

I. СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА ПАЗАРА НА ЕЛЕКТРОННИ СЪОБЩЕНИЯ	6
1. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България	6
1.1. Обем на пазара	6
1.2. Структура на пазара	7
2. Гласови телефонни услуги	10
2.1. Фиксирани гласови телефонни услуги	12
2.2. Мобилни гласови телефонни услуги	16
2.3. Гласови услуги, предоставяни чрез мрежи за широколентов безжичен достъп (ВWА) с ползване на радиочестотен спектър	21
3. Услуги по предоставяне на линии под наем	22
4. Пренос на данни и достъп до интернет	25
5. Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми	31
5.1. Разпространение на радио- и телевизионни програми на дребно	32
5.2. Пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми и IPTV на едро	37
5.3. Наземно радиоразпръскване на радиопрограми – УКВ	39
радиоразпръскване	
6. Пакетни услуги	40
7. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения	43
8. Предоставяне на универсална услуга	44
8.1. Степен на задоволеност от предоставянето на универсалната услуга	44
8.2. Анализ на предоставянето на универсалната услуга	45
8.2.1. Достъп и предоставяне на универсалната услуга	45
8.2.2. Достъп до обществени телефонни апарати	46
8.2.3. Осигуряване на телефонен указател и предоставянето на справочни услуги	47
8.2.4. Достъпност на цените на универсалната услуга	48
8.3. Качество при предоставяне на универсална услуга	49
8.4. Компенсирание на нетни разходи от предоставяне на универсална услуга	49
8.5. Жалби и удовлетворяване на жалбите	49
8.6. Перспективи за развитието на универсалната услуга	50

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

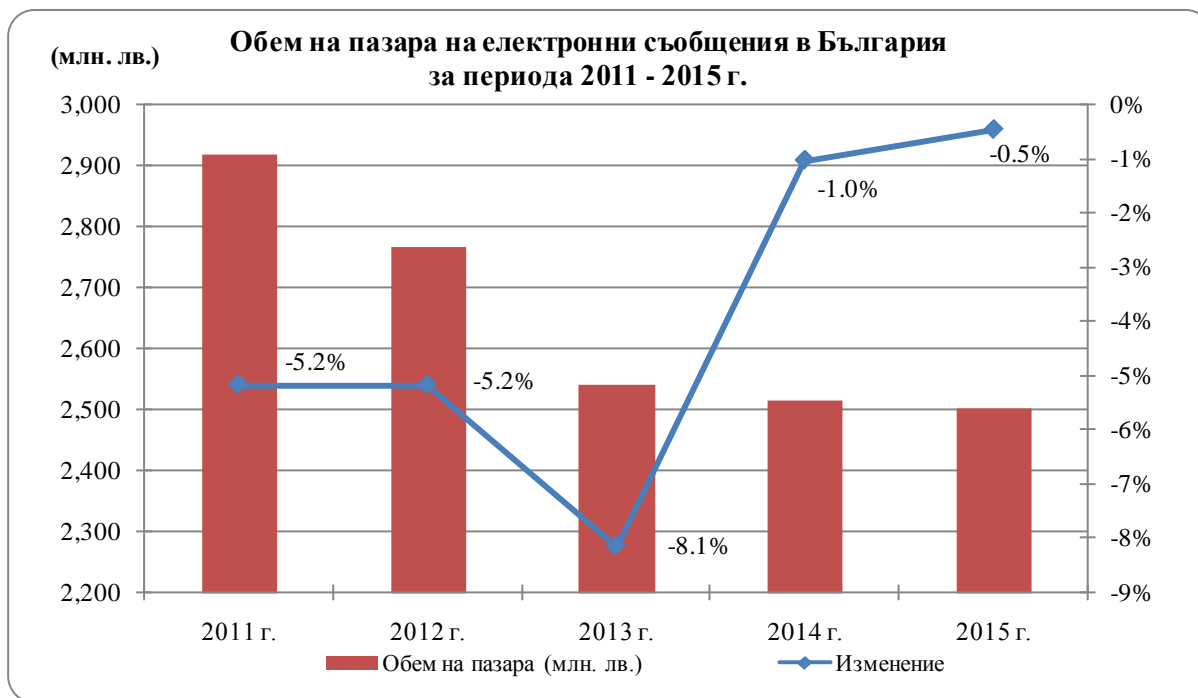
1. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България

1.1. Обем на пазара

По данни от регистъра на КРС, към 31.12.2015 г. 1162 предприятия са регистрирани в КРС с намерение да осъществяват дейност по предоставяне на обществени електронни съобщения, като за една година броят им е нараснал с 0,5%. От регистрираните предприятия 1051¹ (90,4%) са подали информация в КРС в изпълнение на чл. 5 от Общите изисквания при осъществяване на обществени електронни съобщения. През годината дейност са осъществявали 892 предприятия, като в този брой са включени и 33 предприятия, които към 31.12.2015 г. са преустановили дейност по предоставяне на обществени електронни съобщения и са заличени от регистъра на КРС.

През 2015 г. общият обем на пазара на електронни съобщения в България се запазва почти² без изменение в сравнение с 2014 г., като възлиза на 2,505 млрд. лв.³

На фигура 1 по-долу е представено изменението на обема на пазара на електронни съобщения в страната за периода 2011 – 2015 г.



Забележка: Във връзка с измененията на чл. 33, ал. 2 от ЗЕС и с цел съпоставимост на информацията, в годишния доклад на КРС са представени данни, подадени от предприятията, без оценка на абонати и приходи, като за целта данните за периода 2011-2014 г. са преизчислени.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 1

¹ Данните са въз основа на постъпилата в КРС към 03.05.2016 г. информация.

² Намалението в обема на пазара възлиза на 0,5%

³ Включително приходите от предприятията, преустановили дейност през 2015 г.

Представените данни сочат, че преодоляването на негативната тенденция на спад в обема на пазара, започнало през 2014 г., продължава, като общият обем на пазара на електронни съобщения през 2015 г. съставлява 2,9% от общия обем на БВП⁴ на България.

1.2. Структура на пазара

Информация за приходите от предоставяне на обществени електронни съобщения в България по сегменти, определени според вида на предоставяните услуги за периода 2013 – 2015 г., е представена в таблица 1.

Таблица 1

Структура на пазара на обществени електронни съобщения в България по вид на предоставяните услуги за периода 2013– 2015г.

Услуги, чрез които се осъществяват обществени електронни съобщения	Година		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.
	(млн. лв.)		
1. Гласови телефонни услуги	1 485,413	1 373,179	1 131,441
1.1. Фиксирана гласова услуга чрез географски номера от ННП, услугата "избор на оператор" и обществени телефони ¹	225,492	203,340	174,305
1.2. Мобилна гласова услуга чрез номера от ННП	1 250,880	1 157,208	942,830
1.3. Други гласови услуги ²	9,041	12,631	14,305
2. Услуги по предоставяне на линии под наем	35,225	34,830	31,896
3. Услуги за пренос на данни и/или достъп до интернет	363,157	369,048	403,332
4. Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и/или телевизионни програми	257,438	259,575	244,411
5. Пакетни услуги	350,376	424,703	643,483
6. Други услуги³	50,802	54,971	50,121
ОБЩО	2 542,411	2 516,307	2 504,684

¹ Данните за 2013 г. и 2014 г. са актуализирани, като представените данни са без оценка.

² Включват се приходите от предоставянето на VoIP (гласова IP услуга, при която не се използват номера (географски или негеографски) от ННП, услугата е без гарантирано качество и е необходимо потребителят да използва/разполага с достъп до интернет през съответно устройство - компютър/телефон), гласова услуга, предоставяна чрез номера с национален код за достъп от типа 99х и други.

³ Сегментът включва приходите от предоставяне на канална мрежа, услуги за достъп до спътникови системи, съвместно ползване, включително предоставяне на кули, мачти; тъмно влакно; съвместно разполагане (колокиране), извън случаите на взаимно свързване и други.

Източник: Данни, подадени в КРС

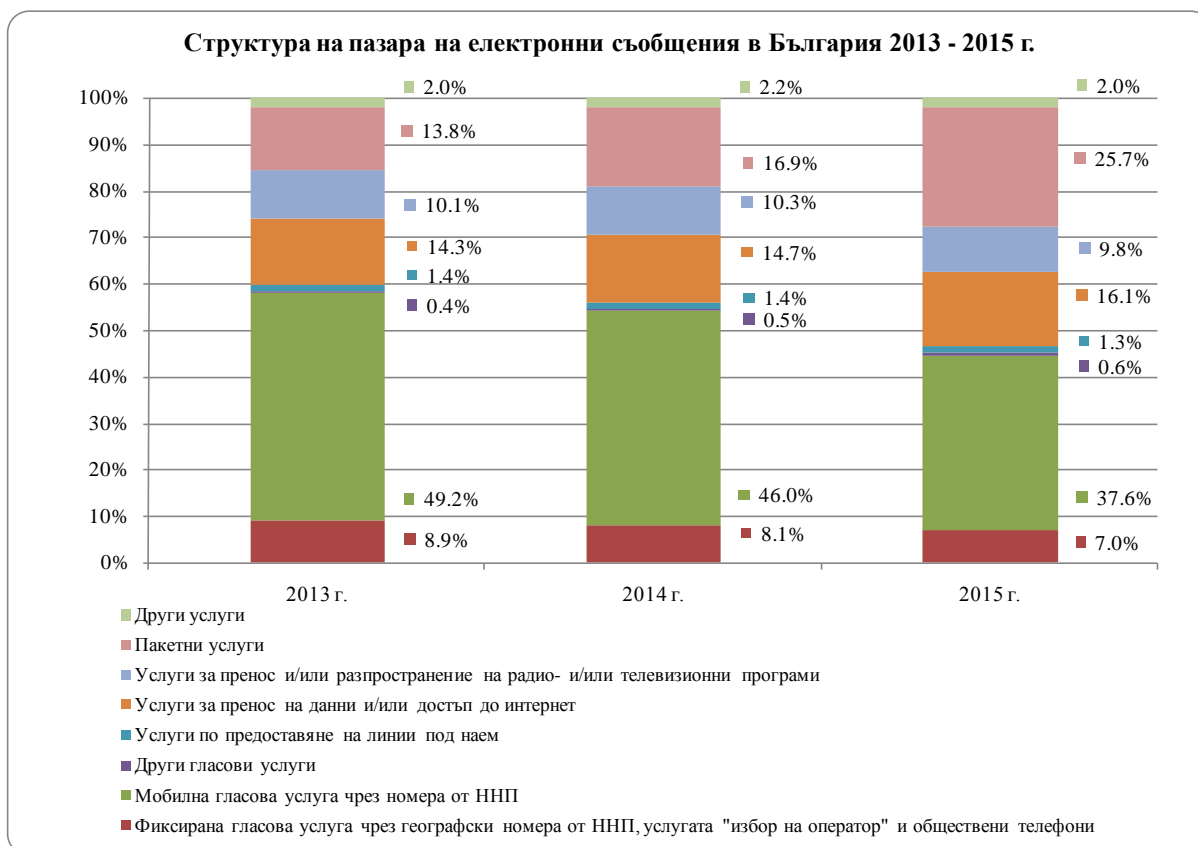
Както през предходните години, така и през 2015 г. общият обем на пазара на електронни съобщения⁵ в България се определя от приходите от гласовите услуги, пакетните услуги и услугите за пренос на данни и/или достъп до интернет, предлагани самостоятелно.

⁴ Изчислен по текущи цени. Източник: НСИ: <http://www.nsi.bg/bg/content/2206/%D0%B1%D0%B2%D0%BF-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4-%D0%BD%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%BE-%D0%BD%D0%B8%D0%B2%D0%BE>

⁵ формиран от приходите от услуги, предоставяни самостоятелно и от приходите от пакетни услуги (инсталационни такси и месечен абонамент)

За поредна година дялът на гласовите телефонни услуги (фиксирана, мобилна и други гласови услуги) в общия обем на пазара на обществени електронни съобщения остава най-висок – 45,2%, независимо от отчетеното намаление с 9,4 процентни пункта спрямо 2014 г. Приходите от предоставяне на пакетни услуги са на второ място и представляват 25,7% в общия обем на пазара, което е увеличение с 8,8 процентни пункта спрямо дела им през предходната година. Услугите за пренос на данни и/или достъп до интернет, които заемат 16,1% от общия обем на пазара, са на трето място по значимост, като наблюдаваното увеличение в дела спрямо 2014 г. е с 1,4 процентни пункта.

