

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	14
4. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България	15
4.1. Обем на пазара	15
4.2. Структура на пазара	15
5. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения	18

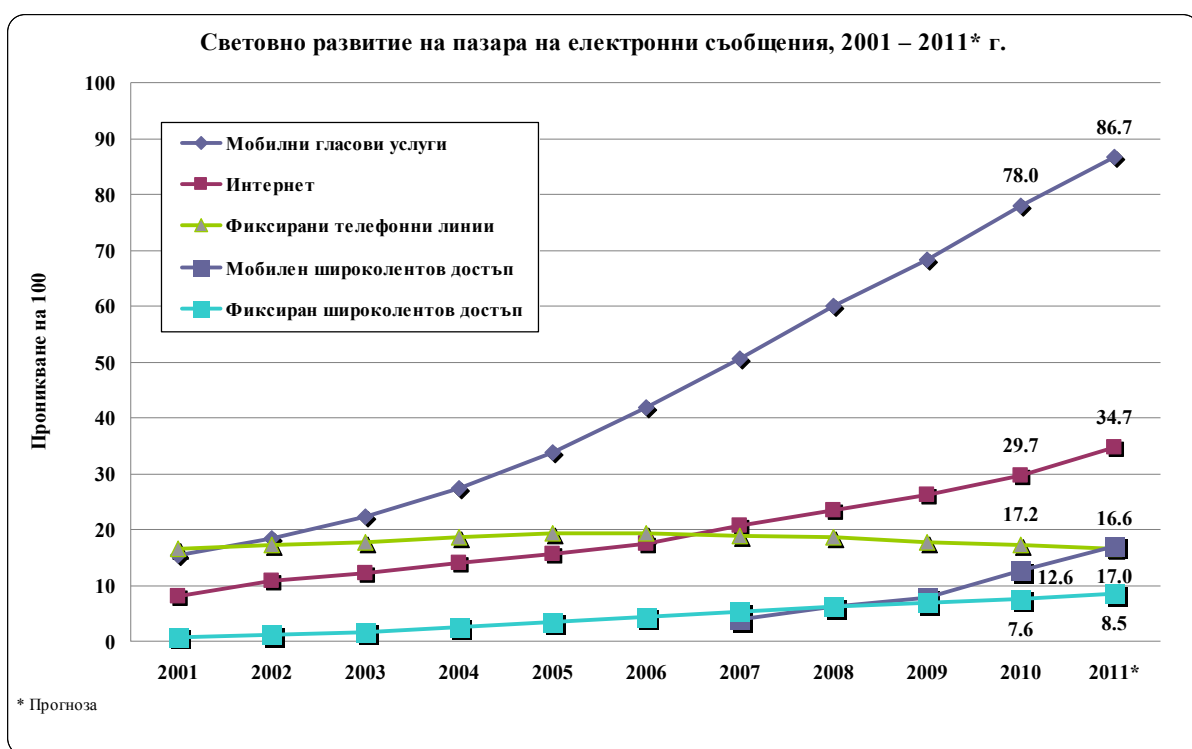
I. СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА ПАЗАРА НА ЕЛЕКТРОННИ СЪОБЩЕНИЯ

1. Световно развитие на пазара на електронни съобщения

Обем и ръст на сектора

Независимо от отражението, което продължават да оказват последиците от финансовата криза върху развитието на световната икономика през 2011 г., прогнозата на независимия телекомуникационен консултант *Ovum*¹ е тенденцията на ръст на обема на пазара на електронни съобщения да се запази, като същият надхвърля 1,96 трилиона щатски долара, което представлява нарастване от 7% спрямо 2010 г. Ръстът се дължи на възстановяването в приходите от продажби, както при фиксираните, така и при мобилните услуги, които нарастват съответно с 3% и 10% спрямо предходната година. Най-голям принос в ръста на пазара на електронни съобщения в света, според консултанта, имат страните от BRIC (Бразилия, Русия, Индия и Китай), при които се наблюдава увеличение в приходите от 14% спрямо 2010 г.

Фигурата по-долу отразява развитието на електронните съобщения в световен мащаб за последните десет години (2001 г. - 2011 г.).



Източник: ITU World Telecommunication/ICT indicators database

Фиг. 1

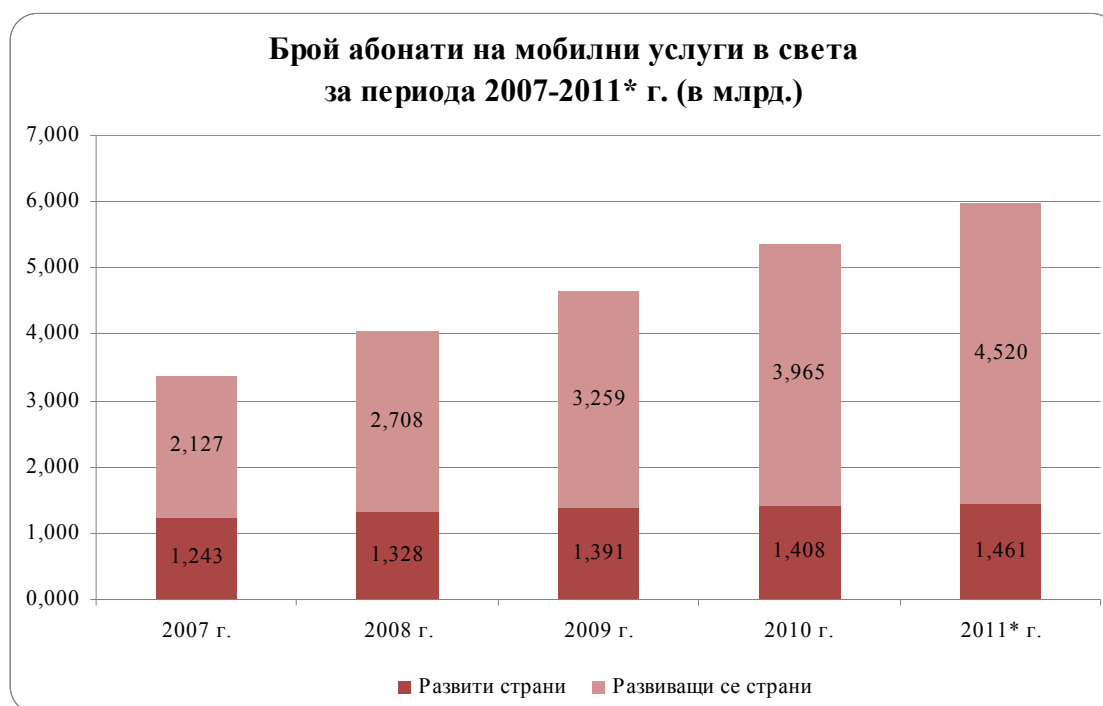
Видно от данните, представени на фигура 1, за поредна година водещите услуги на пазара на електронни съобщения продължават да бъдат мобилните гласови услуги и интернет, следвани от мобилния ширококолов достъп. В резултат на това развитие, съответните сегменти от пазара отново бележат ръст в проникването, като най-голям ръст през 2011 спрямо 2010 г. се наблюдава при мобилните гласови услуги (с 8,7 процентни пункта за едногодишен период). Ниският темп на растеж остава характерна особеност по отношение на фиксирания ширококолов достъп, докато при фиксираните телефонни услуги се запазва тенденцията на спад от предходните години.

