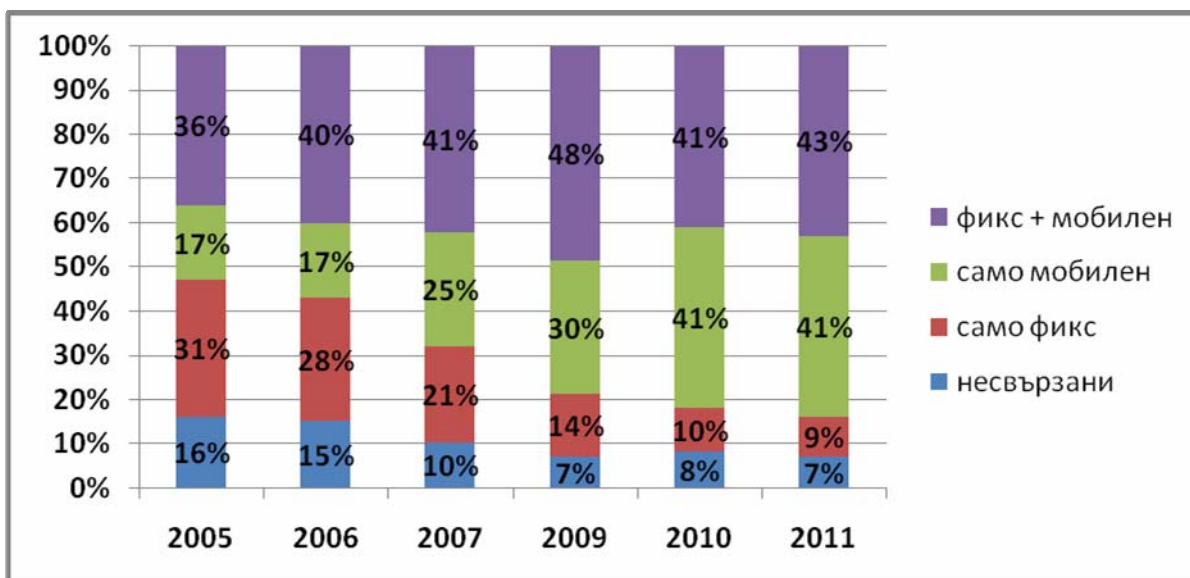
Източник: използвани са данни на НСИ, Евростат, БТК, собствени изчисления

Според горепосочената таблица най-проблемно е положението на едночленните домакинства, където не всички кошници са достъпни при липсата на документ за социални помощи от Агенцията за социално подпомагане (АСП). При многочленните домакинства имаме пълно покритие на достъпността – тогава на преден план излиза рационалността на потребителите, които е по-вероятно да изберат свързване чрез „Предплатен“ (при неизпълнение на критерия за „Ограничен“) вместо чрез фиксирания стандартен план – предимствата са съвсем ясни: възможност за пълно контролиране на разходите чрез предплащане, липса на договор и дългосрочни задължения, възможност за същите разходи да се провеждат изходящи обаждания към всички оператори в страната, независимо от вида на мрежата, пълна мобилност и пр.

Обективно погледнато може да съществуват и индивиди с наистина ниски доходи (пониски и от средните за най-бедния децил). За тях статистическият показател, който би трябвало да бъде използван, е Гарантиран минимален доход (ГМД). За 2012 г. той е в размер на 65 лв.²⁹, а за лица над 65г., живеещи сами ГМД е 91 лв. За вторите кошницата „15“ е достъпна в план „Ограничен“, за първите тя не е достъпна при условна граница от 5 %, но все пак е близо – месечен абонамент при това положение се равнява на 5,7 % от ГМД. **Като заключение можем да кажем, че предплатените планове са много по-достъпни и изгодни за потребителите, което е силен аргумент срещу УУ, предоставяна само в определено местоположение.**