Изменението на относителните дялове на приходите от сегментите в структурата на пазара на електронни съобщения за периода 2013 – 2015 г. е представено на фигура 2.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 2

Въз основа на представената и обобщена информация от предприятията, основните изменения в структурата на пазара на електронни съобщения в България през 2015 г., в сравнение с 2014 г., са следните:

- ✓ спад (в абсолютно изражение) със 17,6% в сегмент „Гласови телефонни услуги”, като най-голямо намаление се наблюдава при мобилната гласова услуга – с 18,5%. Намалението на общите приходи от мобилна гласова услуга се дължи на спада в приходите на дребно от предоставянето ѝ като самостоятелна услуга, породен от увеличението на потреблението на мобилна телефонна услуга в пакет с други електронни съобщителни услуги, чиито приходи от абонаментни такси се отчитат в сегмент „Пакетни услуги”;

- ✓ спад на приходите с 8,4% в сегмент „Услуги по предоставяне на линии под наем”. Спадът на приходите в този сегмент е по-голям в сравнение с предишния отчетен период (2013 – 2014 г.), когато отчетеното намаление е било с 1,1%. Това изменение през 2015 г. се дължи както на намалението на приходите от предоставяне на услугата на дребно, така и на спада в приходите от предоставянето на услугата на едро;
- ✓ ръст от 9,3% в обема на приходите в сегмент „Пренос на данни и/или достъп до интернет”, като реализираните приходи само от услугата достъп до интернет се увеличават с 13,2%;
- ✓ спад на приходите с 5,8% в сегмент „Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и/или телевизионни програми” през 2015г., който е резултат от намалението на приходите от предоставяне на кабелна телевизия (-19,7%) и от предоставяне на услугите на едро – пренос на радио- и ТВ програми и наземно радиоразпръскване на радио- и ТВ програми (-11,2%);
- ✓ скок в ръста на приходите в сегмент „Пакетни услуги”, които нарастват с 51,5%. Този ръст се дължи на двойното увеличение на приходите от двойната пакетна услуга „мобилен глас и мобилен интернет”. Съществено увеличение на приходите се отчита и при пакетите „фиксиран глас и телевизия” – 17,0% и „мобилен глас, телевизия и мобилен интернет”, където ръстът е почти 50 пъти, но делът на тези приходи в общите приходи от пакетни услуги е минимален –0,03%;
- ✓ спад от 8,8% в сегмент „Други услуги”, резултат преди всичко на намалението на приходите от услуги по съвместно разполагане и други форми на съвместно ползване, включително предоставяне на кули, мачти, тъмно влакно и други с 13,4%. Приходите от услугата „предоставяне на достъп до канална мрежа” също бележат минимален спад от 2,7% за едногодишен период. Единствено при приходите от услугата „достъп до спътникови системи”, също включена в този сегмент на пазара, се отчита увеличение от 7,8% спрямо 2014 г.

Взаимно свързване

През 2015 г., за първи път от 2009 г., приходите от взаимно свързване отчитат ръст с 20,4% спрямо 2014 г. Този резултат е следствие от значителното увеличение на терминирания трафик в мрежите на мобилните предприятия, което оказва влияние и върху реализираните приходи, въпреки прилаганата по-ниската цена за терминиране в мобилни мрежи в сравнение с 2014 г., валидна от 01.01.2015 г. (Решение № 135/14.02.2013 г.).

На фигури 3 и 4 е представено изменението на обема на приходите от взаимно свързване в общия обем на пазара за 2014 г. и 2015 г.



Фиг. 3



Фиг. 4

Източник: Данни, подадени в КРС

Данните показват, че делът на приходите от взаимно свързване в общия обем на пазара се увеличава, като през 2015 г. той е 5,3% или с 0,9 процентни пункта повече в сравнение с предишния отчетен период (2014 г.).

Инвестиции

През 2015 г. 457 предприятия са вложили инвестиции в изграждането и поддържането на обществени електронни мрежи, които са с 11,8% по-малко от предходния период. Общият размер на вложените от тези предприятия инвестиции достига 524 млн. лв. при планирани през 2014 г. инвестиции за 2015 г. от 544 млн. лв., което показва, че планираните от предприятията инвестиции за 2015 г. почти изцяло са реализирани.

Съгласно данните, подадени в КРС, за 2016 г. 401 предприятия предвиждат да инвестират в дейността по предоставяне на обществени електронни съобщения близо 503 млн. лв.

През 2015 г. 105 предприятия (97 предприятия през 2014 г.) са вложили инвестиции в мрежи за достъп от следващо поколение (NGA) в размер на 52 млн. В сравнение с 2014 г. това е с 25 млн. лв. по-малко. Това оказва влияние върху намалението на дела на NGA инвестициите в общия обем инвестиции, който за 2015 г. е 9,9% при 13,0% за 2014 г.

За 2016 г. общо 93 предприятия предвиждат инвестиции за изграждане и поддържане на мрежи за достъп от следващо поколение в размер на 50 млн. лв.

2. Гласови телефонни услуги

През 2015 г. общият обем на реализираните приходи от услугите, включени в сегмента „Гласови телефонни услуги“, възлиза на 1,131 млрд. лв., като тенденцията за спад в приходите от услугите се запазва за поредна година. Отчетеното намаление в общите приходи през 2015 г. в сравнение с 2014 г. е 17,6%, при 7,6% спад за предходния период (2013 – 2014 г.) и 17,3% за периода 2012 – 2013 г.

Приходите в този сегмент се формират от предоставянето на следните услуги: фиксирана гласова услуга чрез географски номера от Националния номерационен план

(ННП), достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор“, телефонни услуги чрез обществени телефони, мобилна гласова услуга чрез номера от ННП (включително кратки текстови съобщения (SMS) и мултимедийни съобщения (MMS)) и други гласови услуги. Приходите в позицията „други гласови услуги“ се формират от предоставянето на VoIP⁶, гласова услуга чрез номера с национален код за достъп от типа „99x“⁷, от предоставяне на гласова услуга чрез търговско представителство, интернет базирани входящи гласови услуги и др.

В таблица 2 е представена обобщена информация за разглеждания сегмент, а именно: броят на предприятията, предоставяли през 2015 г. услуги на този пазарен сегмент, броят на техните абонати/постове, ползвали гласови телефонни услуги, както и приходите от предоставените услуги.

Таблица 2
Брой предприятия, брой абонати/постове и приходи по вид на предоставяните гласови телефонни услуги през 2015 г.

Наименование на услугата	Брой предприятия, предоставящи услугата към 31.12.2015 г.	Брой абонати/постове към 31.12.2015 г.		Приходи (в млн. лв. без ДДС) ²
		Общо ¹	в т.ч. абонати на пакетни услуги	
1. Фиксирана гласова услуга	///	///	///	174,305
1.1. Фиксирана гласова услуга чрез номера от ННП и услугата "избор на оператор"	26	1 587 364*	566 143	173,505
1.2. Телефонна услуга чрез обществени телефони	5	8 637**	///	0,801
2. Мобилна гласова услуга чрез номера от ННП	4	9 194 633	3 043 653	942,830
3. Други гласови услуги³	34	///	///	14,305
Общо	///	///	///	1 131,441

¹ Вкл. абонати на пакетни услуги

² Без приходи от пакетни услуги

³ Вкл. VoIP, гласова услуга чрез номера с номера с национален код за достъп от типа "99x" и други

* Брой постове/линии на абонати на фиксирана гласова телефонна услуга

** Брой обществени телефони/телефонни кабинки

Източник: Данни, подадени в КРС

През 2015 г., както и през 2014 г., общият брой на предприятията, декларирали дейност по предоставянето на фиксирана телефонна услуга, възлиза на 26.

Непроменен остава броят и на предприятията, декларирали дейност по предоставянето на телефонна услуга чрез обществени телефони/кабини. Към края на 2015 г. предоставящите услугата предприятия са 5 на брой, включително „Българска телекомуникационна компания“ ЕАД (БТК).

През 2015 г. предприятията, чиито услуги са част от групата „Мобилна гласова услуга чрез номера от ННП“, се увеличиха с едно - „Макс Телеком“ ООД, в резултат на което в края на годината доставчиците на мобилни гласови телефонни услуги вече са 4 на брой.

⁶ Гласова IP услуга, при която не се използват номера от ННП, услугата е без гарантирано качество и е необходимо потребителят да използва/разполага с достъп до интернет през съответно устройство - компютър/телефон.

⁷ Чрез мрежи за широкополосен безжичен достъп (BWA) с ползване на радиочестотен спектър. Към 31.12.2015 г. предоставянето на тази услуга е преустановено, а абонатите, ползващи услуги, базирани на WiMax технология за гласови услуги, са мигрирани към мобилна гласова услуга.

В групата „Други гласови услуги” през 2015 г. дейност са осъществявали 34 предприятия, като основната част от приходите в тази група услуги се формира от VoIP услугите – 72.3%.

Фигура 5 представя разпределението на приходите на отделните услуги в обема на сегмента за периода 2013 – 2015 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 5

Структурата на приходите по видове услуги на пазарния сегмент „Гласови телефонни услуги” не се променя съществено през 2015 г. в сравнение с предходните години. Приходите от мобилна гласова услуга обичайно формират най-голям дял (83,3%) в сегмента въпреки намалението от 1,0 процентен пункт спрямо предходната година. Делът от приходите от фиксирана гласова услуга чрез географски номера от ННП и услугата „избор на оператор” се увеличава с 0,6 процентни пункта и възлиза на 15,3%. Нараства и делът на приходите, реализирани от предоставянето на други гласови услуги – на 1,3% при 0,9% през 2014 г. За поредна година делът на приходите от обществени телефони остава непроменен.

2.1. Фиксирани гласови телефонни услуги

Участници на пазара на фиксирани гласови телефонни услуги

През 2015 г. КРС оторизира още две предприятия („Макс Телеком“ ООД и „Рутелком” ООД) за предоставяне на фиксирана телефонна услуга чрез географски номера. Разрешението на предприятието „Compatel Limited“ за предоставяне на фиксирана телефонна услуга чрез географски номера е прекратено в началото на 2015 г. поради изтичане на срока, за който е поискано. През 2015 г., по искане на предприятия, са прекратени разрешенията за ползване на ограничен ресурс – номера на „669С“ ЕООД, което включва както географски номера от ННП, така и код за услугата „избор на оператор“ и разрешението на „Алфа Тек” ООД, с което е предоставен код за услугата „избор на оператор“. По отношение на услугата „избор на оператор”, през годината още

едно предприятие се отказа от предоставения код за достъп до тази услуга – „Мобилтел“ ЕАД.

В резултат, броят на предприятията, оторизирани за предоставяне на достъп до фиксирана гласова телефонна услуга с географски номера и достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор“, възлиза на 31, от които 26 са декларирали дейност по предоставянето на фиксирани гласови телефонни услуги през 2015 г.

Развитие на сегмента „фиксирана гласова телефонна услуга”

През 2015 г., за поредна година, се отчита спад в потреблението на фиксирана телефонна услуга, дължащ се на намаляващия интерес на потребителите към телефонните услуги, предоставяни чрез географски номера, в определено местоположение. Поради това, в този пазарен сегмент отново се отчита намаление:

- на общия обем на приходите от предоставяне на услугите, включени в сегмента (фиксирана телефонна услуга⁸, достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор” и достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони и телефонни кабинки), който през 2015 г. възлиза на 174,3 млн. лв., като намалението в сравнение с 2014 г. е 14,3%. През 2015 г. пазарният дял на историческото предприятие, изчислен на база приходи от предоставянето на фиксирана телефонна услуга, вкл. услугата „избор на оператор“, възлиза на 86,8%, като отбелязва минимален спад от 0,1 процентни пункта спрямо нивото от предходната година (86,9%);
- в обема на изходящия трафик (измерен в минути), генериран от потребителите⁹ при осъществяването на национални (селищни и междуселищни повиквания, повиквания към мобилни наземни мрежи, към мрежи за широколентов безжичен достъп и към негеографски номера) и международни повиквания. През 2015 г. в сравнение с 2014 г. спадът е с 14,4%, при намаление от 10,9% в предходния едногодишен период. Потреблението на услугата „избор на оператор” отбелязва значителен спад, като обемът на трафика, реализиран чрез използването на услугата „избор на оператор”, намалява с близо 18 пъти спрямо този от 2014 г. и неговият дял в общия обем на телефонния трафик, реализиран от абонатите на фиксирана телефонна услуга, представлява едва 0,01%;
- в общия брой на фиксирани телефонни постове и в броя на абонатите на услугата „избор на оператор”.

По данни, подадени в КРС, предприятията, които предоставят достъп на крайни потребители до фиксирана телефонна услуга чрез географски номера от ННП, към края на 2015 г. наброяват 22, като 2 от тях предлагат и достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор”.

Информацията, подадена от предприятията, предоставящи достъп на крайни потребители до фиксирана телефонна услуга, сочи, че през 2015 г., както и през предходната година, се отбелязва спад в броя на фиксирани телефонни постове. За 2015 г. спадът е с 9,0% в сравнение с 2014 г., което е с 1,2 процентни пункта повече в сравнение със спада през 2014 г. спрямо 2013 г. (7,8%). За поредна година, това се дължи основно на намалението на броя на фиксирани телефонни постове на историческото предприятие с 12,3%. В броя на фиксирани телефонни постове на абонатите на алтернативните предприятия също се отчита спад с 2,4%, при 3,1% спад през предходната година. Пазарният дял на историческото предприятие, изчислен на база брой фиксирани телефонни постове към края на 2015 г., възлиза на 63,7%, което представлява намаление с

⁸Не са включени приходите от инсталационни такси и месечни абонаменти от пакетни услуги, включващи фиксирана телефонна услуга.

⁹Включва трафика, генериран от абонати на фиксирана телефонна услуга, включително услугата „избор на оператор”, както и трафика от повиквания от обществени телефони.

2,5 процентни пункта в сравнение с предходната година.

На фигура 6 е представена информацията относно изменението на броя на фиксираните телефонни постове и фиксираната телефонна плътност по население за три годишен период.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 6

В резултат от намалението на общия брой на фиксираните телефонни постове, в стойността на показателя „фиксирана плътност по население”, изчислен като съотношение между общия брой на активните телефонни постове и броя на населението на страната към края на съответната година, също се отчита намаление.