Мобилни услуги

Тенденцията за увеличаване потреблението на мобилни услуги в световен мащаб се запазва и през 2011 г. Видно от данните, представени на фигура 2, абонатите на мобилни услуги в света приближават 6 млрд., като се отчита нарастване с 11,32% спрямо броя им през

¹ <http://ovum.com/2012/03/30/telco-revenues-exceed-1-9-trillion-in-2011-but-capex-flat-in-4q/>

2010 г.



Забележка: Данните за 2011 г. са въз основа на оценка

Източник: ITU Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector

Фиг. 2

За петгодишния период, представен на фигура 2, броят на активните абонати се е увеличил със 77%, като това увеличение е най-голямо в Африка (със 149%) и Азиатско-тихоокеанския регион (със 107%).

По данни на 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 39,1% през 2007 г. е достигнало 78,8% в края на 2011 г.²

По оценка на ITU³ към средата на 2011 г. 2G мрежите покриват 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, а през 2010 г. в 143, то през 2011 г. техният брой достига 159. Към края на 2011 г., по оценка на ITU, покритието по население на 3G мрежи в света достига 45%.

Средната степен на проникване на мобилни услуги в света достига 86,7% (фиг. 1), като за развитите страни този процент е 117,8, а за развиващите се 78,8%. Най-висока степен на проникване се наблюдава в страните от Общността на независимите държави⁴ (ОНД) – 143% с ръст от 8,2 процентни пункта спрямо 2010 г., следват страните от Европа – 119,5% и Северна и Южна Америка – 103,3%, като Арабските страни и страните от Северна и Южна Америка бележат еднакъв ръст – от 8,8 процентни пункта спрямо предходната година. Най-ниска е степента на проникване на мобилни услуги в Африка – 53%.

Делът на абонатите в развиващите се страни в общия брой (5,981 млрд.) абонати на мобилни услуги в света, продължава да нараства, като през 2011 г. той възлиза на 75,6% спрямо 73,8% през 2010 г.

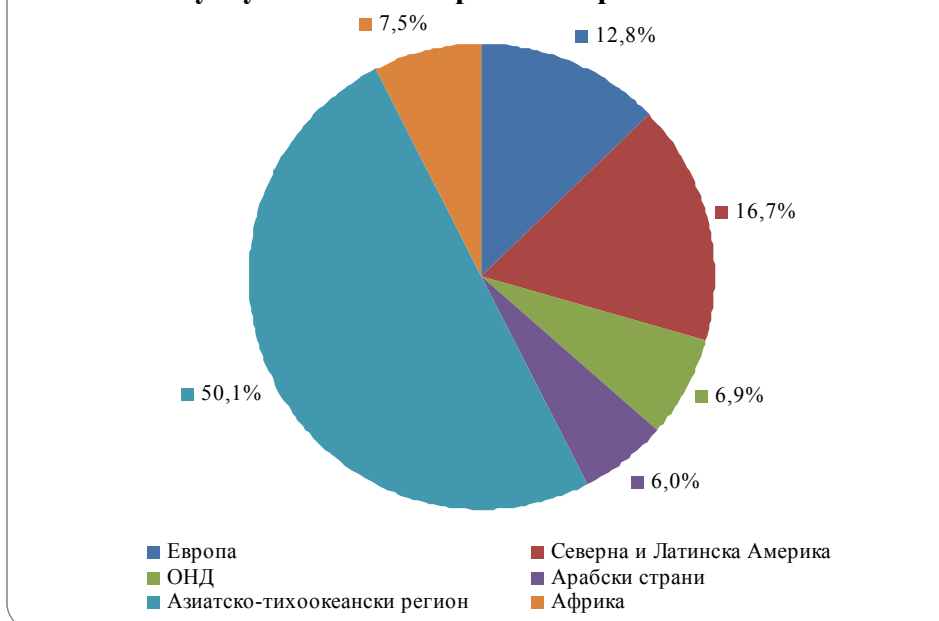
Разпределението на потребителите на мобилни услуги през 2011 г. по региони е представено на графиката по-долу.

² ITU – Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector – http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom.html

³ ITU – The World in 2011 – ICT Facts and Figures

⁴ Включва държавите: Руска Федерация, Украйна, Молдова, Беларус, Грузия, Армения, Азербайджан, Казахстан, Киргизстан, Туркменистан, Узбекистан и Таджикистан.

Разпределение на потребителите на мобилни услуги в света по региони през 2011* г.



Забележка: Данните за 2011 г. са въз основа на оценка

Източник: ITU Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector

Фиг. 3

През 2011 г. се забелязва лек спад в дела на абонатите на мобилни услуги в страните от Азиатско-тихоокеанския регион за разлика от предходните години на стабилен растеж, които към края на 2011 г. представляват 50,05% от абонатите в света. Слабо нарастване на същия показател се наблюдава в Африка, Северна и Латинска Америка и Арабските страни, което е за сметка най-вече на страните от стария континент.

През изтеклата година се забелязва съществена промяна на пазара на мобилни услуги, свързани с изпращането на кратки текстови и мултимедийни съобщения (SMS и MMS). Една от най-важните дискуссионни теми в сегмента на мобилните съобщения беше т. нар. „край на SMS-a“ и силния ръст на т.нар. „Over-the-Top“ (OTT) приложения за съобщения (или съобщителни услуги от следващо поколение). По данни на *Portio Research*⁵ през 2011 г. от мобилни съобщителни услуги са реализирани приходи в размер на 202 млрд. щатски долара, което е увеличение с 15,5% в сравнение с 2010 г. От тях 63,5% е делът на приходите, реализирани от изпратените 7 843,7 млрд. кратки текстови съобщения, а броят на изпратените мултимедийни съобщения през годината достига 207,2 млрд.

Фиксирани гласови услуги

През 2011 г. продължи тенденцията на намаление на потреблението на традиционни телефонни услуги, осъществявани чрез фиксирана мрежа. По данни на ITU броят на фиксираните телефонни линии в световен мащаб е 1,159 млрд., като се запазва трайно тенденцията на намаление (с 2,52% в сравнение с 2010 г.) от предходните години. Спад, макар и минимален, се наблюдава и в степента на проникване на фиксираните телефонни услуги, като към края на 2011 г. едва 16,6% от населението на света използва този вид услуги. Проникването на тези услуги сред населението е най-високо в страните от Европа – 39,1%, следвано от страните съответно от Северна и Латинска Америка (28,5%) и държавите от ОНД (26,3%). Най-ниска е степента на проникване в Африка (1,4%)⁶.

