

I. СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА ПАЗАРА НА ЕЛЕКТРОННИ СЪОБЩЕНИЯ	7
1. Световно развитие на пазара на електронни съобщения	7
2. Перспективи за развитие на световния пазар на електронни съобщения	12
3. Правна и регулаторна рамка	13
4. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България	15
4.1. Обем на пазара	15
4.2. Структура на пазара	16
5. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения	18

I. СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА ПАЗАРА НА ЕЛЕКТРОННИ СЪОБЩЕНИЯ

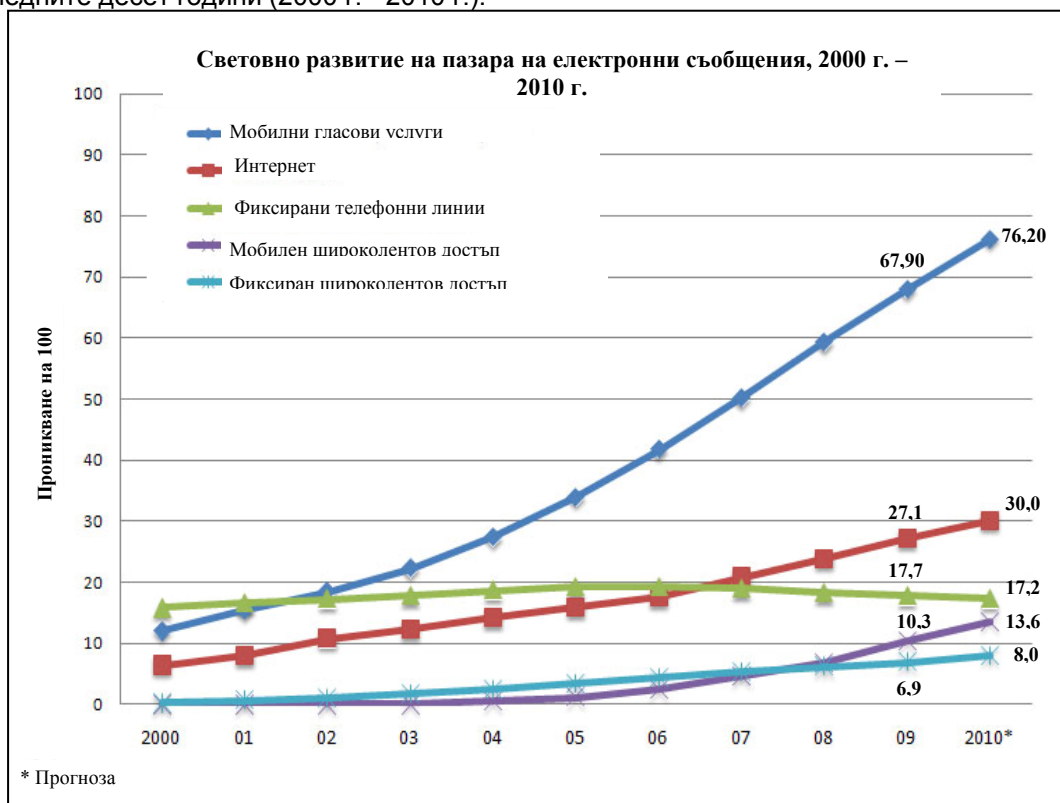
1. Световно развитие на пазара на електронни съобщения

Обем и ръст на сектора

През 2010 г. финансовата криза продължи да оказва негативно влияние върху развитието на световната икономика. Въпреки това обемът на пазара на електронни съобщения бележи ръст от 4%¹, достигайки 1,85 трилиона щатски долара.

По данни на Европейската обсерватория за информационни технологии (ЕІТО), през 2010 г. приходите в сектора в европейските страни също отчитат увеличение (макар и само с 0,8% спрямо предходната година) и достигат 344 млрд. евро.

Фигурата по-долу отразява развитието на електронните съобщения в световен мащаб за последните десет години (2000 г. - 2010 г.).



Източник: ITU World Telecommunication/ICT indicators database

Фиг. 1

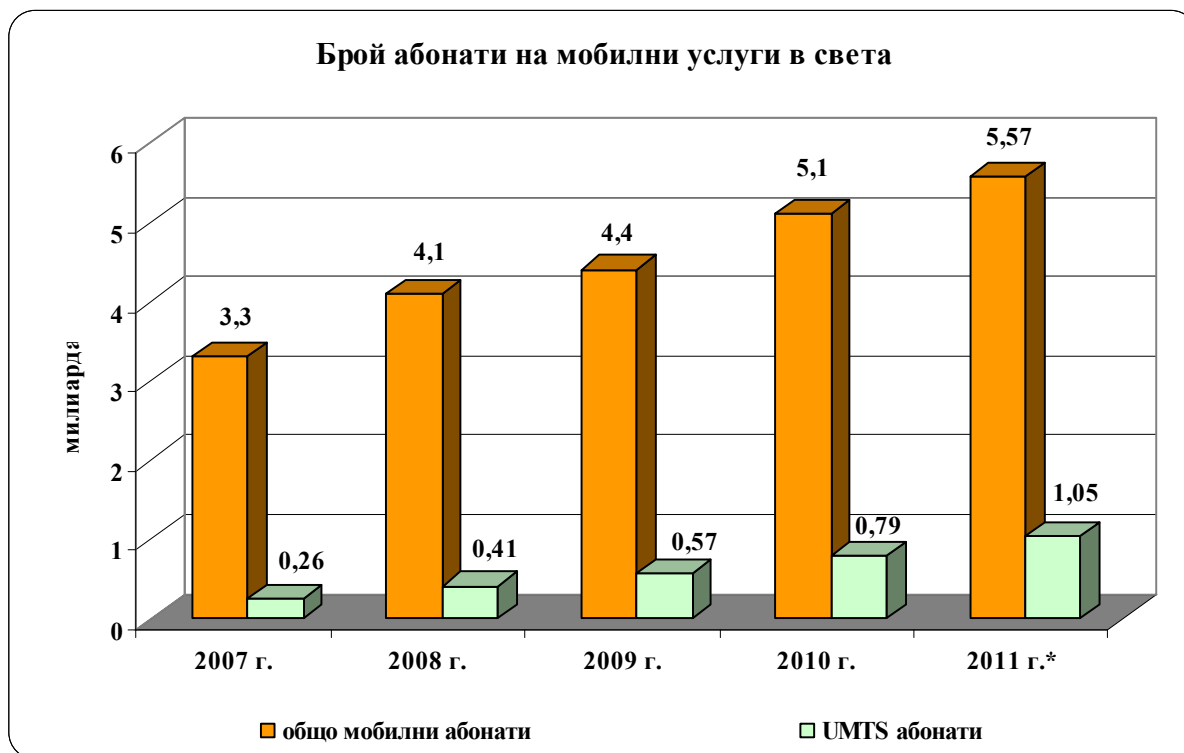
Данните ясно показват, че движещите услуги на пазара на електронни съобщения са мобилните гласови услуги и интернет, следвани от мобилния ширококолов достъп. При тях проникването на съответните сегменти от пазара нараства с бързи темпове. Фиксираният ширококолов достъп се характеризира с нисък темп на растеж, докато фиксираният телефонен услуги следват тенденцията на намаляване от предходните години.