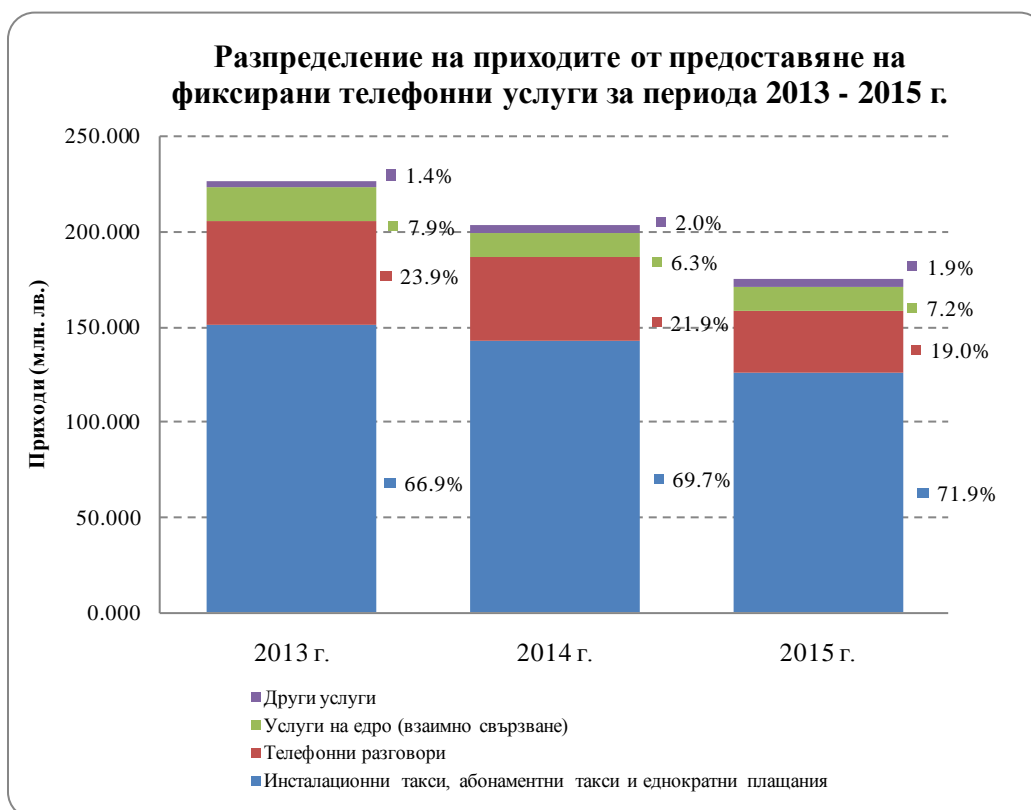
При услугата „избор на оператор”, освен спад в потреблението за поредна година, се отчита и съществено намаление на броя на абонатите, ползващи услугата към края на годината. В края на 2015 г. техният брой е намалял над 2 пъти в сравнение с края на 2014 г.

Разпределение на приходите и трафика от предоставяне на фиксирана телефонна услуга

Видно от фигура 7, в периода 2013 – 2015 г. значителен дял, възлизащ на около 70% от приходите от предоставяне на фиксирана телефонна услуга¹⁰, се формира от приходите от инсталационни и абонаментни такси и от еднократни плащания на абонаментен принцип. За разглеждания период се отчита нарастване с 5,0 процентни пункта на относителния дял на този вид приходи, което е за сметка на намалението на относителните дялове на приходите, реализирани от телефонни повиквания и услуги на

¹⁰ Не са включени приходите от месечни абонаменти и инсталационни такси за фиксирана телефонна услуга, включена в пакет с други електронни съобщителни услуги. Включени са приходите от услугата „избор на оператор” и приходите от повиквания чрез обществени телефони и телефонни кабинки.

едро.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 7

Като цяло, в абсолютна стойност обемът на приходите от абонаменти и от телефонни разговори намалява за поредна година, но намалението на приходите от телефонни разговори е с изпреварващи темпове, което се отразява върху разпределението на относителните дялове на приходите по видове услуги, представени на фигура 7. През 2015 г. спрямо 2014 г. реализираните приходи от абонаменти в абсолютно изражение са намалели с 11,6% при 25,6% намаление на приходите от телефонни разговори.

Друга причина за нарастването на относителния дял на приходите от абонаменти и съответното намаление в дела на приходите от телефонни разговори е, че като цяло намалява обемът на генерирания от абонатите трафик от повиквания и едновременно с това се увеличава делът на изговорените минути, включени в абонаментите спрямо общия обем трафик. През 2015 г. по данни от предприятията, предоставящи фиксирани телефонни услуги, 76% от общия трафик, генериран от абонатите на фиксирана телефонна услуга, са минути, включени в месечните абонаменти.

Фигура 8 представя разпределението на общия обем трафик, генериран от фиксирани мрежи¹¹. Видно от представеното, основната част от обема на трафика се формира от повиквания в рамките на мрежата, следван от повикванията към други фиксирани мрежи и повикванията към мрежи в чужбина.

¹¹ Включен е трафикът, генериран от абонати на фиксирана телефонна услуга с географски номера от ННП, трафикът от абонати на услугата „избор на оператор“ и трафикът от обществени телефони и телефонни кабинки.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 8

Както и през предходната година, основна част от общо реализирания трафик през 2015 г. се формира от трафик в рамките на мрежата (on net) – 57,0%. В абсолютна стойност, обаче намалението спрямо предходната година е най-голямо при този вид трафик – с 20,2%.

Обществени телефони

По данни на предприятията, към края на 2015 г. броят на обществените телефони и телефонните кабинки на територията на страната отчита значителен спад в сравнение с предходната година и възлиза на 8637. Спадът в приходите е 36,0% в сравнение с 2014 г., а обемът трафик е намален с 30,5%. Като цяло обемът на трафика, приходите и броят на поддържаните обществени телефони и телефонни кабинки се формират почти изцяло от дейността на БТК, произтичаща от задълженията на предприятието в качеството му на доставчик на универсалната услуга.

2.2. Мобилни гласови телефонни услуги

Участници на пазара

В края на 2015 г. „Макс Телеком“ ООД навлезе на пазара на мобилни гласови телефонни услуги чрез предлагане на услугата „Voicer“. Така, заедно с традиционните участници на този пазарен сегмент – „Мобилтел“ ЕАД, „Теленор България“ ЕАД и БТК, броят на предприятията, които предоставят обществени мобилни телефонни услуги в България, достига 4.

Покритие

В таблица 3 по-долу е представена информация за покритието на мобилните наземни мрежи по стандарт GSM и UMTS на предприятията към 31.12.2015 г.

Таблица 3

Показател	„Мобилтел” ЕАД		„Теленор България” ЕАД		БТК	
	GSM	UMTS	GSM	UMTS	GSM	UMTS
Покритие по територия	99,84%	99,20%	99,50%	99,06%	99,65%	99,12%
Покритие по население	99,99%	99,95%	99,98%	99,88%	99,99%	99,95%

Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от горните данни, покритието по територия и население на страната по стандарт GSM е близо 100%. Единственото изменение, което се отчита в сравнение с края на 2014 г., е при покритието по територия на „Мобилтел” ЕАД, което нараства с 0,03 процентни пункта.

Инвестициите, вложени в мобилни мрежи, представляват 54,2% от общите инвестиции на предприятията, предоставящи мобилна телефонна услуга през 2015 г., като се отчита спад от 21,2% за едногодишен период. Този спад се дължи основно на флукуация в данните за показателя обем на инвестициите при „Мобилтел” ЕАД, „Теленор България” ЕАД и БТК, която при едно от тях е особено силно изразена. При това предприятие се наблюдават резки промени в обема на инвестициите му, като през 2014 г. спрямо 2013 г. се регистрира ръст на показателя от 111%, а след този пик през 2015 г. обемът на инвестициите му намалява почти с 35% спрямо този от 2014 г.

Развитие на сегмента мобилни гласови телефонни услуги

През 2015 г. този пазарен сегмент продължава да се характеризира със спад на общите приходи от самостоятелно предоставяне на мобилни телефонни услуги, които спрямо предходната година намаляват с 18,5% и към края на 2015 г. възлизат на 943 млн. лв.¹² Този спад се дължи преди всичко на ръст в потреблението на мобилна телефонна услуга в пакет с други електронни съобщителни услуги, приходите от която през 2015 г. възлизат на 317 млн. лв. и бележат ръст от 106% спрямо предходната година.

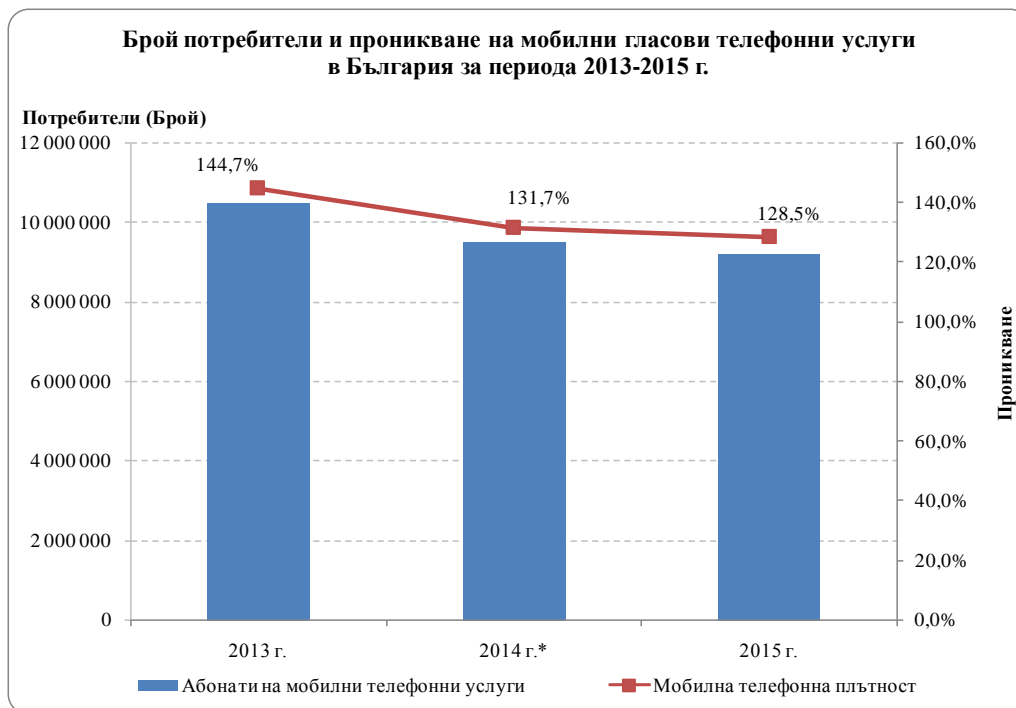
Към 31.12.2015 г. броят на активните SIM карти, чрез които са осъществени изходящи или входящи повиквания поне веднъж през последните 3 месеца¹³ на 2015 г., възлиза на 9 194 633. За сравнение – броят на активните SIM карти с възможност за ползване на гласови услуги към 31.12.2014 г. е 9 486 927¹⁴. Отчетеният спад в броя на активните SIM карти с възможност за ползване на гласови услуги за 2015 г. е в размер на 3,1%¹⁵, като основната причина за това е силната конкуренция между участниците на пазара, които предлагат все по-изгодни планове за потребителите, в които има все повече включени минути за разговори извън собствената им мрежа и това обезсмисля практиката даден потребител да използва SIM карти на повече от един мобилен оператор (фиг. 9).

¹²Включва приходи на дребно и едро от мобилни гласови телефонни услуги и допълнителни услуги, свързани с мобилната гласова услуга (като SMS, MMS, видео разговори, справочно-информационни услуги и др.). Приходите от месечни абонаменти за мобилна телефонна услуга, предоставяна в пакет с други електронни съобщителни услуги, се отчитат в пазарен сегмент „Пакетни услуги”.

¹³Посочената дефиниция на показателя се прилага от 2014 г. в резултат на промяна в дефиницията на показателя от международни институции (ЕК и ITU). За 2013 г. показателят включва брой активни SIM карти с възможност за ползване на гласови услуги и при срок на валидност за предплатените карти 12 месеца.

¹⁴Данните за 2014 г. са актуализирани след изготвяне на Годишния доклад за 2014 г.

¹⁵Не са включени картите за пренос на данни без възможност за осъществяване на гласови телефонни повиквания.



*Данните за 2014 г. са актуализирани след изготвяне на Годишния доклад за 2014 г.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 9

В резултат на намалението в абсолютно изражение на потребителите на мобилни телефонни услуги през 2015 г. показателят „мобилна телефонна плътност“ продължава да бележи спад (3,2 процентни пункта по-малко спрямо 2014 г.), достигайки 128,5%¹⁶.

Въпреки наличието на нов участник на пазара, през 2015 г. продължава преразпределението на пазарните дялове между трите основни мобилни предприятия „Мобилтел“ ЕАД, „Теленор България“ ЕАД и БТК. „Мобилтел“ ЕАД¹⁷ и БТК¹⁸ отчитат ръст в дяловете, изчислени както според броя на абонатите, така и според приходите от предоставяне на мобилни телефонни услуги, за сметка на спад на пазарните дялове на „Теленор България“ ЕАД¹⁹.

Основните фактори, оказващи влияние за развитието на сегмента, и през 2015 г. продължават да бъдат насищането на традиционните пазари на гласови услуги, намаленията на цените за терминиране в индивидуални мобилни мрежи, наложени с Решение № 1362 на КРС от 31.05.2012 г. и Решение № 135 от 14.02.2013 г., и увеличеното потребление на мобилни телефонни услуги, предлагани в пакет с други електронни съобщителни услуги (за едногодишен период се наблюдава увеличение от 60% в броя абонати на пакетни услуги).