За разлика от предходните години световната тенденция за спад в този сектор започва да се наблюдава и в страните от Африка и Арабския свят, макар и със съвсем слабо понижение в проникването на фиксирани телефонни услуги въпреки запазения брой фиксирани линии от съответно 12 и 35 млн. Изключение правят страните от ОНД, където се забелязва минимален

⁵ Portio Research, Mobile Factbook 2102

⁶ ITU World Telecommunication / ICT indicators database

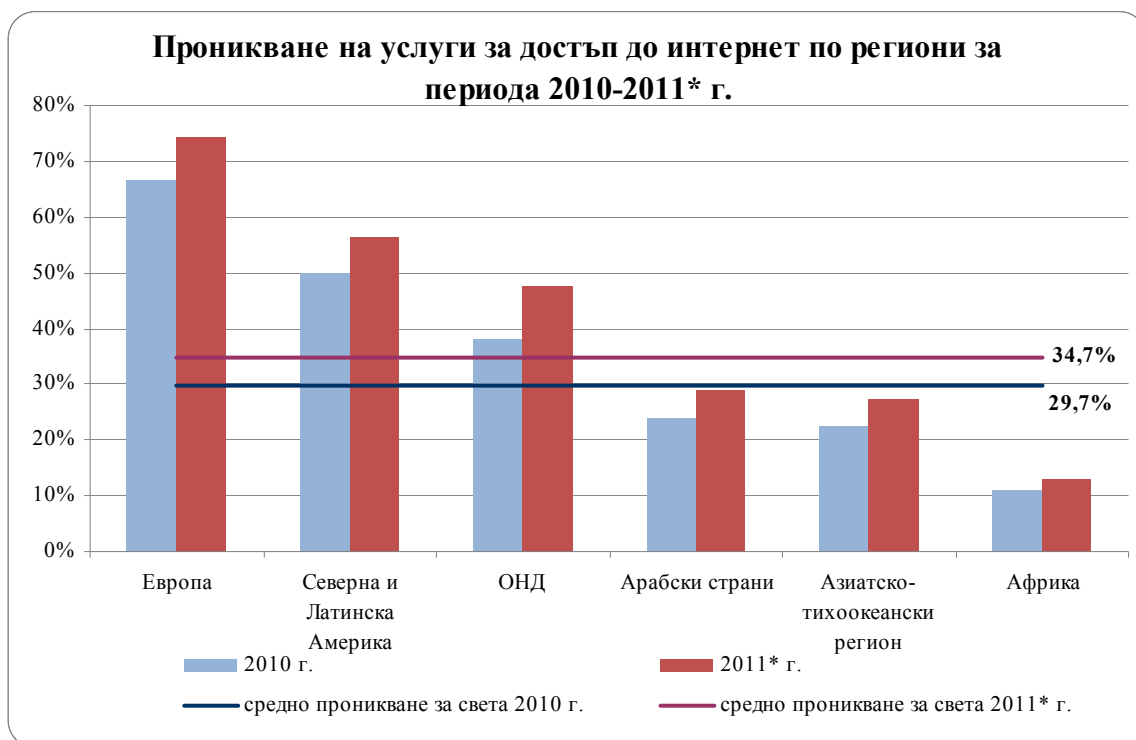
ръст, както в проникването на фиксираните телефонни услуги (с 0,1 процентни пункта за едногодишен период), така и при броя на линиите.

Интернет

По данни на ITU в края на 2011 г. потребителите на интернет достигат 2,421 млрд., като 1,505 млрд. от тях са в развиващите се страни. Проникването в световен мащаб достига вече 34,7% от цялото население, като устойчиво запазва своя ръст. Интернет потребителите в Китай представляват близо 25% от общия брой в света и 37% от този в развиващите се страни, което превръща страната в най-големия интернет пазар в света. Ръст отбелязва този показател и в Индия, където за периода 2006 - 2011 г. увеличението е в размер на 4 процентни пункта и достига 10% от потребителите на интернет в развиващите се страни.

Международният съюз по далекосъобщения посочва, че в края на 2011 г. вече 34,4% от домакинствата в света имат достъп до интернет, което представлява увеличение от 4,2 процентни пункта спрямо предходната година. За сравнение – преди пет години само една пета от всичките 1,8 млрд. домакинства в света са имали достъп до интернет.

Графиката по-долу показва проникването на интернет по региони в света за периода 2010 – 2011 г.