Много показателно е и състоянието на пазара през последните години. Логично е тези, които не са свързани да не могат да преминат изведнъж към фиксирано + мобилно свързване, а да имат избор да предпочетат фиксирани или мобилни електронни съобщителни услуги. Тенденцията е красноречива и тя показва, че населението масово предпочита мобилното пред фиксираното свързване и в този смисъл **пазарът на фиксирани гласови услуги може да се разглежда като „отмиращ“ пазар.**

²⁹ Агенция „Социално подпомагане“ <http://pomosti.oneinform.com/>



Източник: доклади на Eurobarometer

Графика 3

4.3. Иконометричен модел на ценовата достъпност

Предходните модели показват известни колебания при определянето на достъпността, затова за целите на анализа ще бъде използван и иконометричен модел с оглед определяне на онази част от населението, която изпитва затруднения в достъпността на електронно съобщителните услуги. Както стана ясно за 2011 г. несвързани са 7% от населението в България, но предходните модели определиха, че вероятно голяма част от тях могат да си позволят подобен разход и причините са в други характеристики (виж отново схема 1).

Въз основа на панел от данни за периода 2005 – 2010 г. за 26 държави-членки на ЕС се определя т.нар. „естествена норма“ на дела несвързани към ОТМ. В случай, че тази норма се окаже много близка до текущия дял на несвързаните, то настипа пакетите предлагани на пазара са достъпни за населението. Последното би означавало, че предлаганата цялостна услуга на свързване, достъп и определен набор от изходящи повиквания (т.е. пакетите) обезсмисля в обхвата на УУ да бъдат включени остарели и неотразяващи технологичното развитие услуги.

Накратко, използваният инструментариум включва пресмятане на дела на разходите за кошница „90“, взети от докладите на СВ и ITU в еквивалентния месечен доход. Цената на кошницата в тези доклади е изчислявана по текущи цени в щатски долари, а доходът е взет от Евростат и е в национална валута, отново по текущи цени (не е нужно да използваме съпоставими цени, защото целта на нашето измерване е изчисляването на дела, но за сравняване на доходите трябва да бъдат по съпоставими цени и в ППС). За да бъдат сравними тези данни ги коригираме с официалния средногодишен валутен курс за всяка една от използваните валути – тези данни са взети от Европейската централна банка (ЕЦБ) (виж приложение 2). В таблицата по-долу са представени определените дялове на „социално необходимата кошница 90“.

Таблица 4

Дял на разходите за кошница „90“ спрямо еквивалентния месечен доход						
	2005	2006	2007	2008*	2009	2010
Белгия	4,8%	4,3%	3,9%	3,9%	3,7%	3,7%
България	17,7%	17,3%	15,8%	8,6%	10,5%	9,4%
Чехия	12,8%	11,4%	10,1%	9,3%	9,2%	8,2%
Дания	3,4%	3,2%	2,0%	2,4%	2,1%	2,5%
Германия	3,9%	4,0%	3,3%	3,2%	3,8%	3,3%
Естония	12,6%	10,2%	7,7%	5,0%	4,6%	4,5%

Ирландия	5,1%	4,8%	4,1%	3,7%	4,2%	3,0%
Гърция	5,4%	5,1%	4,5%	5,0%	4,8%	4,5%
Испания	5,9%	5,4%	4,7%	4,9%	4,6%	4,7%
Франция	4,4%	4,3%	3,9%	3,3%	3,2%	3,0%
Италия	4,5%	4,1%	3,6%	3,6%	3,9%	3,6%
Кипър	3,7%	3,0%	2,5%	5,6%	3,2%	3,2%
Латвия	15,2%	12,5%	8,7%	5,0%	4,4%	5,1%
Литва	20,7%	16,7%	11,8%	7,3%	6,4%	7,3%
Унгария	19,6%	15,6%	12,5%	14,0%	12,1%	11,1%
Малта	5,1%	4,7%	1,8%	2,2%	1,1%	2,8%
Нидерландия	4,3%	4,2%	3,6%	3,3%	3,0%	2,5%
Австрия	3,9%	3,9%	3,5%	3,1%	3,0%	2,8%
Полша	12,1%	10,6%	12,7%	12,8%	9,0%	9,6%
Португалия	10,7%	10,4%	9,2%	6,4%	7,1%	6,6%
Румъния	19,7%	11,5%	9,0%	14,1%	22,1%	14,7%
Словения	4,8%	4,5%	4,3%	3,8%	3,6%	3,5%
Словакия	16,3%	13,8%	8,6%	9,7%	8,6%	7,5%
Финландия	4,0%	3,7%	3,4%	2,0%	1,9%	1,8%
Швеция	3,7%	3,5%	3,1%	2,3%	2,9%	2,6%
Великобритания	4,1%	3,5%	2,9%	2,9%	3,2%	2,8%