¹⁶Показателят е изчислен като съотношение между броя на потребителите на мобилни телефонни услуги към 31.12.2015 г. и броя на населението към 31.12.2015 г. по данни на НСИ (Население по области, общини, местоживеене и пол: <http://www.nsi.bg/bg/node/2972>)

¹⁷През 2015 г. относителният дял на „Мобилтел“ ЕАД, изчислен на база брой абонати, възлиза на 40,9% и нараства за едногодишен период с 0,5 процентни пункта, а този, изчислен на база приходи, възлиза на 40,8%, като отбелязва ръст от 1,9 процентни пункта.

¹⁸През 2015 г. относителният дял на БТК, изчислен на база брой абонати, възлиза на 25,5% като нараства с 1,4 процентни пункта спрямо предходната година, а този, изчислен на база приходи, възлиза на 30,7%, като отбелязва ръст от 4,7 процентни пункта.

¹⁹През 2015 г. относителният дял на „Теленор България“ ЕАД, изчислен на база брой абонати, възлиза на 33,6%, като намалява с 1,9 процентни пункта спрямо предходната година, а този, изчислен на база приходи, възлиза на 28,5%, като е отчетен спад от 6,6 процентни пункта.

Съотношение между потребители на предплатени услуги и абонати по договор

Видно от данните на фигура 10, броят на абонатите по договор у нас продължава да нараства за сметка на броя на потребителите на предплатени услуги, чийто дял в общия брой потребители на мобилни телефонни услуги намалява до 23% (фиг. 10)²⁰. През 2015 г., следвайки тенденцията от предходните години, над половината (53,8%) от активираните през 2015 г. нови абонати са по договор.

Спадът в отчетения брой активни предплатени карти към 31.12.2015 г. спрямо 2014 г. – 15%, се отразява на показателя „брой активни SIM карти”, който - както вече беше посочено, намалява спрямо предходната година.



*Данните за 2014 г. са актуализирани след изготвяне на Годишния доклад за 2014 г.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 10

Абонати на услуги, предоставяни под друга търговска марка²¹

Според предоставените в КРС данни към 31.12.2015 г. относителният дял на броя абонати на услуги, предоставени под друга търговска марка, в общия брой активни SIM карти с възможност за ползване на гласови услуги е 4,3% и за четвърта поредна година бележи спад. Отчетеното намаление (в абсолютни стойности) спрямо 2014 г. е 7,4% и се дължи преди всичко на спад в броя на предплатените карти поради пренасочване на интереса на потребителите към ползването на услуги по договор и към плановите на предприятията за собствената търговска марка, а също така и на обстоятелството, че през 2015 г. „Теленор България” ЕАД преустанови предлагането на услуги под друга търговска

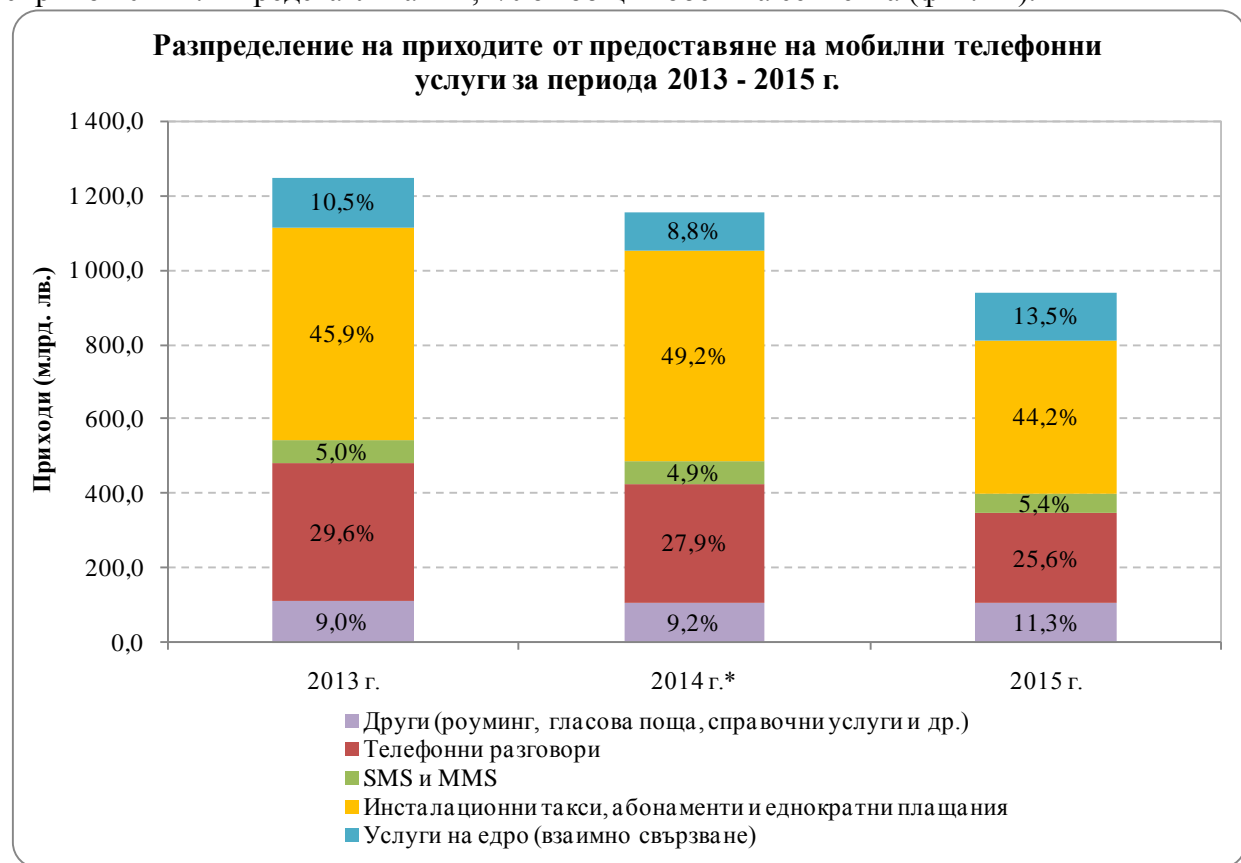
²⁰Данните не отчитат картите за услуги за мобилен пренос на данни, от които не могат да бъдат осъществявани гласови телефонни повиквания.

²¹Под други търговски марки се имат предвид както търговски марки, собственост на предприятието (от типа на Looor, Frog Mobile), така и собственост на други юридически лица (от типа на Ало, Да!). През 2015 г. БТК не предлага услуги, предоставени под друга търговска марка.

марка.

Разпределение на приходите от услуги, предоставяни чрез мобилни мрежи

Определящата роля на приходите от месечен абонамент и инсталационни такси в структурата на приходите от мобилни гласови услуги се запазва и през 2015 г. въпреки наблюдавания спад в техния дял. През 2015 г. делът им е намалял с 5 процентни пункта спрямо 2014 г. и представляват 44,2% от общия обем на сегмента (фиг. 11).



*Данните за 2014 г. са актуализирани след изготвяне на Годишния доклад за 2014 г.

Източник: Данни, подадени в КРС

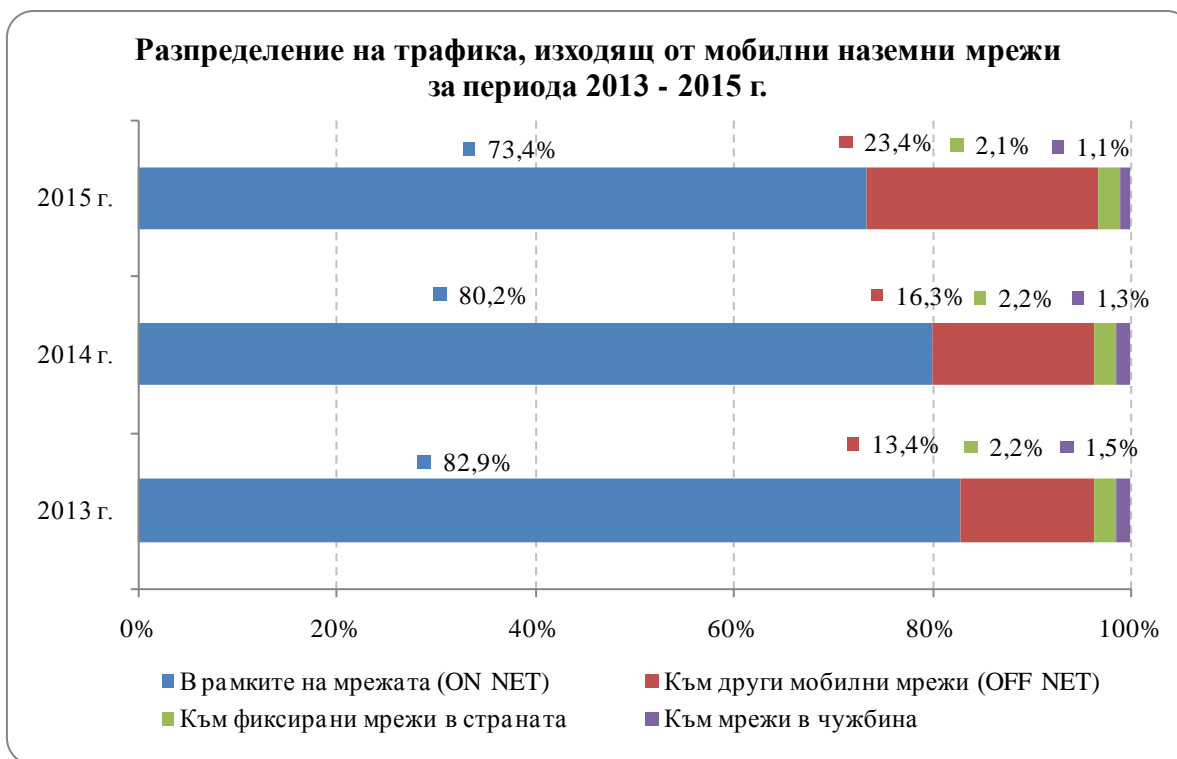
Фиг. 11

Приходите от гласовата телефония за поредна година формират втория по големина дял в сегмента – 25,6%. При тях също се наблюдава спад от 2,3 процентни пункта спрямо дела им за 2014 г., но следва да бъде отчетено, че реалният дял на тези приходи е по-голям от посочения, тъй като приходите от включените в тарифните планове минути за разговори са отчетени в приходите от месечен абонамент.

За първи път след 2011 г. е отчетен ръст в обема на приходите от услуги на едро, като в сравнение с 2014 г. той е нараснал с 24,4%. За 2015 г. делът на тези приходи в сегмента бележи ръст от 4,7 процентни пункта и те заемат третия по големина дял в него - 13,5%.

През 2015 г. относителният дял на трафика в рамките на дадена мобилна мрежа представлява 73,4% от общия генериран трафик на дребно в мобилните мрежи в страната (фиг. 12). Следвайки тенденцията от 2014 г., относителният дял на трафика в рамките на дадена мобилна мрежа продължава да намалява, като за разлика от предходните години през 2015 г. неговият темп се увеличава и отчетеният спад е с 6,8 процентни пункта спрямо предходната година. Относителният дял на трафика, генериран към други

мобилни мрежи, е 23,4%, като бележи ръст от 7,1 процентни пункта спрямо предходната година. Делът на изходящия трафик към фиксирани мрежи възлиза на 2,1% от общо генерирания през 2015 г. и почти запазва нивото си от предходните години (2012 - 2014 г.) – 2,2%.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 12

Кратки мултимедийни и текстови съобщения

През изтеклата 2015 г. продължава тенденцията на спад както в броя изпратените мултимедийни съобщения (с 19,2%), така и в броя на изпратените кратки текстови съобщения (с близо 27%).

2.3. Гласови услуги, предоставяни чрез мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA) с ползване на радиочестотен спектър

Към 31.12.2015 г. предоставянето на гласови телефонни услуги с географски и негеографски номера чрез използване на WiMax технология и мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA) с ползване на радиочестотен спектър е преустановено. Съгласно плановите на „Макс Телеком“ ООД, клиентите на предприятието, ползващи услуги, базирани на WiMax технология за гласови услуги, през 2015 г. са мигрирани към мобилна гласова услуга „Voicser“, която „Макс Телеком“ ООД предлага на мобилния пазар от октомври 2015 г.²²

²² Приходите, реализирани през 2015 г. от предоставяне на гласови телефонни услуги чрез WiMax технология, са отчетени в обхвата на т.„Други гласови услуги“ на пазарен сегмент „Гласови телефонни услуги“.

3. Услуги по предоставяне на линии под наем

Тенденцията на спад в сегмента „линии под наем”, наблюдавана в предходните години, продължава и през 2015 г. – общите приходи от предоставяне на услугата през 2015 г. възлизат на 27,894 млн. лв., което представлява понижение с 13,7% спрямо 2014 г.²³.

Обобщена информация за броя на предприятията, предоставяли услугата „линии под наем”, включително „международни линии под наем”, както и за размера на получените от тях приходи, е представена в таблица 4 по-долу.