Забележка: Данните за 2011 г. са въз основа на оценка

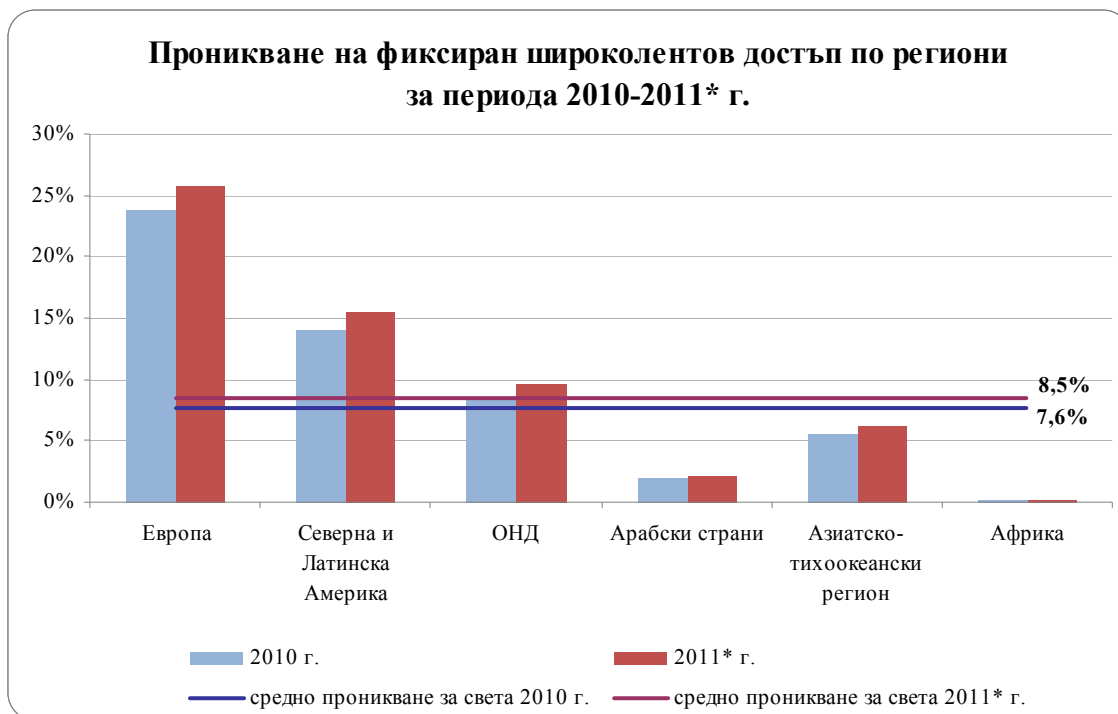
Източник: ITU

Фиг. 4

Както е видно от данните, за поредна година в най-голяма степен нараства проникването в страните от ОНД – с 9,4 процентни пункта за едногодишен период. Европа запазва лидерската си позиция по отношение проникването на интернет услуги на 100 жители, като показателят бележи значителен ръст от 7,5 пункта спрямо 2010 г., когато същият показател нараства с 3,7 процентни пункта спрямо 2009 г. На второ място се подреждат страните от Северна и Латинска Америка, където проникването на интернет през 2011 г. достига 56,3% или се наблюдава увеличение с 6,6 процентни пункта. Въпреки, че потреблението на интернет услуги в страните от Азиатско-тихоокеанския регион и Арабските страни продължава да бъде под средното световно, проникването на интернет услуги в тези държави бележи значително нарастване съответно от 4,7 и 5,0 процентни пункта за разлика от предходните години. Най-незначително изменение на показателя се наблюдава в Африка – 1,5 процентни пункта.

Фиксиран широколентов достъп до интернет

Фиксираният широколенов достъп продължава своето развитие и през 2011 г. като абонатите на този вид услуга достигат 591 млн. в световен мащаб, което представлява увеличение с 12,14% в сравнение с 2010 г. Проникването на фиксиран широколенов достъп (8,5 % през 2011 г.) е нараснало с 0,9 процентни пункта спрямо 2010 г.⁷ Въпреки че се отчита увеличение на потреблението в сектора, степента на проникване в развиващите се страни е едва 4,8% (за Африка тази стойност е под 1%) и 25,7 % при развитите страни⁸.



Забележка: Данните за 2011 г. са въз основа на оценка
Източник: ITU

Фиг. 5

По данни на *Point Topic*⁹ през 2011 г. се наблюдава пропорционално преразпределяне на пазарните дялове на широколеновия достъп чрез DSL и FTТх – докато делът на DSL достъпа намалява с 2,31%, достъпът чрез оптични мрежи се увеличава с 2,39%. През изтеклата година продължава спадът в използването на достъп чрез кабелен модем (намаление с 0,54% през годината), докато останалите технологии отбелязват минимално увеличение на пазарните си дялове.

Мобилен широколенов достъп

Мобилният широколенов достъп остава важен фактор за развитието на електронните съобщения и все повече увеличава значението си в световната икономика като запазва тенденцията на ръст от предходната година. Предвид устойчивия среден ежегоден ръст на абонатите на мобилен широколенов достъп през последните четири години от 45% – към края на 2011 г. те са два пъти повече от използващите фиксиран широколенов достъп до интернет. През 2011 г., съгласно оценката на ITU, са отчетени 1,186 млрд. абоната на мобилен широколенов достъп, което е увеличение с 36,32% спрямо 2010 г. (870 млн.).

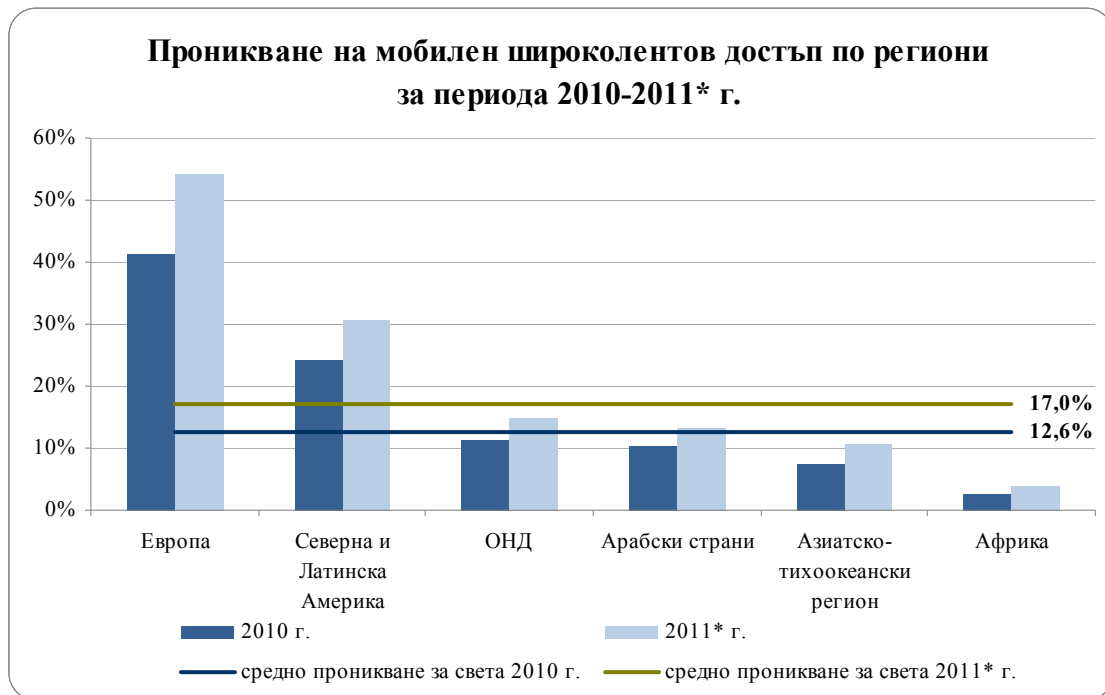
През годината степента на проникване на мобилен широколенов достъп е нараснала с 4,41 процентни пункта спрямо 2010 г., като достига 17,01%.

На фигурата по-долу е представено проникването по региони в света на мобилен широколенов достъп за периода 2010 – 2011 г.

⁷ ITU – ITU Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector

⁸ ITU – ITU Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector

⁹ <http://point-topic.com/dslanalysis.php> - World Broadband Statistics - Short Report - Q4 2011



Забележка: Данните за 2011 г. са въз основа на оценка
Източник: ITU

Фиг. 6

Видно от данните, представени на фиг. 5 и фиг. 6, през 2011 г. проникването на мобилен широколентов достъп до интернет значително изпреварва проникването на фиксирания широколентов достъп. Също така, темпът, с който нараства проникването на мобилния широколентов достъп спрямо 2010 г., е значително по-висок от този на фиксирания широколентов достъп до интернет, като последният поддържа нива, близки до тези, постигнати през последните години.