В рамките на иконометричния анализ зависимата променлива е делът на несвързаните от населението (виж табл. 1). За целите на изследването е използван панел от данни³⁰ и с оглед отстраняване на съществените отклонения от масовото явление на данните, включени в модела, се ползва софтуер, който автоматично преобразува посочените съществени отклонения.

$$HH = C + a*Fixed_sub_basket + FE (1),$$

където:

HH – Делът на несвързаното население спрямо общото;

C – Свободен коефициент;

FE – Фиксиран ефект;

Таблица 5

					Белгия	-0,00423
					България	0,052081
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)					Чехия	-0,01421
Sample: 2005 2010					Дания	-0,0184
Periods included: 6					Германия	-0,00203
Cross-sections included: 26					Естония	-0,00393
Total panel (balanced) observations: 156					Ирландия	-0,017
Linear estimation after one-step weighting matrix					Гърция	-0,02246
					Испания	0,003027
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	Франция	-0,01482
					Италия	0,001263
C	0.020150	0.002827	7.128924	0.0000	Кипър	-0,02858

³⁰ Panel EGLS (Cross-section weights)

FIXED_SUB_BASKET	0.285699	0.042952	6.651604	0.0000	Латвия	0,003883
					Литва	0,018047
Effects Specification					Унгария	0,01854
					Малта	-0,02608
Cross-section fixed (dummy variables)					Холандия	-0,03008
					Австрия	-0,00971
Weighted Statistics					Полша	0,010512
					Португалия	0,026674
R-squared	0.892948	Mean dependent var	0.043656	Румъния	0,091012	
Adjusted R-squared	0.871371	S.D. dependent var	0.034019	Словения	-0,02182	
S.E. of regression	0.017724	Sum squared resid	0.040522	Словакия	0,015803	
F-statistic	41.38537	Durbin-Watson stat	1.434624	Финландия	-0,01562	
Prob(F-statistic)	0.000000			Швеция	-0,02886	
				УК	-0,01103	

Така при напълно безплатна услуга несвързаните (при равни други условия) като дял от населението ще бъдат най-малко 5,45 % [0.0545 ; 0.07]. Тази естествена норма показва, че причините не са доходни, а се крият в други фактори. Следователно **ценовата достъпност е изпълнена** и стойностите на нетно несвързани (несвързани – естествена норма) е съпоставим със средноевропейските страни.

За по-голяма сигурност на изследването същата кошница е приложена към доходите на домакинствата от първия децил, при уговорката за еднаква структура, както в цялата съвкупност от домакинства на територията на Р. България. Получените резултати са представени в следващата таблица. Използван е същият подход, както в предходната регресия. С изключение на използването на дела на свързаното население, за да може да се логаритмува.

Дял на разходите за кошница „90” спрямо средния доход за домакинство в първата децилна група от населението