Таблица 4

Наименование на услугата	Брой предприятия, предоставящи услугата през 2015 г.	Брой отгадени линии под наем към 31.12.2015 г.	Приходи (в млн. лв. без ДДС)
1. Линии под наем на едро	21	3 393	17,924
1.1. Национални линии под наем	17	3 109	12,680
1.2. Международни линии под наем	9	284	5,245
2. Линии под наем на дребно	10	3 161	9,970
Общо	23	///	27,894

Източник: Данни, подадени в КРС

Според данните от регистъра на КРС към 31.12.2015 г. общо 89 предприятия са уведомили КРС за намеренията си да предоставят услугата „линии под наем”, включително „международни линии под наем”. 10 от тях са нови предприятия²⁴, а пет предприятия²⁵ са декларирали отказ от намеренията си да предоставят услугата. В края на 2015 г. 23 предприятия²⁶ са били активни на пазарния сегмент на линии под наем, осем²⁷ от които са предоставяли услугата както на пазара на дребно, така и на този на едро. Две нови предприятия²⁸ са започнали да предоставят услугата „международни линии под наем”.

На фигура 13 е представена структурата на реализираните приходи от предоставяне на услугата „линии под наем” (на едро и дребно) за периода 2013 – 2015 г.

²³ Включени са приходите от национални линии под наем на едро и дребно, а от приходите от международни линии под наем - само приходите от националните им участъци.

²⁴ „БДИН БГ КОМ” ООД, „ЕЙ-ТИ-ЕЙ” ЕООД, „КАБЕЛ САТ-ЗАПАД” ООД, „СЕТТРЕЙД” ЕООД, „СКАЙНЕТ БЪЛГАРИЯ” ООД, „ТРАНЗИТ БОЛКАН ТЕЛЕКОМ” ООД, „УЛТРАНЕТ” ООД, „ФАЙБЪРКОМ” ООД, „ХЕШЛИНК” ООД и „СИТИНЕТ ТВ” ООД.

²⁵ „КОМНЕТ” ЕООД, „Л.К.П.” АД, „НЕТ+2014” ЕООД, „ТЕДИСПИИД” ЕООД и „НЕЛИ И КО” ЕООД.

²⁶ „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” ЕАД, „БУЛГАРТЕЛ” ЕАД, БТК ЕАД, „ВЕСТИТЕЛ БГ” АД, „ГЛОБЪЛ КОМЮНИКЕЙШЪН НЕТ” АД, „ГТС ТЕЛЕКОМ СРЛ (GTS TELECOM SRL)”, „ЕН БИ АЙ СИСТЕМИ” ЕООД, „ЕНДЖЪЛСОФТ” ООД, ЕТ „ЕНДЖЪЛСОФТ – АНГЕЛ ГАРОВ”, „КУЛБОКС” АД, „МОБИЛТЕЛ” ЕАД, „НЕТЕРА” ЕООД, „НЕТ ИС САТ” ООД, „НОВАТЕЛ” ЕООД, „ПЛАДИ КОМПЮТЪРС” ООД, „ПРОНЕТ ТЕЛЕКОМ” ООД, „СОФИЯ КОМЮНИКЕЙШЪНС” ЕАД, „ТЕЛЕКАБЕЛ” АД, „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ” ЕАД, „ТЕЛИАСОНЕРА ИНТЕРНЕТЪНЪЛ КЕРИЪР БЪЛГАРИЯ” ЕООД, „ТЕЛНЕТ” ООД, „ТРАНС БОЛКАН ТЕЛЕКОМ” ООД и „ТЮРК ТЕЛЕКОМ ИНТЕРНЕТЪНЪЛ” ЕООД.

²⁷ „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” ЕАД, БТК ЕАД, „ВЕСТИТЕЛ БГ” АД, „КУЛБОКС” АД, „МОБИЛТЕЛ” ЕАД, „НЕТЕРА” ЕООД, „СОФИЯ КОМЮНИКЕЙШЪНС” ЕАД, и „ТЕЛНЕТ” ООД.

²⁸ „ТЕЛИАСОНЕРА ИНТЕРНЕТЪНЪЛ КЕРИЪР БЪЛГАРИЯ” ЕООД и „ТРАНС БОЛКАН ТЕЛЕКОМ” ООД

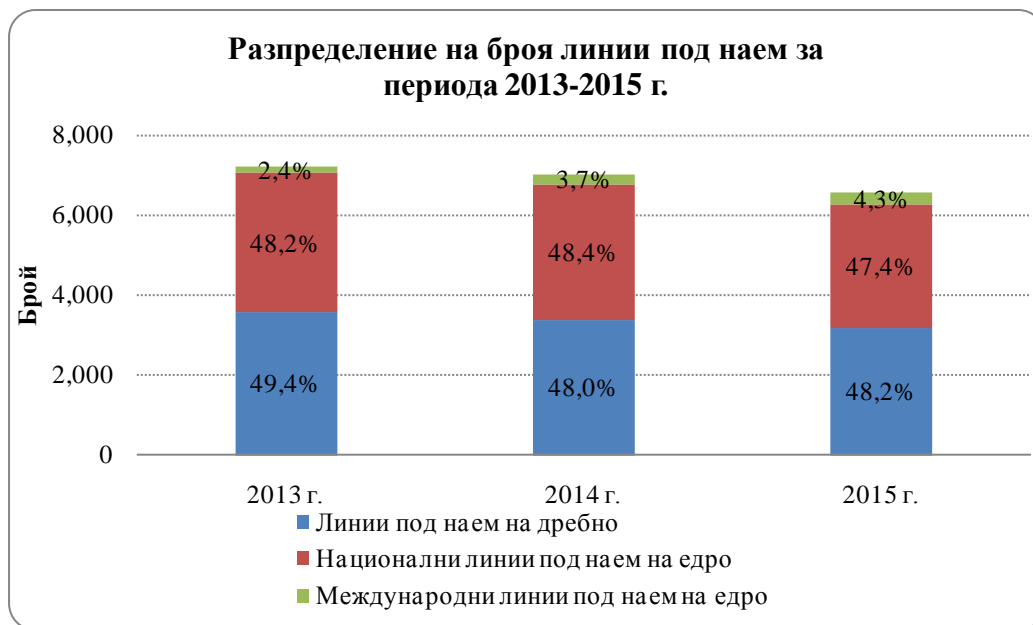


Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 13

Видно от данните, представени на фигура 13, изменението на структурата на общия обем на пазара, формиран от приходите от предоставяне на линии под наем на дребно и на едро – национални и международни, през 2015 г. е пренебрежимо в сравнение с 2014 г. Липсата на значителна промяна в структурата на този пазарен сегмент се дължи на отчетеното за едногодишния период приблизително еднакво намаление в абсолютни стойности както в приходите от линии под наем на дребно (със 17,5%), така и в приходите от линии под наем на едро с 11,4% (съответно 11,9% намаление при националните и 10,0% - при международните).

Общият брой линии под наем на едро и на дребно, предоставени от предприятията през 2015 г., намалява с 6,7% в абсолютни стойности в сравнение с предходната година, което се дължи на намалението както при броя на предоставените линии под наем на дребно с 6,2%, така и при националните линии под наем на едро с 8,5%. Единствено при броя на международните линии се отчита ръст за едногодишен период от 10,1%, поради което дялът им в общата структура нараства до 4,3%.



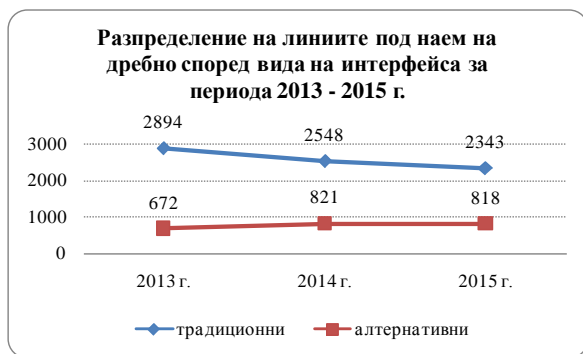
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 14

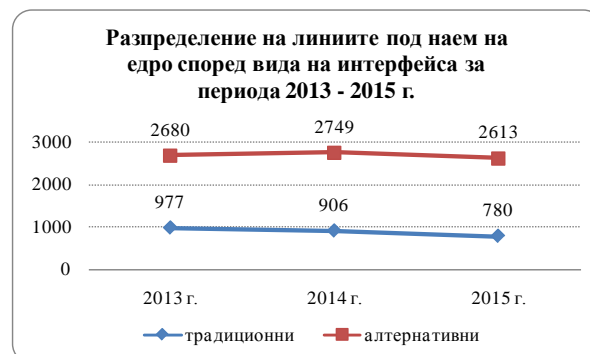
Видно от фигура 14, през 2015 г. делът на линиите под наем на дребно в общия обем е почти идентичен с този през 2014 г. Новооткрити през 2015 г. са 185 линии, които представляват 5,9% от общия брой линии под наем на дребно. Структурата на пазара се запазва аналогична на тази през 2014 г.

През 2015 г. пазарният дял на историческото предприятие, изчислен на база приходи, отново отбелязва намаление от 5,2 процентни пункта за едногодишен период, докато пазарните дялове на база брой линии (на дребно и на едро) се запазват почти еднакви с тези от предходната година.

На фигури 15 и 16 е представено разпределението на предоставените линии под наем на едро и на дребно за периода 2013²⁹ – 2015 г. според вида на интерфейса.



Фиг. 15



Фиг. 16

Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от данните, тенденцията на постепенно намаляване на броя традиционни линии на дребно се запазва, като за едногодишен период се наблюдава спад на показателя от 8,0% в абсолютна стойност спрямо предходната година. Аналогична е тенденцията и

²⁹ Данните за 2013 и 2014 г. са актуализирани

при линиите на едро – спад от 13,9%. За разлика от предходната година, през 2015 г. не се отчита изменение в броя на алтернативните линии на дребно спрямо 2014 г., но при алтернативните линии на едро се отчита спад от около 5%.

Като цяло пазарът на линии под наем продължава да се свива. И през 2015 г. се запазва трайната тенденция за намаляване на броя линии под наем. Поради ориентиране на търсенето към линии под наем с по-високи скорости и качество на услугите, отговарящи на конкретните изисквания на всеки клиент, акцентът се измества от линии под наем с традиционен и алтернативен интерфейс към иновативни продукти за достъп, които предлагат гъвкави решения, по-ниски цени и са изцяло съобразени с индивидуалните нужди на потребителите, особено когато скоростта на обмена е от ключово значение.

4. Пренос на данни и достъп до интернет

И през 2015 г. услугите за достъп до интернет и пренос на данни в страната продължават с възходящото си развитие, като отчитат ръст както по отношение на броя абонати, така и по отношение на приходите. В таблица 5 е представена обобщена информация за броя на предприятията, предоставяли през 2015 г. услуги на този пазарен сегмент, за броя на техните абонати/потребители, както и за размера на получените от тях приходи.

Таблица 5

Брой абонати/потребители и приходи по вид на предоставяните през 2015 г. услуги за достъп до интернет и пренос на данни

Наименование на услугата	Брой предприятия, предоставящи услугата през 2015 г.	Брой абонати/потребители към 31.12.2015 г.		Приходи (в млн. лв. без ДДС) ²
		Общо ¹	в т.ч. абонати на пакетни услуги	
1. Услуги за достъп до интернет и пренос на данни на дребно	///	///	///	360,942
1.1. Достъп до интернет ³ , в т. ч.:	655	6 071 815	3 418 204	313,944
1.1.1. фиксиран	549	1 571 556	///	161,843
1.1.2. безжичен	177	4 500 259	///	///
мобилен достъп ⁴	6	4 457 211	2 631 917	152,194
сателитен	2	///	///	///
друг вид (RLAN, HomeBox, Mobix)	173	///	///	///
1.2. Услуги за пренос на данни	58	///	///	46,512
1.3. Други услуги (продажба на ваучери, хостинг, електронна поща и др.)	///	///	///	0,486
2. Услуги на едро	///	///	///	42,391
2.1. Предоставяне на капацитет за интернет свързаност (Peering и Transit)	90	///	///	31,358
2.2. Услуги за пренос на данни	13	///	///	4,265
2.3. Предоставяне на едро на достъп до интернет чрез мрежи за достъп от следващо поколение (NGA)	29	///	///	5,524
2.4. Други услуги на едро	4	///	///	1,243
Общо	///	///	///	403,332

¹ Вкл. абонати на пакетни услуги
² Без приходи от пакетни услуги
³ Данните за общия брой абонати и приходи от услуги за достъп до интернет са получени на база постъпили в КРС данни от 90,9% от регистрираните предприятия.
⁴ Мобилен достъп с карти за данни или модем, пакетни услуги с включен мобилен достъп до интернет и абонати на пакети за пренос на данни, закупени допълнително към гласови планове, чрез мобилни мрежи от трето и четвърто поколение UMTS/HSPA+/LTE

Източник: Данни, подадени в КРС

Участници на пазара

Към края на 2015 г. общият брой на регистрираните в КРС предприятия с намерения да предоставят услуги за пренос на данни и/или достъп до интернет е 921 и в сравнение с предходната година се отчита увеличение от 2,7%. Броят на предприятията, предоставящи реално услуги за достъп до интернет и пренос на данни, е 669³⁰, като за изминалата година се отчита ръст от 4% (или 25 предприятия повече) спрямо 2014 г.