Европа отново заема лидерската позиция по отношение на широколентовия достъп с проникване на фиксирания и мобилния достъп съответно с 54,1% и 25,79%. Голям брой развиващи се страни успяха да внедрят мобилни технологии за широколентов достъп, преодолявайки съществуващите инфраструктурни бариери, за да осигурят високоскоростни интернет услуги на доскоро необслужвани територии. В Африка проникването на мобилния широколентов достъп достига 3,8% през 2011 г., за разлика от стойността на същия показател при фиксирания широколентов достъп – 0,16%. Страните с най-голямо проникване на широколентов достъп се намират в Европа и Азиатско-тихоокеанския регион. В Република Корея проникването на мобилния широколентов достъп надвишава 90%.

2. Перспективи за развитие на световния пазар на електронни съобщения

Водещите аналитични компании и тази година проявяват сдържаност в очакванията си за развитието на световния пазар на електронни съобщения, както в краткосрочен план – 2011 г., така и в средносрочен – следващите пет години. Причини за понижените очаквания са нестабилният глобален икономически ръст и кризата в Евроразоната. Пазарът на телекомуникационни услуги все още не се е възстановил и нарастването на приходите ще е много слабо.

В началото на настоящата година *Gartner Inc.*, една от водещите световни аналитични компании, обяви, че през 2011 г. приходите в телекомуникационния сектор (които включват както приходи от телекомуникационни услуги, така и от телекомуникационно оборудване) са достигнали 2,15¹⁰ трилиона щатски долара, което представлява ръст от 6,2% спрямо 2010 г. Резултатите надвишават очакванията на анализаторите на *Gartner Inc.*, които прогнозираха ръст от 4,6%¹¹ и приходи от 2,11 трилиона щатски долара.

Прогнозата за 2012 г. отново предвижда увеличението на приходите в

¹⁰ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1888514>

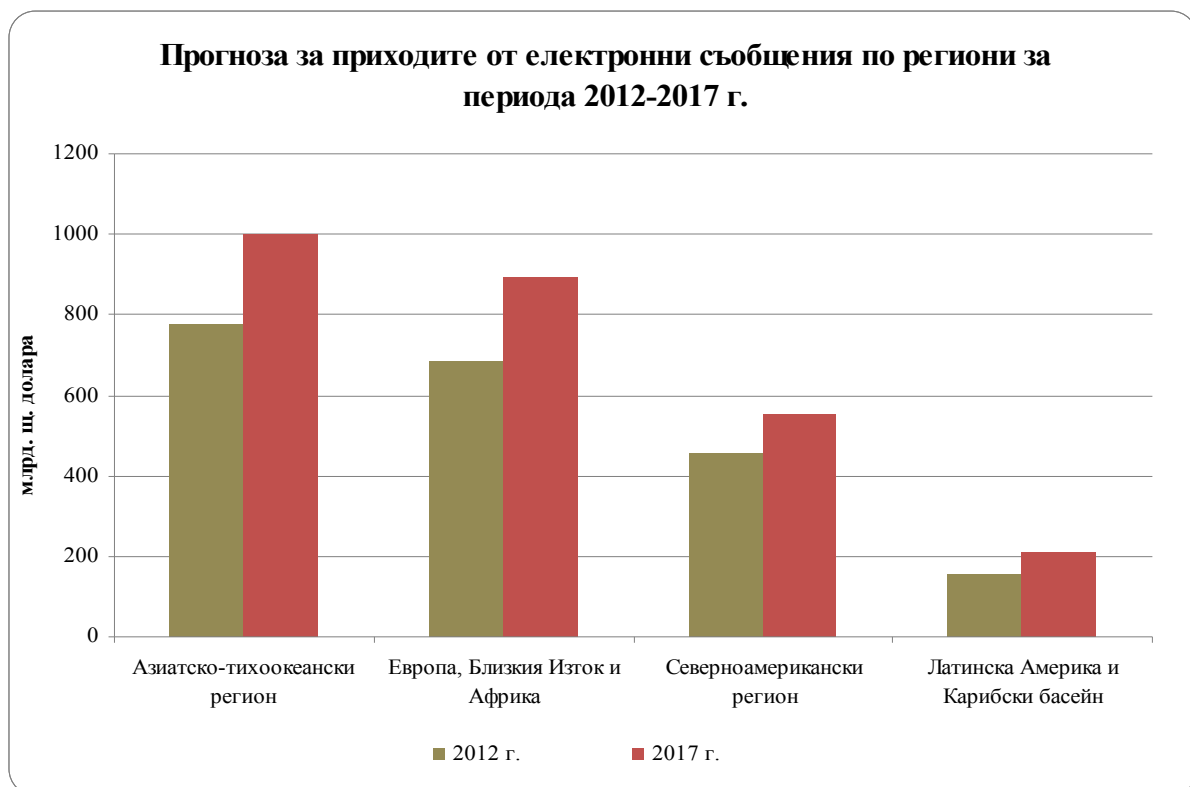
¹¹ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1513614>

телекомуникационния сектор да се забави до 3,3% спрямо предходната, като достигне 2,22 трилиона щатски долара. Прогнозата отразява забавяне на растежа както при телекомуникационните услуги – от 6,1% през 2011 г. на 2,3% през 2012 г., така и при телекомуникационното оборудване – от 7,7% на 6,9%.

Същата съдържаност е видна и в средносрочната прогноза за сектора. Аналитичите на *Insight Research* предвиждат, че в периода 2012 – 2017 г. средногеометричният ръст на приходите от електронни съобщения ще се забави до 5,4%¹² в сравнение с миналогодишната прогноза на компанията, която предвиждаше средногеометричен ръст от 8,7%¹³ в периода 2011 – 2016 г.

От регионална гледна точка оценката за перспективите пред световния пазар на електронни съобщения варира значително (фиг. 7). Северноамериканският регион се очаква да се развива най-бавно през следващите пет години с годишен ръст от 3,8%. За сравнение, миналогодишната прогноза изразяваше очакването, че в периода 2011 – 2016 г. този регион ще постигне годишен ръст от 11%. Регионът на страните от Европа, Близкия Изток и Африка ще постигне растеж от 5,5%, значително по-висок от предвидения миналата година ръст от 3,9%. Това увеличение се очаква да дойде главно от развиващите се страни.

Според анализаторите на *Insight Research*, през следващите пет години най-бързо еволюиращи региони се очаква да бъдат Азиатско-тихоокеанският регион и регионът на страните от Латинска Америка и Карибския басейн. Доминирани от икономиките на Китай, Корея, Мексико и Бразилия, тези региони се очаква да постигнат годишен ръст на приходите съответно 5,9% и 5,7%. За сравнение, миналогодишната прогноза изразяваше очакването, че в периода 2011 – 2016 г. ръстът ще бъде съответно 11,2% и 18,2%. Растежът основно ще се повлияе от бързо разрастващата се средна класа, както и от икономическото развитие, следствие от приватизацията на ключови индустрии.