Мобилни услуги

Тенденцията за увеличаване потреблението на мобилни услуги в световен мащаб се запазва. Реализираните приходи в сектора са в размер на 1174,9 млрд. щатски долара, като

¹ <http://about.datamonitor.com/media/archives/5624>

спрямо 2009 г. се наблюдава увеличение с повече от 11%². Отчетеният брой абонати надминава 5 млрд. (нарастване с 12% спрямо 2009 г.), като 15% от тях използват мобилна връзка по стандарт UMTS³ (фиг. 2).



Източник: EITO

Фиг. 2

По данни на EITO и Международния съюз по далекосъобщения (ITU) мобилните услуги дължат своето нарастване преди всичко на развиващите се страни, където през последните пет години проникването на мобилни услуги от 53% през 2005 г. е достигнало 73% в края на 2010 г.⁴

По данни на ITU достъп до мобилни мрежи има вече 90% от световното население, като се наблюдава динамично преминаване на абонати от 2G към 3G технология както в развитите, така и в развиващите се страни. Ако през 2007 г. 3G услуги са предлагани в 95 страни, то през 2010 г. техният брой е 143.

Средната степен на проникване на мобилни услуги в света достига 76% (фиг. 1), като за развитите страни този процент е 116,1%, а за развиващите се 68%. Най-висока степен на проникване се наблюдава в страните от Общността на независимите държави⁵ (ОНД) – 131,5%, следват страните от Европа – 120% и Северна и Южна Америка – 94,1%. Най-ниска е степента на проникване на мобилни услуги в Африка – 41,4%.

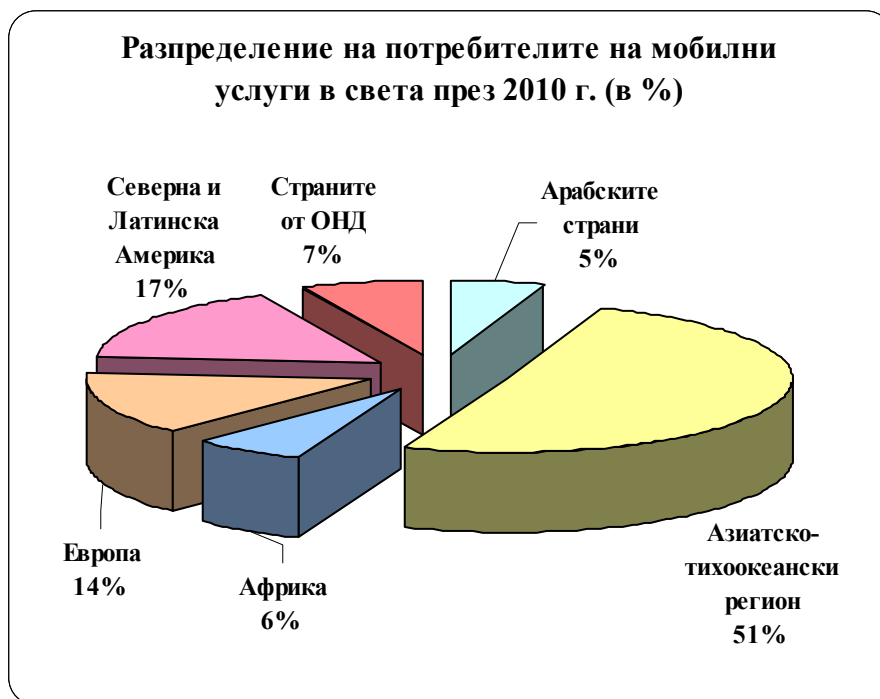
Разпределението на потребителите на мобилни услуги през 2010 г. по региони е показано на графиката по-долу.

² Portio Research Mobile Factbook 2011

³ http://www.eito.com/pressinformation_20100811.htm

⁴ ITU – The World in 2010

⁵ Включва държавите: Руска Федерация, Украйна, Молдова, Беларус, Грузия, Армения, Азърбеждан, Казахстан, Киргизстан, Тюркменистан, Узбекистан и Таджикистан.



Източник: ITU

Фиг. 3

За поредна година се наблюдава растеж на абонатите на мобилни услуги в страните от Азиатско-тихоокеанския регион, които към края на 2010 г. представляват 51% от абонатите в света. Нарастването от 5 процентни пункта на броя на абонатите в този регион е за сметка на страните от Северна и Латинска Америка, Арабските страни, страните от ОНД и Европа.

По данни на *Portio Research* през 2010 г. от кратки текстови и мултимедийни съобщения са реализирани приходи в размер на 179,2 млрд. щатски долара, което е увеличение с 21% в сравнение с 2009 г. Приходите са реализирани от 7 186 млрд. кратки текстови и мултимедийни съобщения, изпратени през годината. Спрямо предходната година се наблюдава значително увеличение (с 47%) на изпратените мултимедийни съобщения (MMS).

Фиксирани гласови услуги

През 2010 г. продължи тенденцията на намаление на потреблението на традиционни телефонни услуги, осъществявани чрез фиксирана мрежа. По данни на ITU количеството на фиксираните телефонни линии в световен мащаб е 1179 млн., като се отчита намаление с 1,48% в сравнение с 2009 г. Макар и минимално, е отбелязан и спад в степента на проникване на фиксираните телефонни услуги, която към края на 2010 г. достига 17,27%. Тя е най-висока в страните от Европа – 40,3%, следвана от страните съответно от Северна и Латинска Америка (28,1%) и държавите от ОНД (26,6%). Най-ниска е степента на проникване в Африка (1,6%)⁶.

Въпреки световната тенденция за спад в този сектор, все още в страните от Африка се наблюдава увеличение на фиксираните телефонни линии и увеличение степента на потребление.