Развитие на сегмента „Пренос на данни и достъп до интернет”

През 2015 г. приходите³¹ от сегмента „Пренос на данни и достъп до интернет” възлизат на 403,332 млн. лв., като се увеличават с 9,3% спрямо 2014 г. Приходите от услуги на дребно са 360,942 млн. лв. и в сравнение с 2014 г. се повишават с 9,5%, докато приходите от услуги на едро достигат 42,391 млн. лв. и отчитат ръст от 7,2% спрямо предходната година. На фигура 17 е представена структурата на реализираните приходи за периода 2013 – 2015 г.³²



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 17

Представените данни показват, че в общата структура на приходите в сегмента не се наблюдават съществени изменения и тя остава относително стабилна. Най-голям относителен дял (77,8%) заемат приходите от услуги за достъп до интернет на дребно,

³⁰ Включително и предприятията, уведомили КРС за прекратяване на дейността през 2015 г. и декларирали приходи през годината

³¹ Включва приходи от самостоятелно предлагани услуги за достъп до интернет на дребно (фиксиран и безжични), услуги за пренос на данни на дребно и услуги на едро (капацитет за интернет свързаност, услуги за достъп на едро, предоставяне на едро на достъп до интернет чрез мрежи за достъп от следващо поколение (NGA), услуги за пренос на данни на едро).

³² Данните за 2013 и 2014 г. са актуализирани.

които през изминалата година достигат 313,944 млн. лв. и отчитат ръст в абсолютна стойност от 8,1% спрямо 2014 г.

През 2015 г. броят на абонатите на услуги за достъп до интернет в страната отбелязва ръст, дори по-висок от отчетения през 2014 г. Към 31.12.2015 г. общият брой на абонатите на интернет услуги (от фиксиран и безжичен достъп до интернет) възлиза на 6 071 815 и се увеличава с 31% спрямо данните към края на 2014 г. През 2015 г. абонатите, ползващи пакетни услуги (с включен фиксиран и мобилен достъп), нарастват с 52% до 3 418 204, като техният относителен дял е над 56% от общия брой абонати, ползващи услуги за достъп до интернет.

Броят на абонатите на фиксиран достъп до интернет (включително услуги в пакет) се увеличава с 8% спрямо 31.12.2014 г. и достига 1 571 556³³.

Към 31.12.2015 г. абонатите, ползващи мобилни услуги за достъп до интернет³⁴, се повишават с 42,4% спрямо предходната година и достигат 4 457 211. Основна роля за увеличението на броя на абонатите на мобилен достъп до интернет в страната е нарастването със 76,6% за едногодишен период на потребителите на пакетни услуги с включен мобилен достъп до интернет. Абонатите, които ползват мобилен интернет чрез карти за данни и/или модем, се увеличават с 14,8%, а закупилите допълнително пакети за пренос на данни към абонаментните си планове, нарастват с 5,2%.

Към 31.12.2015 г. мобилен достъп до интернет, предоставян чрез LTE технология, се предлага от три предприятия – „Макс Телеком” ООД, „Булсатком” ЕАД и „Близу медиа енд бродбанд” ЕАД чрез мрежата на „Макс Телеком” ООД (въз основа на сключено в края на 2014 г. споразумение за сътрудничество и продажба на услуги на едро между двете предприятия). Броят на тези абонати за изминалата година отбелязва ръст от над 7 пъти и в края на 2015 г. техният брой е близо 20 000, но въпреки значителното увеличение делът им представлява едва 0,3% от общия брой потребители на услуги за мобилен достъп до интернет.

На фигура 18 е представено проникването³⁵ на широколентовия фиксиран достъп до интернет по население и домакинства³⁶ и на мобилния достъп³⁷ по население за периода 2013 – 2015 г.

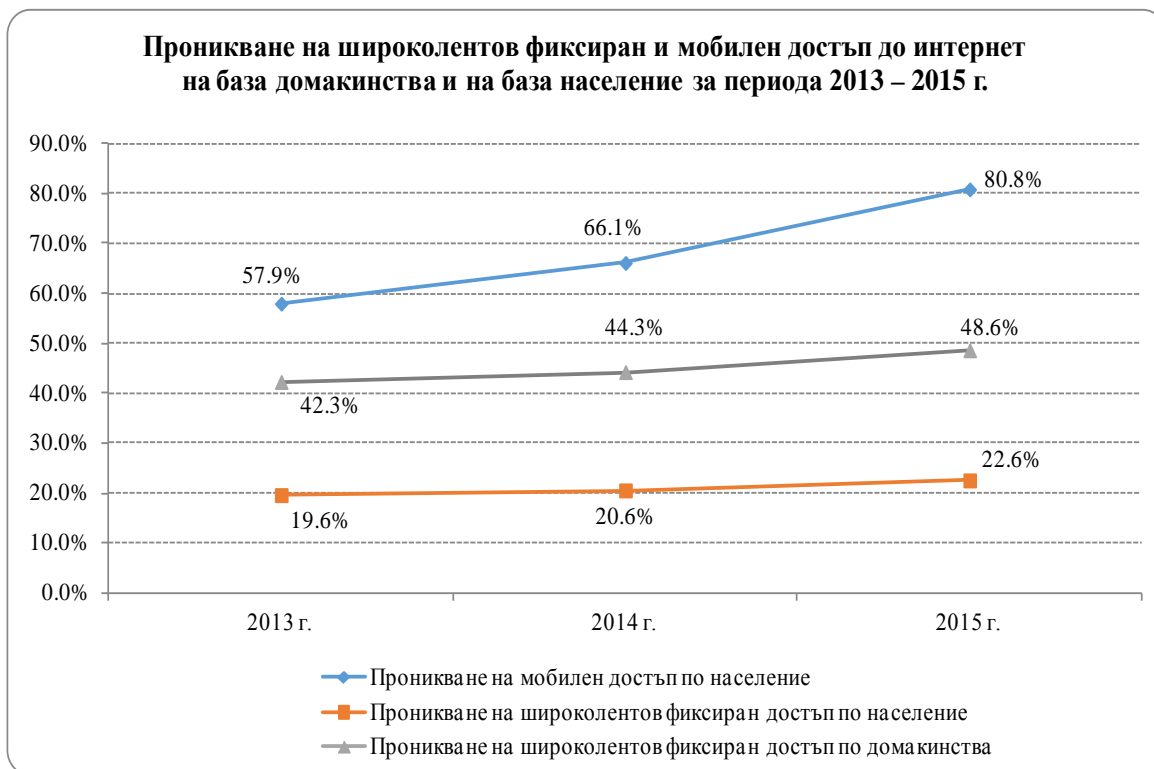
³³ Въз основа на получени в КРС данни от 90,9% от регистрираните предприятия.

³⁴ Мобилен достъп чрез карти за данни и модеми, абонати на пакети за пренос на данни, закупени допълнително към гласови планове, абонати на пакетни услуги с включен мобилен достъп до интернет, чрез мобилни мрежи от трето и четвърто поколение UMTS/HSPA+/LTE.

³⁵ Показателят е изчислен като съотношение между броя на абонатите и броя на населението към края на съответната година по данни на НСИ (Население по области, общини, местоживееене и пол: <http://www.nsi.bg/bg/node/2972>) и данните за брой домакинства от преброяването през 2011 г.

³⁶ Използвани са данни за броя домашни абонати към края на съответната година.

³⁷ Включват се: абонати на пакетни услуги с включен мобилен достъп до интернет, карти за данни и модеми, абонати на пакети за пренос на данни, закупени допълнително към гласови планове, както и потребители на услуги за мобилен достъп до интернет, предоставяни без отделен абонамент.



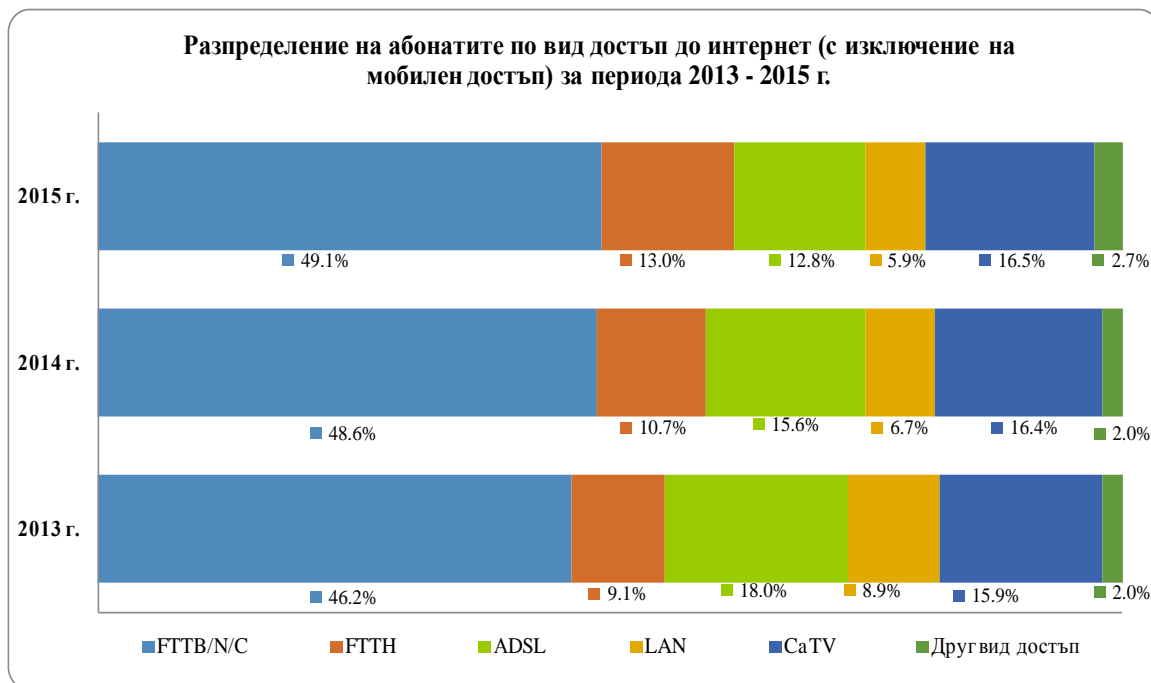
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 18

В края на 2015 г. проникването на широколентовия фиксиран достъп до интернет сред домакинствата в страната достига 48,6% спрямо 44,3% в края на предходната година и 42,3% в края на 2013 г. За разглеждания период (2013 – 2015 г.) промяната в показателя „проникване на широколентов фиксиран достъп до интернет на база население” е 3 процентни пункта и към 31.12.2015 г. достига 22,6%. Най-значителен е ръстът при проникването на мобилния достъп до интернет по население - почти 23 процентни пункта за периода 2013 – 2015 г.

Разпределението на абонатите на фиксиран и безжичен достъп (с изключение на абонатите на мобилен достъп) по видове достъп до интернет за периода 2013 – 2015 г.³⁸ е показано на фигура 19.

³⁸ Данните за 2013 и 2014 г. са актуализирани



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 19

Към 31.12.2015 г. преобладаващата част от абонатите на интернет услуги в България (62,1%) ползват достъп чрез влакнесто-оптични мрежи за пренос на данни (FTTx), като за периода 2013 – 2015 г. е отчетен ръст от 27,6% в абсолютно изражение или 6,8 процентни пункта.

При втория по брой абонати достъп – CATV (базиран на мрежите за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми и стандарт DOCSIS), се отчита увеличение с 18,1% на абонатите (или 0,6 процентни пункта) за периода 2013 – 2015 г. Почти $\frac{3}{4}$ (73,4%) от абонатите на CATV достъп към края на 2015 г. ползват протокол DOCSIS 3.0, чрез който максималната скорост към абоната може да достигне до 200 Mbps, докато в края на 2013 г. ползващите DOCSIS 3.0 потребители са били 51% от абонатите на CATV достъп.

И през 2015 г. тенденцията на спад на абонатите на ADSL достъп продължава да се наблюдава, като за периода 2013 – 2015 г. е отчетен спад от 5,2 процентни пункта на дела на този вид достъп в общия брой абонати. Това намаление се дължи на ускореното обновяване на мрежата и инвестициите в оптични технологии за достъп, извършвани от историческото предприятие, вследствие на което абонатите на оптичен достъп до интернет на БТК за периода 2013 – 2015 г. се увеличават със 146%.