Източник: 2012 Telecommunications Industry Review, Insight Research Corporation

Фиг. 7

От технологична гледна точка аналитичите на *Insight Research* очакват над 80% от ръста на телекомуникационните приходи през следващите пет години да бъде концентриран в един единствен сегмент – широколентови безжични услуги (494 от общо 604 млрд. щ. долара).

¹² <http://www.insight-corp.com/reports/review12.asp>

¹³ <http://www.insight-corp.com/reports/review11.asp>

За периода 2012 – 2017 г. приходите от този сегмент се очаква да постигнат средногеометричен ръст от 24,2%. Относителният дял на тези услуги в общите приходи от телекомуникационни услуги ще се увеличи от 12,6% през 2012 г. до 28,6% през 2017 г. Теснолентовите безжични услуги, които са с най-голям относителен дял през 2012 г., се очаква да постигнат средногеометричен ръст от 1,2% за периода на прогнозата. Относителният дял на тези услуги ще спадне от 48,0% през 2012 г. до 39,1% към края на 2017 г. За периода на предвиждането, фиксираните широколентови услуги ще отчетат средногеометричен ръст на приходите от 12,9%, като техният относителен дял в общите приходи от електронни съобщения ще се повиши от 7,8% през 2012 г. до 11,0% към 2017 г. По отношение на фиксираните теснолентови услуги, през следващите пет години се очаква те да отчетат средногеометричен спад от 2,6% и техният относителен дял в приходите на сектора да се намали от 31,6% през 2012 г. на 21,3% през 2017 г. (фиг. 8).



Източник: 2012 Telecommunications Industry Revue, Insight Research Corporation

Фиг. 8

В световен план доставчиците на широколентови услуги се очаква да продължат усилията си по създаване на печеливш бизнес модел за високоскоростни услуги. В тази насока те залагат на възможностите, които предоставя интернет протоколът 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.

Въпреки икономическата нестабилност телекомуникациите остават ключов фактор за икономически растеж. Те стимулират социално-икономическия напредък и са изключително важни за световното икономическо развитие.

3. Правна и регулаторна рамка

През 2011 г. бяха въведени изменения на нормативната уредба в сектора в изпълнение на Директива 2009/136/ЕО и Директива 2000/140/ЕО за изменение на Европейската регулаторна рамка за електронни съобщителни мрежи и услуги. Експерти от КРС участваха в разработването на проекта на Закон за изменение и допълнение на Закона за електронните съобщения, който влезе в сила в края на 2011 г.

През периода са изготвени и приети, както и изменени, редица подзаконови нормативни актове, включително приемани от други компетентни органи. Експерти на КРС са участвали и в

изготвянето 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.

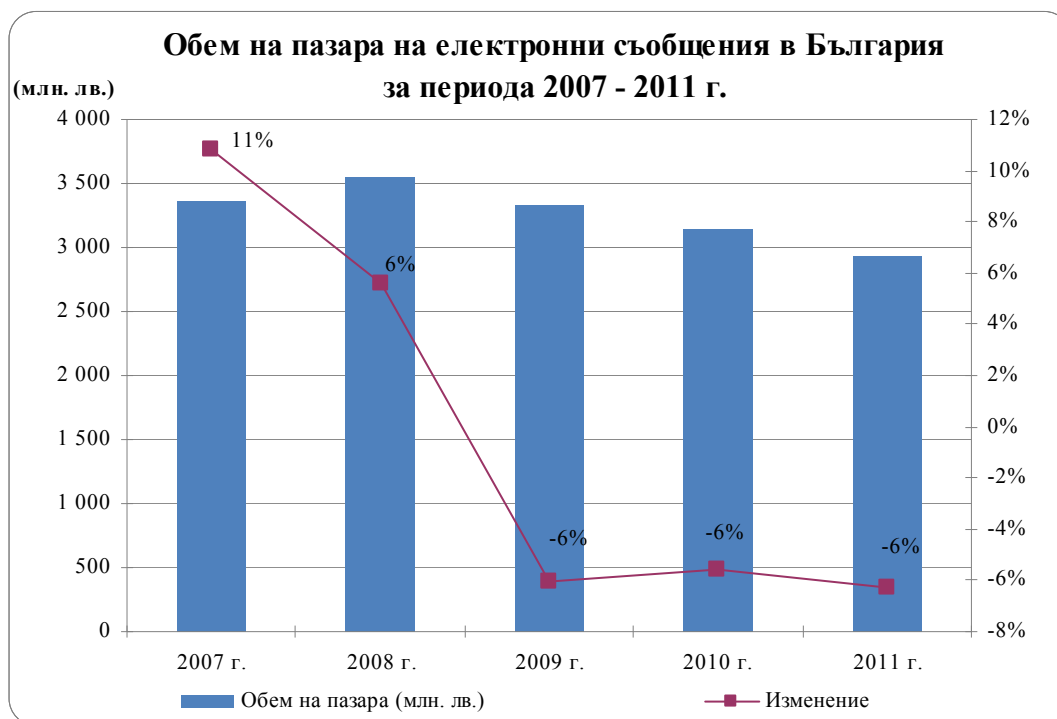
4. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България

4.1. Обем на пазара

През 2011 г. продължаващата икономическа криза се отрази негативно върху обема на пазара на електронни съобщения в България. През 2011 г. броят на предприятията, регистрирани в КРС за осъществяване на обществени електронни съобщения е намалял до 1264, т.е. с 5,38% по-малко сравнено с броя им през 2010 г., което се дължи както на прекратяване на дейността на икономическите субекти, така и на осъществени продажби и сливания на предприятия.

Обемът¹⁴ на пазара на електронни съобщения за 2011 г. е изчислен въз основа на получените и обобщени данни от 1113 предприятия или 88% от регистрираните. Броят на предприятията, декларирали, че през 2011 г. действително са предоставяли обществени електронни съобщения, е 915.

Обемът на пазара на електронни съобщения в страната за периода 2007 – 2011 г. и неговото изменение са представени на фигура 9.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 9

Както е видно от представените данни, общият обем на пазара на електронни съобщения в България през 2011 г. (2,944 млрд. лв.) е намалял с 6%, спрямо 2010 г., което в абсолютно изражение представлява спад със 196 млн. лв. Общият обем на пазара на електронни съобщения през 2011 г. съставлява 3,9% от общия обем на БВП¹⁵ на България.

4.2. Структура на пазара

При изготвянето на настоящия доклад КРС запази методологичния подход и

¹⁴ Обемът на пазара е изчислен въз основа на подадените от предприятията общи приходи от дейността

¹⁵ Изчислен по текущи цени. Източник: НСИ

инструментариум, използвани през 2010 г., за отчитане на дейността на предприятията по предоставяне на обществени електронни съобщения в България. Пазарът на обществени електронни съобщения в България през 2011 г. е разгледан в 6 основни сегмента (виж Таблица 1), определени според вида на предоставяните услуги.