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Белгия	1,5%	1,4%	1,2%	1,2%	1,2%	1,1%
България	5,9%	6,1%	6,8%	3,4%	4,1%	3,8%
Чехия	3,5%	3,0%	2,7%	2,5%	2,4%	2,2%
Дания	1,1%	1,0%	0,6%	0,8%	0,7%	0,9%
Германия	1,3%	1,4%	1,2%	1,2%	1,4%	1,2%
Естония	4,3%	3,5%	2,7%	1,7%	1,5%	1,5%
Ирландия	1,5%	1,3%	1,1%	1,0%	1,2%	0,8%
Гърция	1,9%	1,9%	1,6%	1,8%	1,7%	1,6%
Испания	1,8%	1,7%	1,5%	1,5%	1,6%	1,7%
Франция	1,4%	1,3%	1,2%	1,0%	1,0%	1,0%
Италия	1,5%	1,4%	1,2%	1,3%	1,4%	1,3%
Кипър	0,9%	0,8%	0,7%	1,5%	0,8%	0,9%
Латвия	5,0%	4,5%	3,1%	2,0%	1,8%	1,8%
Литва	6,8%	5,6%	4,0%	2,7%	2,3%	3,0%
Унгария	5,5%	4,8%	3,5%	3,8%	3,3%	3,0%
Малта	1,2%	1,2%	0,4%	0,6%	0,3%	0,7%
Нидерландия	1,3%	1,2%	1,1%	1,0%	0,9%	0,8%
Австрия	1,2%	1,2%	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%

Полша	3,9%	3,1%	3,7%	3,5%	2,6%	2,8%
Португалия	3,4%	3,1%	2,8%	2,0%	2,2%	2,0%
Румъния	9,7%	5,4%	3,5%	5,2%	8,0%	5,0%
Словения	1,3%	1,2%	1,1%	1,1%	0,9%	1,0%
Словакия	3,9%	3,2%	2,0%	2,3%	2,1%	1,9%
Финландия	1,2%	1,2%	1,1%	0,7%	0,7%	0,6%
Швеция	1,2%	1,3%	1,1%	0,8%	1,1%	0,9%
Великобритания	1,5%	1,3%	1,1%	1,1%	1,1%	1,0%

Уравнението придобива вида:

$$\ln HH = C + a * \text{Fixed_sub_basket} + FE \quad (2),$$

където:

$\ln HH$ – натурален логаритъм от делът на свързаното население спрямо общото;

C – Свободен коефициент;

FE – Фиксиран ефект;

Таблица 7

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.		
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)					Belgium	0,0044170
Date: 08/09/12 Time: 21:17					Bulgaria	-0,0474070
Sample: 2005 2010					Czech Republic	0,0112800
Periods included: 6					Denmark	0,0190010
Cross-sections included: 26					Germany	0,0037690
Total panel (balanced) observations: 156					Estonia	0,0068060
Linear estimation after one-step weighting matrix					Ireland	0,0162340
					Greece	0,0253870
					Spain	-0,0023670
					France	0,0151880
C	-0,01978	0,003151	-6.277857	0.0000	Italy	0,0000405
FIX	-0,995542	0,148891	-6.686383	0.0000	Cyprus	0,0274040
					Latvia	0,0002150
					Lithuania	-0,0143810
					Hungary	-0,0233080
					Malta	0,0245470
					Netherlands	0,0302030
					Austria	0,0098110
					Poland	-0,0126670
R-squared	0.883335	Mean dependent var	-	0.045402	Portugal	-0,0280890
Adjusted R-squared	0.859822	S.D. dependent var	0.034264		Romania	-0,0922470
S.E. of regression	0.018918	Sum squared resid	0.046167		Slovenia	0,0205770
F-statistic	37.56667	Durbin-Watson stat	1.458468		Slovakia	-0,0238350
Prob(F-statistic)	0.000000				Finland	0,0162050
					Sweden	0,0303990
					United Kingdom	0,0128150

И тук резултатите показват близки стойности – интервалът на естествената норма е [0.0467; 0.0656] или най-ниската възможна стойност е около 4,7%, което води до идентични заключения, а именно, че има други фактори освен цената, които влияят на решението на потребителите дали да се свържат към ОТМ или не.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вземайки предвид направеното в настоящия анализ изследване като заключение можем да обобщим, че УУ губи своята практическа стойност за потребителите, тъй като конкуренцията дава възможност за широк избор на решения за задоволяване на нуждите им. В тази връзка ясно се очертава тенденцията за миграция от фиксирани към мобилни мрежи. Освен това, от множеството проверки е видно, че цените не са основния фактор за достъпност към текущо несвързаното население в Р. България. Следователно постепенното намаляване на обхвата на задълженията за предоставяне на УУ (с акцент върху достъпа и свързването) е приемлив и логичен развой с оглед конвергентните процеси, протичащи между България и страните-членки от ЕС.