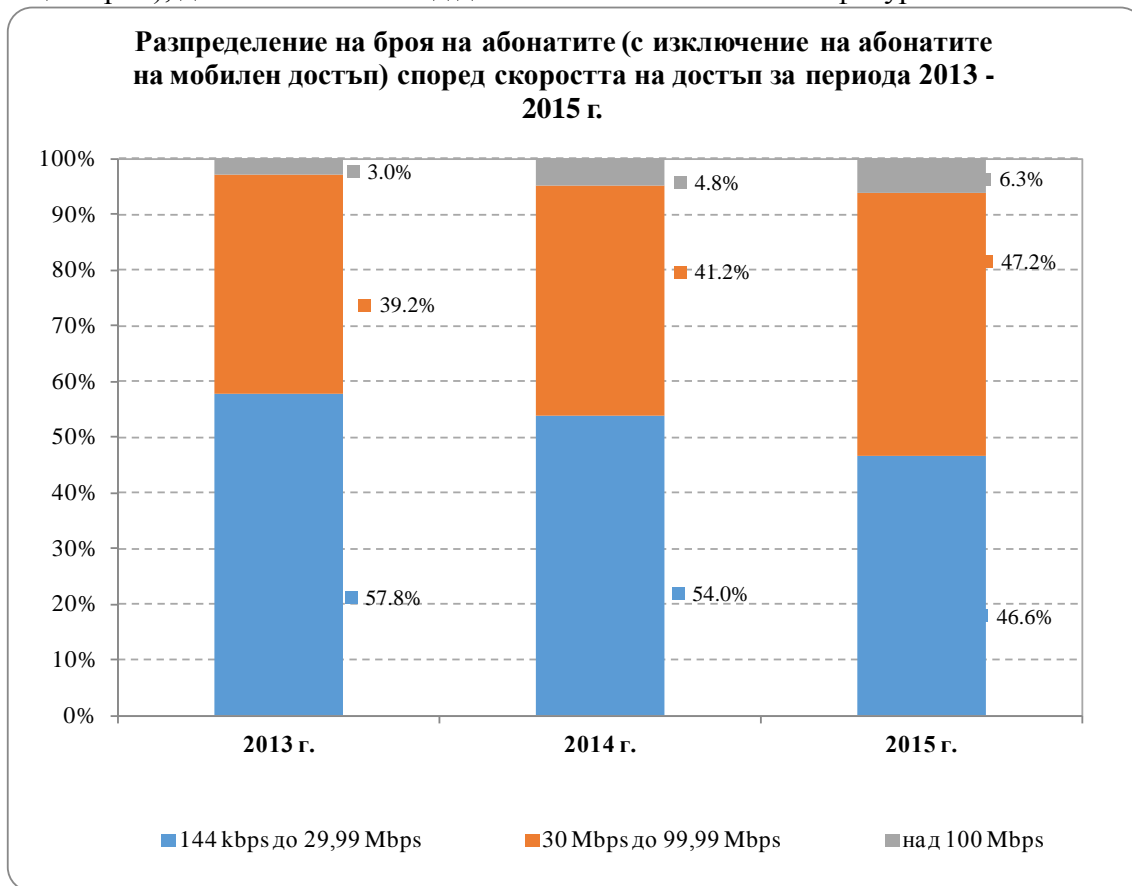
Абонатите на LAN достъп през 2015 г. също продължават да намаляват и за периода 2013 – 2015 г. техният спад е с 3 процентни пункта в относителния дял на абонатите в общата структура на пазара, като това намаление е основно за сметка на нарастване на дела на абонатите на оптична свързаност.

Останалите видове достъп (RLAN, Homebox, Mobix, Dial-up, достъп чрез спътникови мрежи) заемат незначителна част (2,7%) в общия брой абонати.

Към 31.12.2015 г. абонатите на фиксиран ширококолов достъп, ползващи високоскоростен достъп чрез мрежи от следващо поколение (NGA³⁹), достигат 71,3% от общия брой абонати на ширококолов фиксиран достъп и отчитат увеличение с 6,6 процентни пункта в сравнение с данните към края на 2014 г. Това възходящо развитие на

³⁹Включват се оптични (FTTB и FTTH), хибридни влакнесто-оптични (FTTN/C със скорост над и вкл. 30 Mbps), кабелни мрежи по стандарт DOCSIS 3.0 и LAN и RLAN достъп със скорост над и вкл. 30 Mbps.

широколентовия достъп до интернет, реализиран чрез NGA мрежи, оказва положителна роля и върху скоростта на предлаганите интернет услуги. На следващата графика е представено разпределението на броя на абонатите на достъп до интернет според скоростта на даунлоуд от международното пространство за тригодишния период 2013 – 2015 г. Поради пренебрежимо малкия брой абонати, ползващи теснолентов достъп (0,02% от общия брой), данните за този вид достъп не са включени във фигура 20.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 20

В резултат от увеличаващия се дял на абонатите, ползващи оптична свързаност (FTTB/FTTH) и кабелен протокол за достъп DOCSIS 3.0, към края на 2015 г. преобладаващият брой (47,2%) от потребителите на широколентов интернет достъп ползват високоскоростен достъп със скорост на даунлоуд от международното пространство от 30 Mbps до 99,99 Mbps, като техният относителен дял се повишава с общо 8 процентни пункта спрямо данните за 2013 г. Най-голям ръст се наблюдава при потребителите на свръх-високоскоростен (над 100 Mbps) достъп, които се увеличават над 2 пъти за периода 2013 – 2015 г. и към края на 2015 г. техният брой е малко над 101 хил. абоната.

Въз основа на горепосочените данни може да се посочи, че наблюдаваните тенденции в развитието на услугите за достъп до интернет и пренос на данни ще се запазят и през 2016 г., а именно:

- запазване на тенденцията за увеличение на абонатите, включително тези, ползващи пакетни услуги (с включен фиксиран или мобилен достъп);
- продължаване миграцията към мрежи за достъп от следващо поколение (NGA), което от своя страна ще повиши и дела на абонатите, ползващи високоскоростен и свръх-високоскоростен достъп до интернет;

– темпът на растеж на абонатите на мобилен достъп ще продължи да превишава ръста на абонатите на фиксиран достъп и ще бъде една от основните предпоставки в увеличаването на броя на абонатите в сегмента, както и в нарастването на показателя за проникването на интернет услугите сред населението в страната.

5. Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми

През 2015 г. обемът на пазарния сегмент „Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми” възлиза на 244,411 млн. лв. и бележи спад спрямо 2014 г. в размер на близо 6%.

Обобщена информация за броя на предприятията, предоставяли услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, за броя на техните абонати/потребители, както и за размера на получените от тях приходи, заедно със структурата на сегмента, е представена в таблица 6 и на фигура 21 по-долу:

Таблица 6

Брой абонати/потребители и приходи по вид на предоставяните през 2015г. услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми в сегмента

Наименование на услугата	Брой предприятия, предоставящи услугата през 2015 г.	Брой абонати/потребители към 31.12.2015 г.		Приходи (в млн. лв. без ДДС) ²
		Общо ¹	в т.ч. абонати на пакетни услуги	
1. Разпространение на радио- и телевизионни програми на дребно³	299	1 784 013	755 529	185,388
1.1. Кабелна телевизия	272	633 749	327 984	54,678
1.2. Спътникова (сателитна) телевизия	3	912 940	204 974	128,308
1.3. IPTV	27	237 324	222 571	2,402
2. Наземно радиоразпръскване на радио- и/или телевизионни програми⁴	75	///	///	///
3. Предоставяне на пренос/разпространение на радио- и/или телевизионни програми	16	149	///	59,023
3.1. Услуги за пренос на радио- и телевизионни програми	7	48	///	8,818
3.2. Услуги за разпространение на радио- и телевизионни програми, в т.ч. IPTV услуга на едро, предоставяна на други предприятия	11	101	///	50,205
Общо	///	///	///	244,411

¹Вкл. абонати на пакетни услуги

²Без приходи от пакетни услуги

³ Данните за общия брой абонати и приходите от услугите за разпространение на радио- и телевизионни програми на дребно са на база постъпила информация от 91,3% от регистрираните предприятия.

⁴3 от предприятията, притежаващи регистрация в КРС за предоставяне на услугата, не са предоставили отчет за дейността си през 2015 г.

Източник: Данни, подадени в КРС

През 2015 г. е налице ръст на приходите при две от услугите в сегмента – при IP телевизията на дребно (50%) и при спътниковата телевизия (3,9%)⁴⁰. При останалите три услуги в сегмента се наблюдава спад в приходите, съответно с 13,1% при услугите на едро за пренос на радио- и телевизионни програми, с 19,7% при кабелната телевизия и с 10,8% при услугите за разпространение на радио- и телевизионни програми, в т.ч. IPTV услуга

⁴⁰ Обемът на пазарен сегмент „Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми” обхваща само приходите от самостоятелно предоставяне на кабелна, спътникова и IP телевизия (телевизия, предоставяна извън пакет с други електронни съобщителни услуги). Приходите от предоставяне на пакетни услуги с телевизия се включват в обема на пазарен сегмент „Пакетни услуги”.

на едро.



*Данните за 2013 и 2014 г. са актуализирани.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 21

През 2015 г. най-голям дял в общия обем на сегмента (75,85%) продължават да заемат приходите от предоставяне на услуги на дребно за разпространение на радио- и телевизионни програми (фиг. 21): кабелна телевизия, спътникова (сателитна) телевизия и IPTV. Независимо от отчетения през 2015 г. ръст на абонатите на IPTV на дребно, делът на приходите от тази платформа в сегмента продължава да е най-малък – едва 1%.

5.1. Разпространение на радио- и телевизионни програми на дребно

Участници на пазара

През 2015 г. броят на предприятията, предоставящи услуги по разпространение на радио- и телевизионни програми на дребно, намалява с 13 предприятия спрямо 2014 г. до 299⁴¹ (таблица 6).

Към 31.12.2015 г. общият брой регистрирани в КРС предприятия за предоставяне на кабелна телевизия е 344, като този на реално предоставялите тази услуга възлиза на 256 (намаление с 23 спрямо 2014 г.). За поредна година броят на кабелните оператори намалява в резултат на конкурентния натиск, оказван от участниците, предоставящи сателитна и IP телевизия.

През 2015 г. броят на кабелните оператори, предоставящи възможност на абонатите за цифрово приемане на телевизионни програми, не се променя в абсолютно изражение спрямо 2014 г., като остава 185, но нараства в относително изражение с 6 процентни пункта, което представлява 72% от общия брой кабелни оператори,

⁴¹ Включително и предприятията, уведомили КРС за прекратяване на дейността през 2015 г. и декларирали приходи през годината.

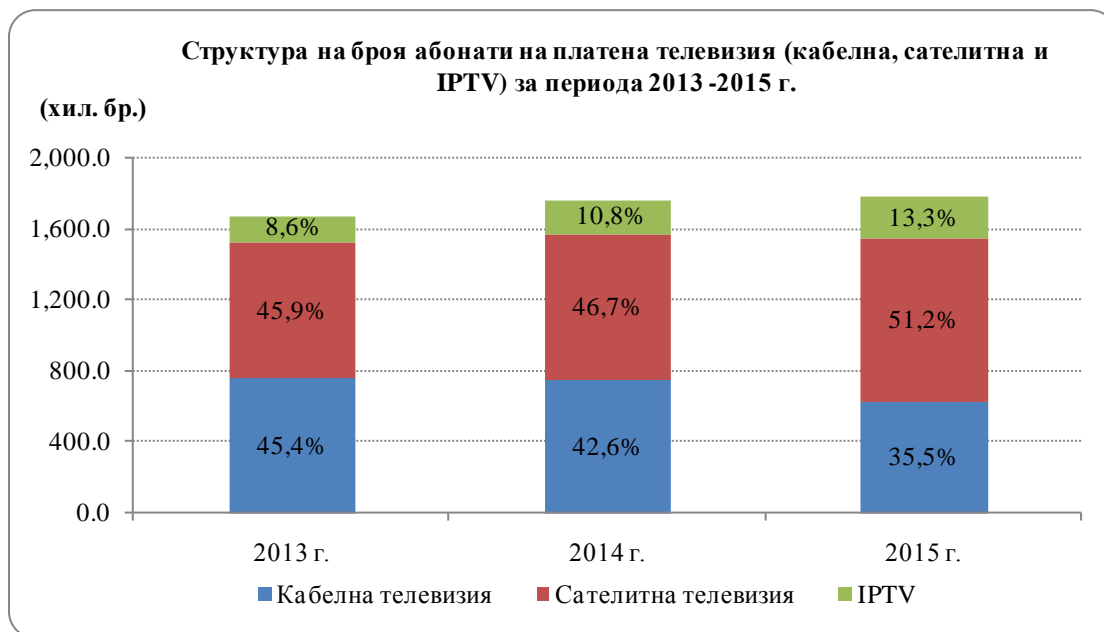
осъществявали дейност през 2015 г. За сравнение този дял е бил 66% през предходната година и 55% през 2013 г.

Предприятията, които към 31.12.2015 г. предоставят услугата спътникова (сателитна) телевизия у нас, остават три: „БУЛСАТКОМ” ЕАД, БТК и „МОБИЛТЕЛ” ЕАД.

Към 31.12.2015 г. 136 предприятия са регистрирали намеренията си да предоставят IPTV, като 27 от тях реално предоставят тази услуга. Други 7 са заявили, че имат намерение да започнат предлагането ѝ през 2016 г.

Абонати на услуги по разпространение на радио- и телевизионни програми на дребно

За периода 2013 – 2015 г. броят на абонатите на платена телевизия на дребно нараства с 6,8%, като за последната година наблюдаваният ръст е едва 1,2%, достигайки 1,78 млн. абоната⁴².



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 22

Най-значително е увеличението на абонатите на IP телевизия през 2015 г. спрямо предходната – 25%, като към 31.12.2015 г. те достигат 13,3% от абонатите на платена телевизия в страната (фиг. 22). За трета поредна година обаче темпът на нарастване намалява, което показва, че междуплатформената конкуренция в сегмента по отношение на качеството и разнообразието на предоставяните услуги се задълбочава.

Броят на потребителите на сателитна телевизия също бележи ръст – с 11% спрямо предходната година. В края на 2015 г. броят на абонатите, ползващи услугата самостоятелно или в пакет с други електронни съобщителни услуги, обхваща над половината (51,2%) от общия брой абонати на платена телевизия у нас.

Към 31.12.2015 г. е налице значителен спад в броя на абонатите на кабелна телевизия от 15,5% за едногодишен период, като дялът им в общия брой абонати на платена телевизия се нарежда след този на абонатите на сателитна телевизия и заема 35,5%.