В таблица 1 са представени приходите от дейността по предоставяне на обществени електронни съобщения в България в периода 2009 – 2011 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 2009 – 2011 г.

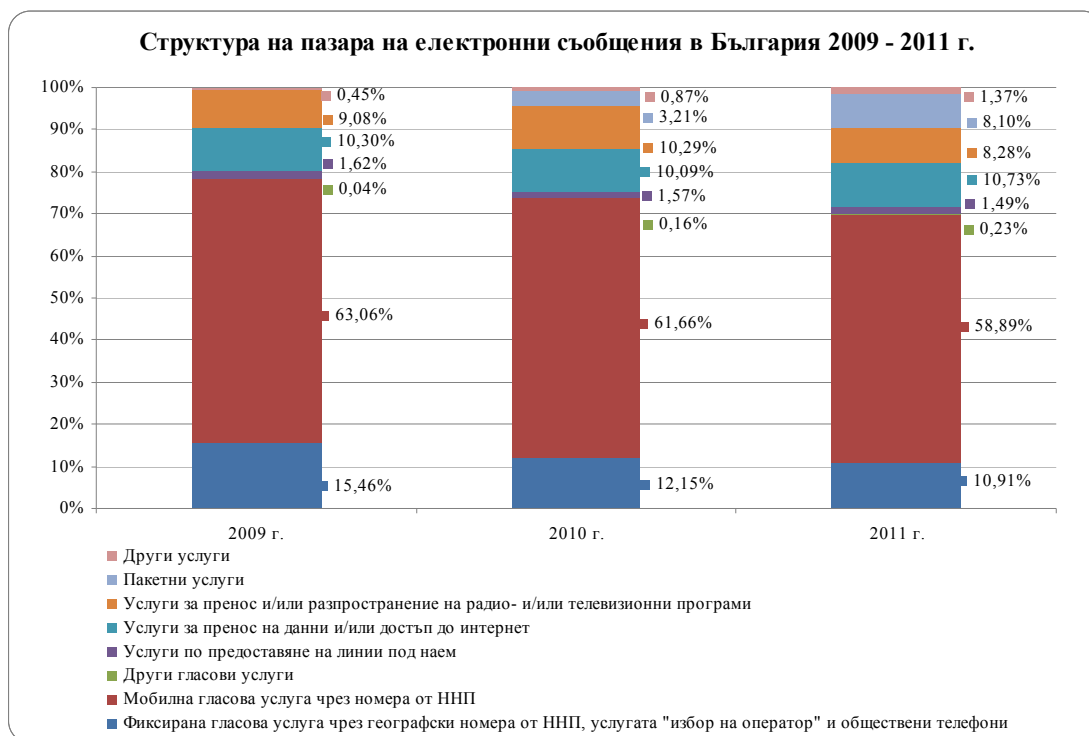
Услуги, чрез които се осъществяват обществени електронни съобщения	Година		
	2009 г.	2010 г.	2011 г.
	(млн. лв.)		
1. Гласови телефонни услуги	2 613,671	2 323,132	2 061,969
<i>1.1. Фиксирана гласова услуга чрез географски номера от ННП, услугата "избор на оператор" и обществени телефони</i>	514,347	381,475	321,109
<i>1.2. Мобилна гласова услуга чрез номера от ННП</i>	2 097,913	1 936,515	1 734,082
<i>1.3. Други гласови услуги</i>	1,410	5,142	6,778
2. Услуги по предоставяне на линии под наем	53,878	49,361	43,906
3. Услуги за пренос на данни и/или достъп до интернет	342,551	316,976	316,048
4. Услуги за пренос и/или разпространение на радио-и/или телевизионни програми	301,971	323,335	243,810
5. Пакетни услуги	///	100,691	238,487
6. Други услуги¹	14,947	27,299	40,207
Общо	3 327,018	3 140,795	2 944,427

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 услуги.

Забележка: Приходите от пакетни услуги за 2009 г. не могат да бъдат отделени от приходите на отделните сегменти.

Източник: Данни, подадени в КРС

На фигура 10 е представено изменението на относителните дялове (изчислени въз основа на общите приходи от дейността) на сегментите в структурата на пазара на електронни съобщения за периода 2009 – 2011 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 10

Данните, по-горе (таблица 1 и фигура 10), показват, че делът на гласовите телефонни услуги (фиксирана, мобилна и други телефонни услуги) в общия обем на пазара на обществени електронни съобщения остава най-висок, въпреки отчетеното намаление от 4 процентни пункта спрямо 2010 г. На следващо място са услугите за пренос на данни и/или достъп до интернет и услугите за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, чиито относителни дялове са съответно 10,73% и 8,28%. Намалението в приходите от самостоятелно предоставяните услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми се дължи преди всичко на бързото развитие на пакетните услуги в България, които се подкрепят на четвърто място с 8,10% (увеличение с 4,9 процентни пункта спрямо 2010 г.) дял в общия обем на пазара.

Въз основа на информацията, представена по-горе, са изведени следните основни изводи за развитието на пазара на електронни съобщения в България през 2011 г. сравнено с 2010 г.:

- В сегмент „Гласови телефонни услуги” е регистриран спад (в абсолютно изражение) с 11,24%;
- В сегмент „Услуги по предоставяне на линии под наем” е регистриран спад от 11,05% ;
- В сегмент „Пренос на данни и/или достъп до интернет” обемът на приходите намалява с 0,29%;
- В сегмент „Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и/или телевизионни програми” е отчетен спад от 24,60%;
- В сегмента „Пакетни услуги” обемът на приходите бележи близо 2,4 пъти увеличение;
- В сегмента „Други услуги” се наблюдава значителен ръст – 47,28%, дължащ се, преди всичко, на увеличението на приходите от услуги по съвместно разполагане и други форми на съвместно ползване, включително предоставяне на кули, мачти и други услуги (увеличение с 90,08%, спрямо 2010 г.).

Взаимно свързване

На следващите фигури е представена структурата на пазара на електронни съобщителни услуги, като взаимното свързване е обособено в самостоятелен сегмент.



Фиг. 11

Фиг. 12

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); генериране и транзит.

Източник: Данни, подадени в КРС.

Обемът на приходите от взаимно свързване през 2011 г. е намалял с 9,1%, спрямо 2010 г., което основно се дължи на влизането в сила на последната стъпка от плановете за поетапно намаление на цените на едро за терминиране в индивидуални мобилни мрежи и на цените на едро за терминиране във фиксирани мрежи от 01.07.2010 г. (Решение 236/17.03.2009 г. и Решение № 237/17.03.2009 г.). Незначително намаление (0,5 процентни пункта) спрямо предходната година се наблюдава и при дела на сегмента взаимно свързване (14,7% за 2011 г. спрямо 15,2% през 2010 г.) в общия обем на пазара на електронни съобщения.