Интернет

В края на 2010 г. потребителите на интернет надхвърлят 2 млрд., като 1,2 млрд. от тях са в развитите страни, а 420 млн. в Китай⁷, което превръща страната в най-големия интернет пазар в света.

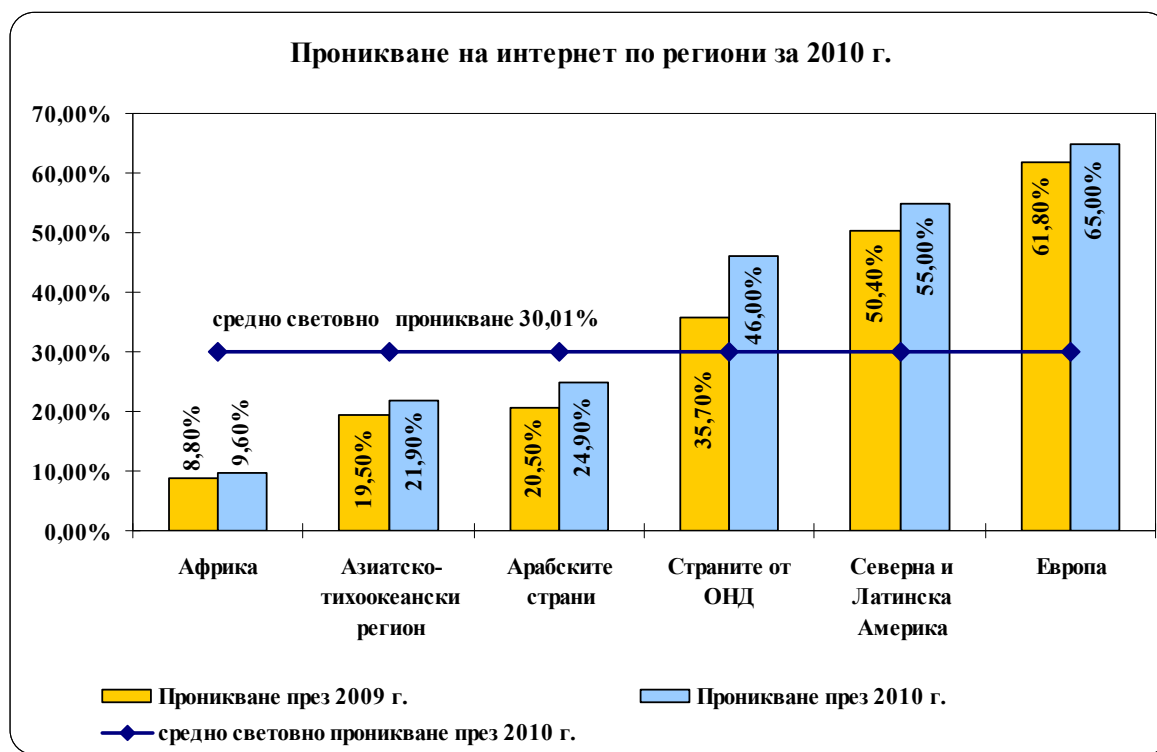
Международният съюз по далекосъобщения в своето издание *“The World in 2010”* посочва, че в края на 2010 г. половин милиард домакинства (29,5% от домакинствата в света)

⁶ ITU World Telecommunication / ICT indicators database

⁷ ITU – The World in 2010

имат достъп до интернет. В някои страни, включително Република Корея, Холандия и Швеция, повече от 80% от домакинствата имат достъп до интернет, като всички ползват широколентова връзка.

Графиката по-долу показва проникването на интернет по региони за периода 2009 – 2010 г.



Източник: ITU

Фиг. 4

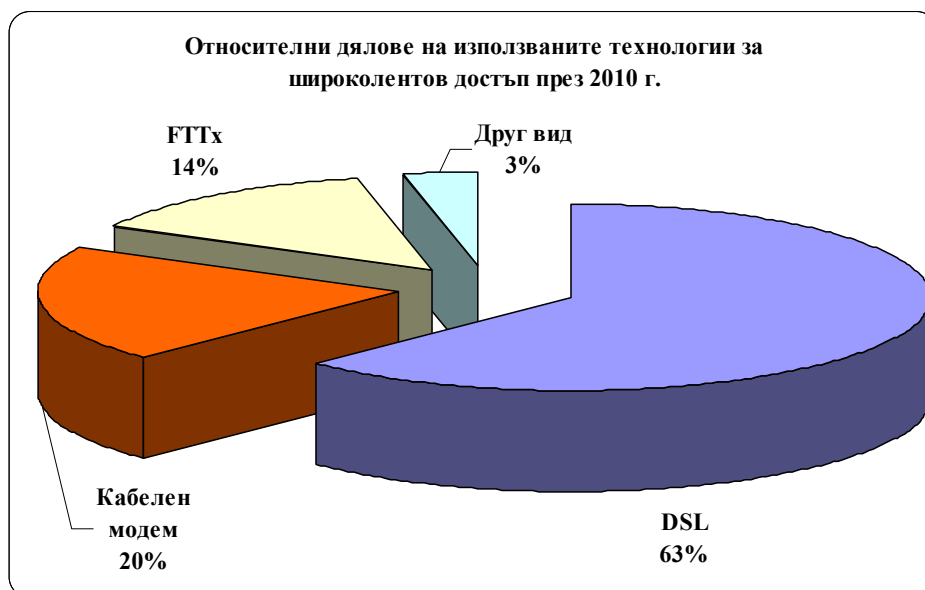
Както е видно от данните, в най-голяма степен нараства потреблението в страните от ОНД, с 10,3 процентни пункта. Европа е лидер по отношение потреблението на интернет услуги на 100 жители, като показателят се е увеличил с 3,2 процентни пункта спрямо 2009 г. На второ място се подреждат страните от Северна и Латинска Америка, където проникването на интернет през 2010 г. достига 55% или се наблюдава увеличение с 4,6 процентни пункта. Най-незначително изменение на показателя се наблюдава в Африка – 0,8%. В страните от Африка и Азиатско-тихоокеанския регион и Арабските страни потреблението на интернет услуги на 100 жители е под средното световно проникване за 2010 г. -30,01%.

Широколентов достъп до интернет

Фиксираният широколентов достъп продължава своето развитие и през 2010 г. абонатите на този вид услуга достигат 555 млн. в световен мащаб, което е увеличение със 17,8% в сравнение с 2009 г. Степента на проникване на фиксиран широколентов достъп (8% през 2010 г.) е нараснала с 1,1 процентни пункта спрямо 2009 г.⁸. Въпреки че се отчита увеличение на потреблението в сектора, степента на проникване в развиващите се страни е едва 4,4% (за Африка тази стойност е под 1%) и 24,6% при развитите страни⁹.