Независимо от горния извод и вземайки предвид отбелязаното в анализа, че обективно погледнато може да съществуват и индивиди с наистина ниски доходи (по-ниски и от средните за най-бедния децил), то ценова достъпност на универсалната услуга за определени социални категории – потребителите с ниски доходи и тези в неравностойно положение, включително настанените в социални заведения е обективно оправдана.

Избрани индикатори за 2010 г.

	БВП / човек от населението в ППС	GINI Index	Среден доход на най-бедните 10% от населението в ППС	2/3 от прага на бедността (40% от общия медианен доход на еквивалентна единица) в ППС
Белгия	29 000	26,6	9 301	6 932
България	10 700	33,2	2 445	2 352
Чехия	19 400	24,9	5 963	3 862
Дания	31 000	26,9	9 716	7 142
Германия	28 800	29,3	9 106	7 090
Естония	15 700	31,3	3 821	2 993
Ирландия	31 100	33,2	8 520	6 470
Гърция	21 900	32,9	5 792	5 039
Испания	24 500	33,9	5 407	5 330
Франция	26 300	29,8	9 739	7 141
Италия	24 600	31,2	7 185	6 080
Кипър	23 200	29,1	9 781	7 539
Латвия	13 400	36,1	2 475	2 387
Литва	14 000	36,9	2 429	2 410
Унгария	15 800	24,1	3 771	2 674
Малта	20 200	28,4	7 145	5 338
Нидерландия	32 400	25,5	11 202	7 529
Австрия	30 800	26,1	10 647	7 634
Полша	15 300	31,1	3 707	3 027
Португалия	19 500	33,7	4 688	3 892
Румъния	11 400	33,3	1 443	1 414
Словения	20 700	23,8	7 646	5 485
Словакия	17 900	25,9	4 661	3 322
Финландия	28 000	25,4	9 627	6 850
Швеция	30 300	24,1	10 072	7 265
Великобритания	27 400	33,0	8 551	6 825

Източник: Евростат

Официални валутни курсове спрямо \$

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
[Bulgarian lev]	1.57206	1.557662	1.42707	1.329753	1.402208	1.475296
[Cypriot pound]	0.463652	0.45857	0.425122	0.679902	0.716949	0.754318
[Czech koruna]	23.93859	22.57248	20.25976	16.96084	18.95254	19.07219

[Danish krone]	5.989711	5.940666	5.43641	5.06935	5.338543	5.617636
[Estonian kroon]	12.57664	12.46145	11.41671	10.63816	11.21781	11.80252
[UK pound sterling]	0.549634	0.542952	0.499336	0.541392	0.638758	0.647085
[Hungarian forint]	199.3811	210.4651	183.4002	171.0022	200.9822	207.7997
[Lithuanian litas]	2.77534	2.74992	2.519372	2.347566	2.47548	2.604511
[Latvian lats]	0.559601	0.554476	0.510835	0.477767	0.505951	0.534586
[Maltese lira]	0.345551	0.341908	0.313243	0.679902	0.716949	0.754318
[Polish zloty]	3.233663	3.102819	2.760817	2.387884	3.102667	3.013276
[Romanian leu]	2.910457	2.80806	2.433637	2.503807	3.039791	3.17734
[Swedish krona]	7.460976	7.3705	6.749435	6.537395	7.61335	7.194162
[Slovenian tolar]	192.5634	190.822	0.729661	0.679902	0.716949	0.754318
[Slovak koruna]	31.02564	29.65435	24.64429	21.2551	0.716949	0.754318
EUR	0.803794	0.796432	0.729661	0.679902	0.716949	0.754318

Источник: ЕЦБ