Инвестиции

През 2011 г. по-малко от половината от предприятията са инвестирани в изграждане и поддържане на мрежите и развитие на услугите, възлизащи в размер на 718 млн. лв., което представлява намаление с 10% спрямо вложените средства през предходната година. За 2012 г. предприятията предвиждат да инвестират в дейността по предоставяне на обществени електронни съобщения близо 659 млн. лв.

5. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения

Развитието на електронните съобщения в България се очаква да бъде в следните няколко направления:

- Засилване на конкуренцията между предприятията;
- Насърчаване развитието на широколентовия достъп до интернет;
- Увеличаване търсенето и предлагането на пакетни и конвергентни услуги.

Засилване на конкуренцията между предприятията

Създаването на условия за развитието и поддържането на ефективна конкуренция е процес, който се стимулира от страна на КРС чрез нейните регулаторни механизми. На определените от КРС пазари, подлежащи на ex-ante регулиране, са наложени задължения, които са пропорционални на установените конкурентни проблеми и целят ограничаване на антиконкурентно поведение от страна на предприятията със значително пазарно въздействие.

През 2012 г. приключи вторият кръг на процедурата за определяне, анализ и оценка на пазара на терминиране на гласови повиквания в мобилни мрежи и на пазара на генериране и терминиране на повиквания във фиксирани мрежи, като с приетия план за поетапно намаление на цените на терминиране се засилва конкуренцията и се създават условия за намаление на цените на разговорите на абонатите на една мрежа с абонати на друга мрежа.

Предлагане на пакетни услуги

За да отговорят на засиленото потребителско търсене, 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 и това е обусловено не само от развитието на технологиите, но и от спадащите приходи на предприятията в предоставянето на традиционни услуги. Предложенията включват различни комбинации от фиксирани и мобилни гласови услуги, широколентов интернет, кабелна, сателитна и IP телевизия, предлагани както от историческото, мобилните и кабелните предприятия, така и в нарастваща степен от предприятията, предоставящи услуги за достъп до интернет и пренос на данни. През 2011 г. пакетната услуга с най-висок относителен дял на база абонати и приходи е „мобилна гласова услуга и достъп до интернет“, като трябва да се отбележи факта, че близо 80% от абонатите, ползващи пакетни услуги, имат включена услуга за достъп до интернет. В бъдеще се очаква все по-засилено предлагане на пакетни услуги с включен мобилен достъп до интернет, като броят на потребителите, използващи интернет през мобилни устройства, ще надхвърли този на използващите фиксиран достъп до интернет.

Перспективи за развитие на сегментите от пазара на електронни съобщения в България:

В сегмента на мобилните услуги бъдещото развитие ще бъде свързано с:

- запазване и засилване на тенденцията все повече потребителите на фиксирани гласови телефонни услуги да се отказват от тях и да ги заменят с мобилни;
- преразпределение на настоящия брой абонати и в по-незначителна степен привличане на нови;
- намаляване на средномесечния потребителски разход за мобилни телефонни услуги;
- предлагане на множество промоции, свързани с отстъпки от месечните абонаментни цени, включване на допълнителни минути за изходящи разговори, пакети за мобилен интернет и данни;
- увеличаване на потреблението на мобилни телефонни услуги, предлагани в пакет с други услуги, като мобилен интернет и телевизия, вследствие на навлизането на мобилните предприятия в нови сегменти от пазара на електронни съобщителни услуги.
- промяна в структурата на мобилния пазар като цяло – за крайните потребители от все по-голямо значение стават услугите за достъп до интернет, съдържание и др., отчитайки и ръста при продажбите на смартфони, планшети и други потребителски устройства.

В сегмента на фиксираните гласови услуги, развитието се очаква да е свързано с:

- запазване на тенденцията абонатите на историческото предприятие да намаляват за сметка на абонатите на алтернативните предприятия;
- продължаващ спад на относителния обем на приходите от фиксирани гласови услуги в общия обем на пазара на електронни съобщения;
- нарастване на броя на фиксираните телефонни постове, предлагани чрез мобилни мрежи, както и предлагане на фиксирани гласови услуги в пакет с други услуги, като телевизия и достъп до интернет.

При услугите по предоставяне на линии под наем, ще продължи засиленото търсене и предлагане на алтернативни (Ethernet) линии под наем, които осигуряват повече технически възможности при предоставянето на услугите, отколкото традиционните (аналогови и цифрови) линии.

В сегмента „пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми“, се наблюдава ясна тенденция на все по-голямо увеличаване на броя на абонатите на сателитна и IP-базирана телевизия за сметка на тези на кабелна, както и засилено търсене и предлагане на пакетни услуги със сателитна телевизия. Очаква се тази тенденция да се засилва вследствие на по-агресивната маркетингова политика, която прилагат предприятията, предоставящи сателитна телевизия.

По отношение на преминаването от аналогова към цифрова телевизия, се очаква този процес да завърши през 2013 г., съгласно последните изменения в Закона за електронните съобщения (Изм. ДВ. бр. 105 от 29 Декември 2011 г.), където е определена датата 1 септември

2013 г. като краен срок за преустановяване на наземното аналогово телевизионно радиоразпръскване на територията на Република България.

За засилване на конкуренцията в интернет сегмента, стимулиращо въздействие ще имат не само наложените от КРС с Решение № 246/22.02.2011 г. задължения на предприятието със значително въздействие върху пазарите на предоставяне на достъп на едро до мрежова инфраструктура и предоставяне на ширококолов достъп на едро, но и изпълнението на мерките от Националната стратегия за развитие на ширококоловия достъп в България.

Развитието на ширококоловия достъп в България ще бъде от все по-важно значение и за мобилните предприятия. Затова те, въпреки финансовата криза, продължават да инвестират в изграждането на 3G и 4G мрежи и предлагат множество оферти за мобилен и фиксиран достъп до интернет както самостоятелно, така и в пакет с други услуги. Очаква се от 2012 г. да започнат да се тестват 4G услуги по стандарт LTE (Long Term Evolution) от „Българска телекомуникационна компания“ АД (БТК) и „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД, а с увеличаване на покритието на мрежите по население и територия, тези услуги ще започнат да се предлагат и на крайните потребители.

В заключение, може да се посочи, че бъдещото развитие на пазара на електронни съобщения ще е насочено основно към предлагането на конвергентни и пакетни услуги, ширококолов интернет достъп (мобилен и фиксиран) и изграждането на мрежи от трето и четвърто поколение, с основен акцент предлагането на множество разнообразни услуги за потребителите.