⁸ ITU – The World in 2010

⁹ ITU – The World in 2010



Източник: Point Topic

Фиг. 5

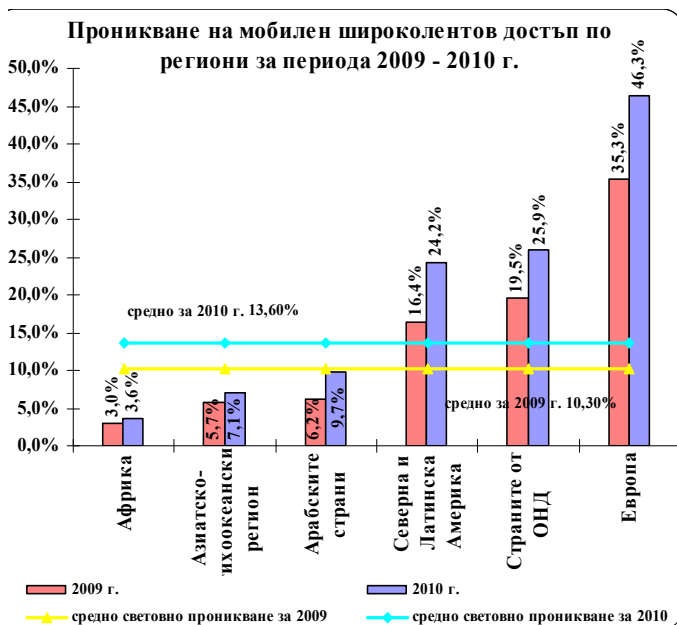
През 2010 г. се наблюдава, макар и минимална, промяна в относителните дялове на различните видове технологии, които се използват за широколентов достъп в света (фиг. 5). Най-използваната на световно равнище, с 63% дял (намаление с 2 процентни пункта спрямо 2009 г.), продължава да е DSL технологията, следвана от използването на кабелен модем - 20,34% (намаление с 0,03 процентни пункта спрямо 2009 г.). Въпреки че едва 13,84% от абонатите в света използват достъп до интернет чрез оптични мрежи, спрямо 2009 г. се отбелязва увеличение на относителния дял на FTTx технологията.

Мобилен широколентов достъп

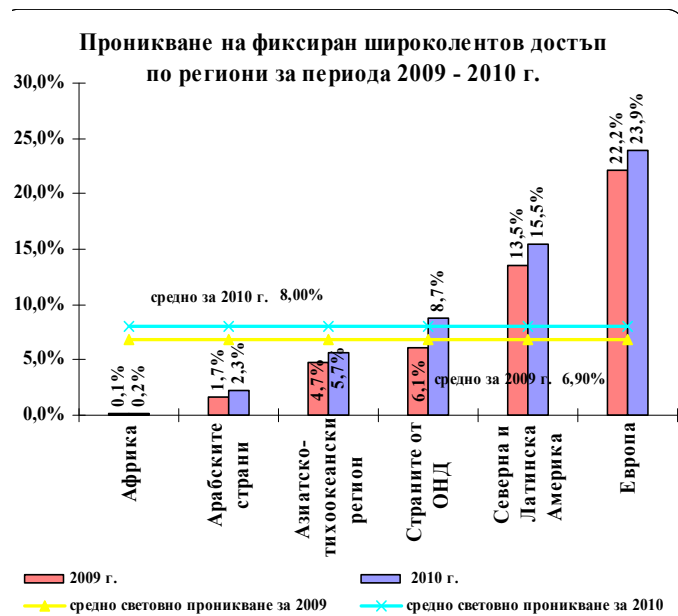
Мобилен широколентов достъп става все по-важен фактор за развитието на електронните съобщения и все повече увеличава значението си в световната икономика. През 2010 г., по данни на ITU, са отчетени 940 млн. абоната на мобилен широколентов достъп, което е увеличение с 33,71% спрямо 2009 г. (703 млн.).

През годината степента на проникване на мобилен широколентов достъп е нараснала с 3,3 процентни пункта спрямо 2009 г., като достига 13,6%.

На фигурите по-долу е представено проникването по региони в света на фиксиран и мобилен широколентов достъп за периода 2009 – 2010 г.



Фиг. 6



Фиг. 7

Видно от данните, през 2010 г. проникването на мобилен ширококолов достъп до интернет значително изпреварва проникването на фиксирания ширококолов достъп. Също така, темпът, с който нараства проникването на мобилния ширококолов достъп спрямо 2009 г. е значително по-висок от този на фиксирания ширококолов достъп до интернет.

2. Перспективи за развитие на световния пазар на електронни съобщения

Водещите аналитични компании проявяват сържаност в очакванията си за развитието на световния пазар на електронни съобщения, както в краткосрочен план – 2011 г., така и в средносрочен – следващите пет години.

В началото на настоящата година *Gartner Inc.*, една от водещите световни аналитични компании, обяви че през 2010 г. приходите в телекомуникационния сектор (които включват както приходи от телекомуникационни услуги, така и от телекомуникационно оборудване) са достигнали 2,02¹⁰ трилиона щатски долара, което представлява ръст от 5,9% спрямо 2009 г. Резултатите надвишават очакванията на анализаторите на компанията, които прогнозираха ръст от 5,1%¹¹ и приходи от 1,99 трилиона щатски долара.

Въпреки силните резултати за 2010 г., прогнозата за тази година предвижда увеличението на приходите в телекомуникационния сектор да се забави до 4,6% спрямо предходната, като достигне 2,11 трилиона щатски долара. Прогнозата отразява забавяне на растежа както при телекомуникационните услуги – от 3,9% през 2010 г. на 3,4% през 2011 г., така и при телекомуникационното оборудване – от 14,0% на 9,1%.

Същата сържаност е видна и в средносрочната прогноза за сектора. Аналитичите на *Insight Research* предвиждат, че в периода 2011 г. - 2016 г. средногеометричният ръст на приходите от електронни съобщения ще се забави до 8,7%¹² в сравнение с миналогодишната прогноза на компанията, която предвиждаше средногеометричен ръст от 13,8%¹³ в периода 2010 г. – 2015 г.

От регионална гледна точка оценката за перспективите пред световния пазар за електронни съобщения варира значително. Европа, Близкият Изток и Африка, които са групирани заедно в регион EMEA, се очаква да се развият най-бавно през следващите пет

¹⁰ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1513614>

¹¹ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1339013>

¹² <http://www.insight-corp.com/reports/review11.asp>

¹³ <http://www.insight-corp.com/reports/review10.asp>

години с годишен ръст от 3,9%. За сравнение, миналогодишната прогноза изразяваше очакването, че в периода 2010 г. – 2015 г. този регион ще постигне годишен ръст от 9,1%. Промяната в предвиждането до голяма степен отразява продължаващите дългови проблеми сред страните от еврозоната и бавното икономическо възстановяване сред повечето от тях.

Според анализаторите на *Insight Research*, през следващите пет години страните от Тихоокеанския басейн, групирани в регион (АП), както и държавите от Северна Америка (СА), ще постигнат растеж съответно от 11,2% и 11,0%, а най-бързо еволюиращ регион се очаква да бъде Латинска Америка и страните от Карибския басейн, групирани в регион ЛАК. Доминиран от икономиките на Мексико и Бразилия, ЛАК се очаква да постигне годишен ръст на приходите от 18,2%. За сравнение, миналогодишната прогноза изразяваше очакването, че в периода 2010 г. – 2015 г. този регион ще постигне годишен ръст от 14,1%. Растежът основно ще се повлияе от увеличаването на средната класа, както и от икономическото развитие, следствие от приватизацията на ключови индустрии.

От технологична гледна точка аналитиците на *Insight Research* очакват три-четвърти от ръста на телекомуникационните приходи през следващите пет години да бъде концентриран в един единствен сегмент - широколентови безжични услуги. За периода 2011 г. – 2016 г. приходите от този сегмент се очаква да постигнат средногеометричен ръст от 45,4%. Относителният дял на тези услуги от общите приходи от телекомуникационни услуги ще се увеличи от 6,6% през 2011 г. до 28,2% през 2016 г. Теснолентовите безжични услуги, които са с най-голям относителен дял през 2011 г., се очаква да постигнат средногеометричен ръст от 5,8% за периода на прогнозата. Относителният дял на тези услуги ще спадне от 43,0% през 2011 г. до 37,6% към края на 2016 г. За периода на предвиждането фиксираните широколентови услуги ще отчетат средногеометричен ръст на приходите от 13,8%, като техният относителен дял от общите приходи от електронни съобщения ще се повиши от 8,8% през 2011 г. до 11,1% към 2016 г. По отношение на фиксираните теснолентови услуги, през следващите пет години се очаква да отчетат средногеометричен спад от 3,4% и техният относителен дял от приходите на сектора да се намали от 41,6% през 2011 г. на 23,1% през 2016 г.

В световен план доставчиците на широколентови услуги се очаква да продължат усилията си да създадат печеливш бизнес модел за високоскоростни услуги. В тази насока те залагат на възможностите, които предоставя Интернет протокола за пренос на данни и управление. Към момента високоскоростните услуги най-често включват пакети, комбиниращи пренос на глас през Интернет (VoIP), виртуални мрежи (VPN), видео, игри и забавления, и са насочени към две основни групи потребители – домакинства и дребен бизнес.

3. Правна и регулаторна рамка

1. През 2010 г. бяха въведени изменения на нормативната уредба в сектора. Експерти от КРС участваха в разработването на:

1. Закон за изменение и допълнение на Закона за пощенските услуги;
2. Закон за изменение и допълнение на Закона за радиото и телевизията;
3. Закон за изменение и допълнение на Закона за електронния документ и електронния подпис.

През периода са изготвени и приети, както и изменени, редица подзаконови нормативни актове.

Разработени от КРС и влезли в сила са следните подзаконови нормативни актове по ЗПУ:

1. Система за образуване на пощенските кодове на мрежите на пощенския оператор със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга и на пощенските оператори, извършващи услуги, включени в обхвата на универсалната пощенска услуга
2. Общи правила за условията за доставяне на пощенските пратки и пощенските колетки
3. Критерии за определяне на трудностъпност на районите в страната и селищата в тях
4. Нормативи за определяне гъстотата на местата за достъп до пощенската мрежа

на пощенския оператор със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга, така че да съответстват по брой и гъстота на нуждите на потребителите

Експерти на КРС са участвали и в изменението и допълнението на Тарифа за таксите, които се събират от Комисията за регулиране на съобщенията по Закона за пощенските услуги и по Закона за електронния документ и електронния подпис

Разработени от КРС и влезли в сила са следните изменения и допълнения на подзаконовни нормативни актове по ЗЕС:

1. Технически изисквания за работа на електронните съобщителни мрежи от радиослужба радиоразпръскване и съоръженията, свързани с тях.
2. Технически изисквания за работа на мобилни наземни мрежи и съоръженията, свързани с тях.
3. Функционални спецификации за осъществяване на преносимост на национално значими номера при промяна на доставчика на обществена мобилна телефонна услуга.
4. Функционални спецификации за осъществяване на преносимост на негеографски номера при промяна на доставчика, предоставящ съответната услуга.
5. Функционални спецификации за преносимост на географски номера при промяна на доставчика на фиксирана телефонна услуга и/или при промяна на адреса в рамките на един географски национален код за направление.
6. Правила за осъществяване на електронни съобщения за собствени нужди чрез радиосъоръжения, които ползват радиочестотен спектър, който не е необходимо да бъде индивидуално определен.
7. Списък на радиосъоръженията, използващи хармонизирани в рамките на европейския съюз радиочестотни ленти, и крайните електронни съобщителни устройства.
8. Наредба № 1 от 22 юли 2010 г. за правилата за разпределение и процедурите по първично и вторично предоставяне за ползване, резервиране и отнемане на номера, адреси и имена.
9. Правила за условията и реда за прехвърляне на разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс.

Експерти на КРС са участвали и в изменението и допълнението на Тарифа за таксите, които се събират от Комисията за регулиране на съобщенията за 2011 г. по Закона за електронните съобщения.

II. В рамките на своята компетентност за намеса и решаване на проблемите на потребителите и съответно, на предприемане на санкционни действия спрямо предприятия – нарушители, КРС инициира предложения за промени в ЗЕС в тази насока.

1. С оглед прецизиране на правната уредба и подобряване на предпоставките и условията за ангажиране на отговорността на предприятията, свързана с преносимостта на номерата, КРС е направила предложение за изменение на сега действащата нормативна уредба, като се предвиди изричен законов текст за санкция при нарушение на Функционалните спецификации за преносимост на номерата, приети от Комисията.

2. Във връзка с многобройните оплаквания от страна на абонати на обществени телефонни услуги, че не получават детайлизираните си сметки за тези услуги, с оглед прецизиране на правната уредба и подобряване на предпоставките и условията за ангажиране на отговорността на задължените предприятия при непредоставяне на детайлизираните сметки, КРС е направила предложения за изменение на сега действащата нормативна уредба на чл. 260 от ЗЕС. Предложенията целят детайлизираната сметка да се предоставя в едномесечен срок, считано от датата на нейното издаване, а при изрично поискване от страна на абоната, предприятието да е задължено да му предостави детайлизирана справка.

3. Във връзка с множество оплаквания от жалбоподатели, в които се изразява недоволство от едностранното определяне от предприятията, предоставящи мобилни телефонни услуги, на предоставяния на абонатите кредитен лимит, както и че не са уведомявани за достигането или превишаването му, КРС предложи при изменението на ЗЕС, нормативно да бъдат закрепени задължения за предприятията по отношение на предоставяния от тях кредитен лимит и по-конкретно, да се въведат задължения за предприятията да уведомяват абонатите при достигане на 90% от лимита, както и да не могат да увеличават първоначално предоставения и определен лимит, без съгласието на абоната.

4. Във връзка със съществуването на т.нар. клауза за "автоматично подновяване на договорите" КРС направи предложение за изрична законодателна регламентация в ЗЕС, а именно възможността КРС да дава задължителни указания на предприятията, свързани с така предложените изменения. Две много важни предложения от страна на КРС са в ЗЕС изрично да бъде уредено, че след изтичане на срока на договорите, същите се трансформират в безсрочни, като са нищожни всички уговорки, противоречащи на това, както и предложение за нормативно въвеждане в ЗЕС на механизъм за извънсъдебно решаване на споровете между потребителите и предприятията.

5. Във връзка с получаването на съобщения за маркетингови и рекламни цели, КРС направи предложения в насока прецизиране на чл. 261 от ЗЕС, а именно:

- по-ясно дефиниране на случаите, в които може да не бъде поискано предварително съгласие на потребителя за изпращането на съобщение за маркетингови и рекламни цели;
- законодателна диференциация на лицето, което изпраща съобщенията и лицето, от името на което се изпращат същите;
- прецизиране на случаите, в които е налице абсолютна забрана за изпращане на съобщения за маркетингови и рекламни цели.

4. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България

4.1. Обем на пазара

През 2010 г. 1336 предприятия са притежавали регистрация в КРС за предоставяне на обществени електронни съобщения. 878 предприятия, от общо отговорилите 1028, са декларирали, че са осъществявали дейност по предоставяне на електронни съобщителни услуги през годината.

Изменението на обема и ръста на пазара на електронни съобщения в страната за периода 2006 г. - 2010 г. са представени на фигура 8.



Забележка: Информацията за обема на пазара през 2008 г. и 2009 г. е актуализирана
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 8

Както е видно от представените данни, общият обем на пазара на електронни съобщения в България възлиза на 3,141 млрд. лв., което представлява почти 6-процентно намаление спрямо предходната година. Общият обем на пазара на електронни съобщения

съставлява 4,5% от общия обем на БВП¹ на България.

4.2. Структура на пазара

Отчитайки принципа на технологична неутралност и все по-засиленото предлагане на пакетни и конвергентни услуги при предоставяне на електронните съобщения, КРС направи методологични промени в използвания инструментариум за отчет на дейността на предприятията по предоставяне на обществени електронни съобщения в България през 2010 г. При въведеното ново сегментиране на пазара на електронни съобщения, фокусът от използвания до момента критерий за сегментиране на пазара според вида на мрежите за предоставяне на електронни съобщителни услуги е изместен изцяло към сегментиране според вида на предоставяните чрез тях услуги. Информацията за структурата на пазара на електронни съобщения, представена в настоящия годишен доклад, се различава в сравнение с предходните години, като новите сегменти на пазара обхващат 6 основни групи електронни съобщителни услуги. За целите на сравнителния анализ данните за 2008 г. и 2009 г. са преизчислени в съответствие с въведеното през 2010 г. ново сегментиране на общия пазар на обществени електронни съобщения.

В таблица 1 са представени приходите от дейността по предоставяне на обществени електронни съобщения в България в периода 2008 г. - 2010 г., както и тяхното разпределение по основни сегменти на пазара.

Таблица 1

Структура на пазара на обществени електронни съобщения в България по вид на предоставяните услуги за периода 2008 г. – 2010 г.

Услуги, чрез които се осъществяват обществени електронни съобщения	Година		
	2008 г.	2009 г.	2010 г.
	(млн. лв.)		
1. Гласови телефонни услуги	2 856,898	2 613,671	2 323,132
<i>1.1. Фиксирана гласова услуга чрез географски номера от ННП, услугата "избор на оператор" и обществени телефони</i>	646,921	514,347	381,475
<i>1.2. Мобилна гласова услуга чрез номера от ННП</i>	2 208,658	2 097,913	1 936,515
<i>1.3. Други гласови услуги</i>	1,319	1,410	5,142
2. Услуги по предоставяне на линии под наем	97,863	53,878	49,361
3. Услуги за пренос на данни и/или достъп до интернет	300,633	342,551	316,976
4. Услуги за пренос и/или разпространение на радио-и/или телевизионни програми	271,487	301,971	323,335
5. Пакетни услуги	///	///	100,691
6. Други услуги¹	15,043	14,947	27,299
Общо	3 541,924	3 327,018	3 140,795

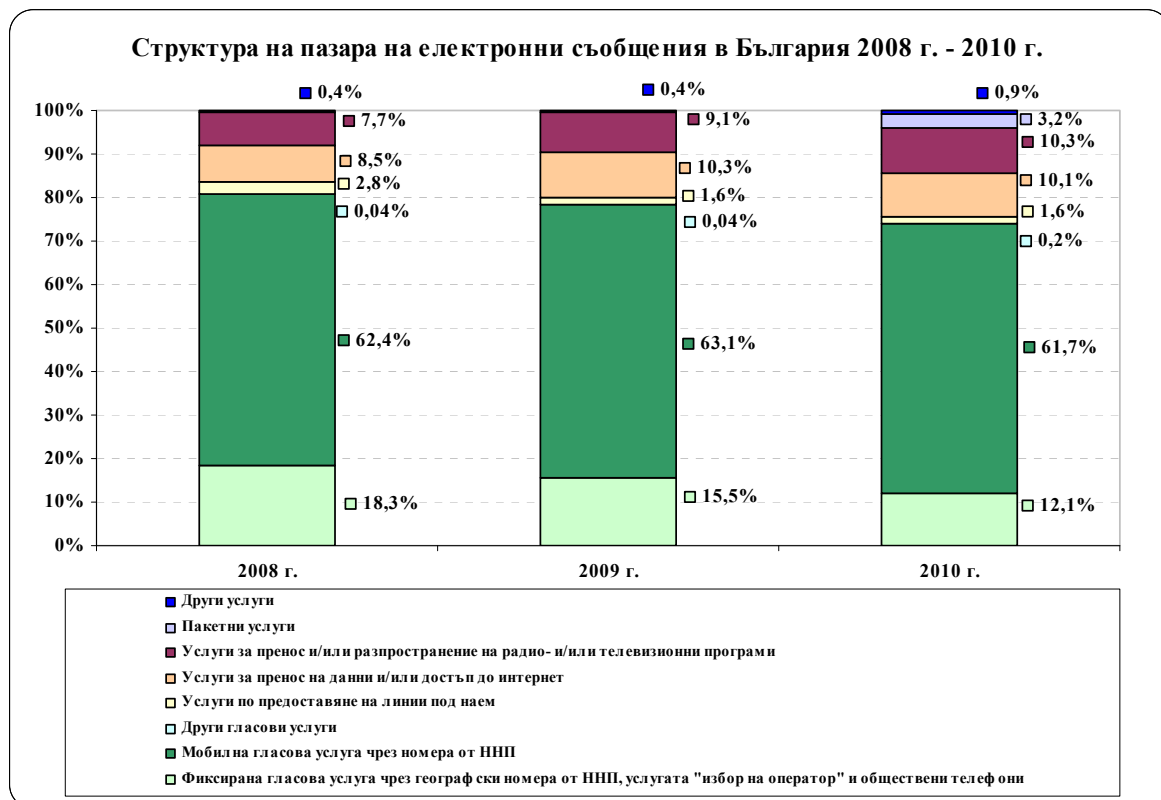
¹ Сегментът включва приходите от предоставяне на канална мрежа, услуги за достъп до спътникови системи, съвместно разполагане (колокиране) извън случаите на взаимно свързване и необвързан достъп, и други форми на съвместно ползване

Забележка: Приходите от пакетни услуги за 2008 г. и 2009 г. не могат да бъдат отделени от приходите на отделните сегменти. Информацията за общия обем на пазара през 2008 г. и 2009 г. е актуализирана.

Източник: Данни, подадени в КРС

На фигура 9 е представено изменението на относителните дялове на сегментите в структурата на пазара на електронни съобщения за периода 2008 г. - 2010 г.

¹ Изчислен по текущи цени. Източник: НСИ



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 9

Данните от таблица 1 и фигура 9 сочат, че през 2010 г. най-голям дял в общия обем на пазара на обществени електронни съобщения заемат гласовите телефонни услуги (фиксирана, мобилна и други телефонни услуги), общите приходи от които възлизат на 74%, следвани от услугите за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми и услугите за пренос на данни и/или достъп до интернет, чиито пазарни дялове са съответно 10,3% и 10,1%.

Изменението на приходите в основните пазарни сегменти спрямо предходната година е следното:

- В сегмент „Гласови телефонни услуги” е регистриран спад с 11,1%;
- В сегмент „Услуги по предоставяне на линии под наем” е регистриран спад от 8,4% ;
- В сегмент „Пренос на данни и/или достъп до интернет” обемът на приходите намалява с 7,5%;
- В сегмент „Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и/или телевизионни програми” е отчетен ръст от 7,1%.

При анализа на данните за изменението на пазара на обществени електронни съобщения по основни групи сегменти следва да се има предвид, че приходите от инсталационни такси и месечен абонамент при предоставяне на пакетни услуги през 2010 г. са обособени в отделен пазарен сегмент, който съставлява 3,2% от обема на пазара, докато през предходните години те са част от съответните сегменти по услуги.

Взаимно свързване

На следващите фигури е представен самостоятелно обособен сегментът на взаимно свързване в рамките на общата структура на пазара на обществени електронни съобщения.



Фиг. 10



Фиг. 11

Забележка: При изчисляване на обема на сегмента „взаимно свързване”, са включени приходите от: физическа реализация на взаимното свързване (портове, линии и точки на свързване); терминиране на трафик (произхождащ от фиксирани/мобилни предприятия и WiMax мрежи в страната и в чужбина, включително SMS и MMS трафик); избор на оператор и транзит.

Източник: Данни, подадени в КРС

Изменението в обема на приходите от взаимно свързване през 2010 г. е значително, като е отчетен спад от 22,2%, което се дължи основно на наложено с Решение № 236/17.03.2009 г. и с Решение № 237/17.03.2009 г. поетапно намаляване на цените на едро за терминиране в индивидуални мобилни мрежи и на цените на едро за генериране и терминиране във фиксирани мрежи. Изменение се наблюдава и при дела на сегмента взаимно свързване, който е намалял с 3,2 процентни пункта и възлиза на 15,2% от общия обем на пазара на електронни съобщения.

Общата сума на инвестициите, вложени в изграждане и поддържане на мрежите и развитие на услугите, декларирани от предприятията, осъществяващи електронни съобщения през 2010 г., възлиза на близо 800 млн. лв., което представлява увеличение с над 44% в сравнение с предходната година. За 2011 г. предприятията предвиждат да инвестират в дейността по предоставяне на обществени електронни съобщения малко над 638 млн. лв.

5. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения

Световната икономическа криза продължи да оказва отрицателно въздействие върху пазара на електронни съобщения в България, като регистрирания през 2009 г. спад в обема на приходите се запазва.

Консолидация на пазара на електронни съобщителни услуги

През годината продължи процесът на консолидация, като този процес се разрасна и сред предприятията, предоставящи услуги за достъп до интернет и пренос на данни. Пример за това е придобиването от „МОБИЛТЕЛ” ЕАД през септември 2010 г. на два от големите интернет доставчици в страната - „СПЕКТЪР НЕТ” АД и „МЕГАЛАН НЕТУЪРК” АД, с което предприятието цели да завладее по-сериозни пазарни позиции, като разшири своето портфолио от услуги.

Друго събитие е свързано с обединяването на няколко алтернативни и кабелни предприятия в компанията „БЪЛГАРСКИ ТЕЛЕКОМ И ТЕЛЕВИЗИЯ”, която цели да постигне пълно национално покритие с разнообразни услуги, включително мобилна телефония и мобилен интернет.

През 2010 г. стартира и първата форма на франчайзинг в електронните съобщения в България. При него предприятието осигурява на партньорите си платформа за доставка на IP базирани услуги, както и национален център за поддръжка, а те получават възможност да предлагат всичко, което се предоставя от предприятието, стандартизация на мрежата си и

биллинг система, в която са интегрирани всички услуги и начини за електронно разплащане. В замяна франчайзинг партньорите заплащат на предприятието процент от приходите си.

Сателитният оператор Булсатком пък се намесва активно в LAN пазара, като закупи множество интернет доставчици в страната.

Очаква се тенденцията на консолидация да се запази и разрасне и през 2011 г.

Развитие на конкуренцията

Изострящата се конкуренция между предприятията, съпътствана от наложените от КРС регулаторни мерки, насочени към премахване на възможностите за неконкурентно поведение на съответните пазари, през изминалата година намери израз в предлагане на изгодни ценови оферти и намаление на среднопретеглените цени на ниво пазари на дребно.

Приетият от КРС план за поетапно снижаване на цените на терминиране в мобилните мрежи¹⁵, предвиждащ намаления от 1 януари и от 1 юли 2010 г., доведе до по-ниски цени и за крайните потребители на мобилни телефонни услуги. Понижението допринесе и за по-силна конкуренция между предприятията, за което свидетелстват многобройните им нови предложения за тарифни планове през годината. В резултат на това бе отчетен растеж на трафика на мобилните предприятия както на повикванията в собствените им мрежи, така и на повиквания към конкурентните.

В допълнение на казаното, на база на цените за терминиране в мобилни мрежи и цените за генериране от фиксирани мрежи, за които са наложени ограничения, КРС определи максимално допустимо равнище на цената на дребно за разговори към мобилни мрежи, като задължи „БЪЛГАРСКА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ“ АД (БТК) да прилага цени за разговори към мобилна мрежа не по-високи от 0,250 лв. (с ДДС) за силен трафик и 0,208 лв. (с ДДС) за слаб трафик. За намаляване на цените на дребно при мобилните услуги от значение бе и поредното понижаване на ценовите тавани за гласовите повиквания в роуминг от 1 юли 2010 г.

Цените за разговори, които абонатите на БТК заплащат за разговор с абонати на други мрежи, намаляха, като се изравниха с цените за междуселищни разговори, провеждани от абонатите на БТК с други абонати на същото предприятие.

През следващата година се очаква конкуренцията да се развива на базата на още по-голямо разнообразие на тарифни планове както за предплатени, така и за услуги по договор на мобилните предприятия, които най-често са комбинирани с по-изгодни цени за мобилен интернет. Както и през 2010 г., те вероятно ще продължат да предлагат нови пакети, включващи по-голям обем от трафик.

Конкуренцията на пазарния сегмент на мобилни телефонни услуги би могла да се развие още повече и ако започне работа мобилен виртуален оператор, който ще се ползва с предимствата на тази форма, а именно: кратко време за достигане на пазара; достъп до съществуваща клиентска база; възможност за продажба на допълнителни услуги; по-ниски капиталови и оперативни разходи и др.

Засилено търсене и предлагане на пакетни услуги

За да отговорят на очакванията на потребителите, предприятията все повече се ориентират към предлагане на различни видове пакетни и конвергентни услуги. Като цяло търсенето и предлагането на пазара на електронни съобщителни услуги се насочва от самостоятелни към пакетни услуги.

През 2010 г. приходите от пакетни услуги възлизат на 100,7 млн. лв., което представлява 3,2% от общия обем на пазара на електронни услуги в България. Предлагането на пакетни услуги нарасна както като брой предприятия, които ги предоставят (с 30,6%), така и като разнообразие от налични на пазара пакети.

Конкуренцията при предоставянето на електронни съобщителни услуги в пакет също се увеличава - предложенията включват различни комбинации от фиксирани и мобилни гласови услуги, широколентов интернет, кабелна, сателитна и IP телевизия. Най-популярната пакетна

¹⁵ Решение на КРС № 236/17.03.2009 г.

услуга през 2010 г. включва фиксирана и мобилна гласова услуга (през 2009 г. това бе пакетната услуга с телевизия и достъп до интернет). Пакетни услуги се предлагат в голямо разнообразие както от историческото, мобилните и кабелните предприятия, така и в нарастваща степен от предприятията, предоставящи услуги за достъп до интернет и пренос на данни.

Новите пакети, предлагани в България, отговарят и на световните тенденции за развитие на мобилния широколентов интернет - очаква се по-бързо разпространение на мобилния отколкото фиксирания достъп, както и броят на потребителите, които използват мрежата през мобилни устройства, да надхвърли числото на интернет потребителите през домашен компютър.

Развитие на широколентовия достъп

Пазарът на широколентов интернет достъп у нас, който към края на 2010 г. достигна 15,4 % проникване по население, също ще продължи да се развива.

За стимулиране на конкуренцията в този сегмент се очаква стимулиращо въздействие да имат както мерките, предложени от КРС в рамките на общественото обсъждане на анализа на пазара на предоставяне на широколентов достъп на едро, така и изпълнението на мерките от Националната стратегия за развитие на широколентовия достъп в България. През 2010 г. Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщения (МТИТС) избра районите, в които държавата ще инвестира във високоскоростен интернет, като първите три проекта ще бъдат изградени административно, след което инфраструктурата да бъде отдадена на частни инвеститори. През 2011 г., когато е планирано усвояване на по-голяма част от средствата за широколентов интернет по оперативна програма „Регионално развитие”, се очаква МТИТС да стартира проектите и на принципа на публично-частното партньорство.

В унисон с целите за развитие на дигиталното бъдеще, залегнали в Стратегия 2020 на Европейския съюз, за осигуряването на широколентови услуги за всички европейски граждани, са насочени и усилията на предприятията. Особено силен е стремежът към развитието на мобилния широколентов достъп в България. Увеличението в потреблението му през 2010 г. (120%) е стимул за мобилните предприятия да инвестират в мрежите си и в по-модерни технологии за високоскоростен пренос на данни. В тази насока те ще продължат да предлагат агресивно оферти с мобилен интернет и в пакети с други услуги и/или с най-ново поколение телефонни апарати. Очаква се, освен по-голям обем на потреблението на мобилен интернет, да продължат да нарастват и скоростите, при които той се предоставя.

Потенциалът на мобилния интернет все още не е използван напълно. Той ще представлява важен източник на приходи за мобилните предприятия в близките години.