В последните няколко години телевизионните приемници и качеството, което те

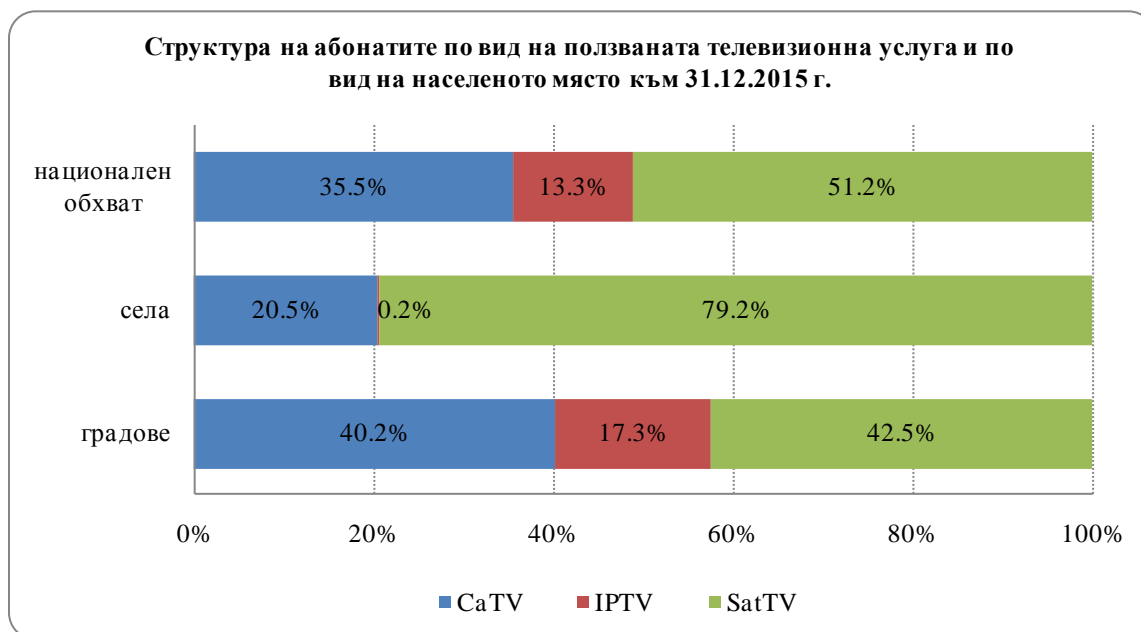
⁴² Включително абонати на пакетни услуги, които към 31.12.2015 г. са 755 529.

осигуряват, продължават да се усъвършенстват. Това даде отражение върху услугите, които се предлагат от нарастваща част от доставчиците на телевизионно съдържание, като услугите с добавена стойност постепенно започват да се превръщат в необходимост за крайните потребители. В резултат на това все повече предприятия предоставят на абонатите си телевизионни канали с висока резолюция. През 2015 г. броят на предприятията, предоставящи HD канали, е 118, обхващайки 42% от общия брой предприятия, предоставящи услуги на този пазарен сегмент. За сравнение през 2014 г. този дял е възлизал на 36,5%.

Услугите „Pay-per-View” (PPV) и видео по поръчка (VOD) се предлагат от предприятията, предоставящи кабелна телевизия, както и от IPTV доставчиците, като към 31.12.2015 г. обобщените данни сочат, че:

- броят на уникалните абонати, които поне веднъж са използвали услугата PPV, нараства с 36% в сравнение с 2014 г., като достига 9727;
- броят на уникалните абонати на услугата видео по поръчка (VOD) продължава да намалява (с 54% спрямо 2014 г.) до 13,8 хил. абоната.

На фигура 23 по-долу е представена структурата на абонатите на платена телевизия според населеното място, в което използват тази услуга към 31.12.2015 г.



Забележка: Разпределението на броя на потребителите на спътникова телевизия е на база експертна оценка.

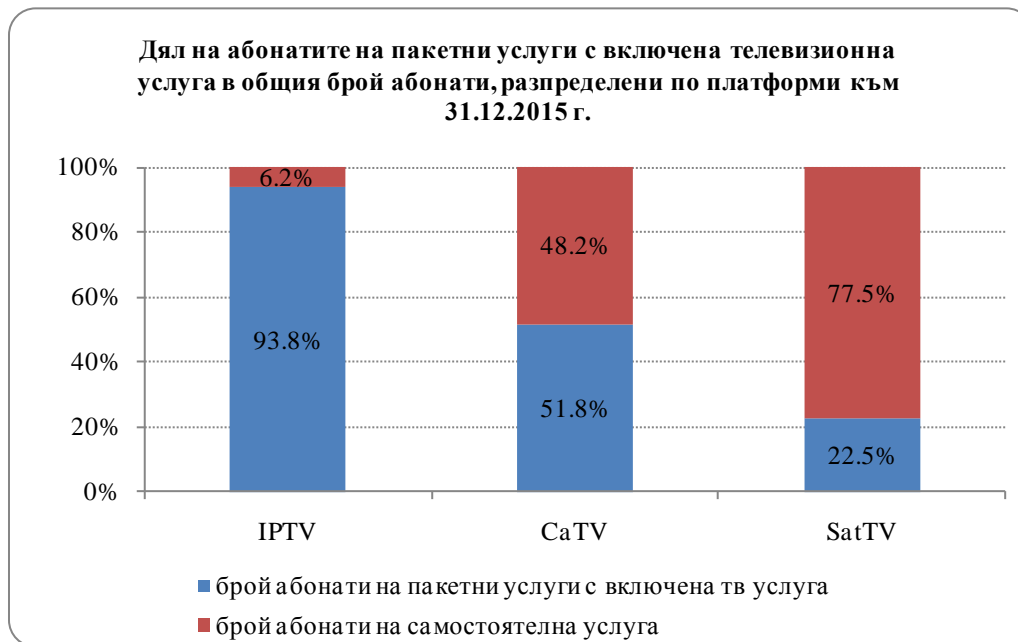
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 23

Видно от фигура 23, разпределението на потребителите на платена телевизия (кабелна, сателитна и IP телевизия) в градовете и в селата е неравномерно и не съответства на разпределението им на национално ниво. Докато кабелните оператори и доставчиците на IPTV насочват усилията си предимно към привличане на потребители в градовете, поради очакваната по-голяма възвръщаемост на вложените инвестиции в изграждане на инфраструктура до крайния потребител, то благодарение на предимството на сателитната технология, осигуряваща безжичен достъп до абоната на национално равнище, възможностите за привличане на абонати както в градовете, така и в селата са ограничени единствено от предпочитанията на потребителите. В много села, в които няма изградена коаксиална или оптична мрежа, единствената алтернатива за достъп до платена

телевизия, е спътниковата, поради което и дялът на абонатите на тази телевизионна платформа в селата е в пъти по-голям от дяловете на останалите две платформи.

Броят на абонатите на пакетни услуги с включена телевизионна услуга в тях нараства ежегодно, като за периода 2013 – 2015 г. дялът му в общия брой абонати на платена телевизия се е увеличил с 5 процентни пункта до 42%. На следващата графика (фиг. 24) е показан дялът на абонатите на пакетни услуги с включена телевизионна услуга в общия брой абонати, разпределени по платформи към 31.12.2015 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 24

От графиката е видно, че броят на абонатите на пакетни услуги с включена IP телевизия представлява близо 94% от общия брой абонати на IP телевизия, като този дял остава почти непроменен спрямо предходната година. За същия период относителният дял на абонатите на пакетни услуги с включена кабелна телевизия нараства с 8 процентни пункта до 51,8%, а на абонатите на пакетни услуги с включена сателитна телевизия – намалява с 2,5 процентни пункта до 22,5%.

Увеличението в броя на абонатите рефлектира и върху проникването⁴³ на платената телевизия (кабелна телевизия, сателитна телевизия и IPTV) сред домакинствата, което към 31.12.2015 г. достига 59,4% (за сравнение, към края на 2014 г. този показател е 58,6%). Най-голям е ръстът на проникването на сателитната телевизия (3 процентни пункта) спрямо 2014 г., като дялът ѝ в края на 2015 г. възлиза на 30,4%. Този на кабелната телевизия през 2015 г. е 21% или с почти 4 процентни пункта по-малък спрямо предходната година, а на IPTV достига 7,9%, което представлява увеличение с 1,6 процентни пункта спрямо 2014 г. (фиг. 25).

⁴³Показателят е изчислен като съотношение между броя на потребителите на платена телевизия към 31.12.2015 г. и броя на домакинствата от последното официално преброяване на НСИ, проведено през 2011 г. (3 005 589 - обикновени домакинства).

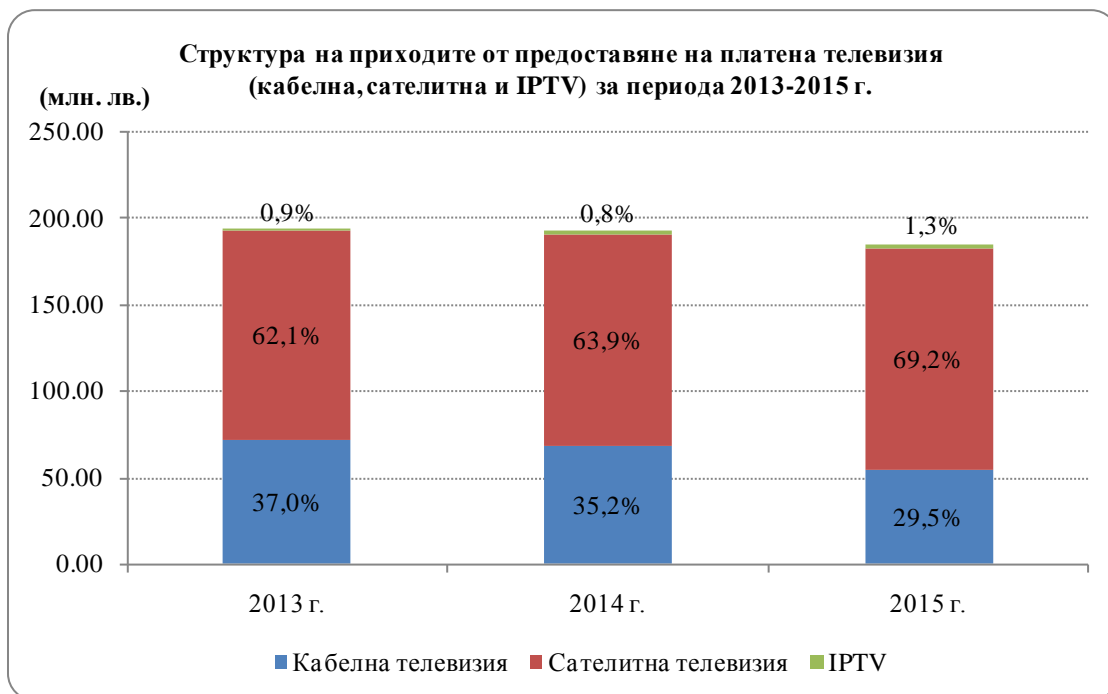


Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 25

Приходи от предоставяне на услуги по разпространение на радио- и телевизионни програми на дребно

Обемът на общите приходи от абонати на платена телевизия през 2015 г. възлиза на 185,388 млн. лв. Продължава наблюдаваният през предходния едногодишен период спад в общите приходи от платена телевизия, като през 2015 г. те намаляват с 4% спрямо 2014 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 26

Спадът в общия обем на пазара на платена телевизия в България е в резултат на намаление в приходите от предоставяне на кабелна телевизия за периода 2014– 2015 г. с почти 20%. За поредна година обемът на приходите от спътникова телевизия проявява

тенденция на ръст. През 2015 г. спрямо предходната година е отчетено нарастване е 4%, като дялът, който приходите от спътникова телевизия заемат в общия обем на приходите от платена телевизия в страната, продължава да бъде най-голям и възлиза на 69,2% (фиг. 26). За разлика от предходния едногодишен период, при който се наблюдаваше спад в приходите от IPTV, през 2015 г. те нарастват значително – с 50%, спрямо 2014 г., което се дължи на ръст в броя на абонатите, ползващи услугата самостоятелно.

Очаква се наблюдаваното през последните няколко години задълбочаване на конкуренцията между доставчиците на кабелна, сателитна и IP телевизия да продължи процеса на преразпределяне на абонатите между трите телевизионни платформи.

5.2. Пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми и IPTV на едро

През 2015 г. общият брой на предприятията, които предоставят услуги на едро за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми и IPTV на едро, е 16.

Подробна информация за броя на предприятията, предоставяли през 2015 г. услуги на едро за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, за броя на потребителите на услугите и за размера на получените от тях приходи, както и за структурата на пазара на горепосочените услуги, е представена в таблица 7 и на фигура 27 по-долу:

Таблица 7

Брой абонати/потребители и приходи от предоставяне на услуги на едро за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, вкл. IPTV услуги на едро през 2015 г.

Видове услуги за пренос и разпространение на радио- и/или телевизионни програми на едро	Брой предприятия, предоставящи услугата през 2015 г.	Брой абонати/потребители на услугата към 31.12.2015 г.	Приходи от услугата през 2015 г. (в млн. лв. без ДДС)
1.1. Услуги за пренос на радио- и/или телевизионни програми, в т.ч.:	7	48	8,818
1.1.1. Наземен радиорелеен пренос	1		
1.1.2. Спътников пренос	5		///
1.1.3. Друг вид пренос	3	18	0,133
1.2. Услуги за разпространение на радио- и/или телевизионни програми, вкл. IPTV услуга на едро, предоставяна на други предприятия, в т.ч.:	11	101	50,205
1.2.1. Наземно радиоразпръскване	7		
1.2.2. Спътниково радиоразпръскване	2		///
1.2.3. Друг вид разпространение на радио- и/или телевизионни програми, вкл. IPTV услуга на едро	3	25	1,610
Общо	16	149	59,023

Източник: Данни, подадени в КРС

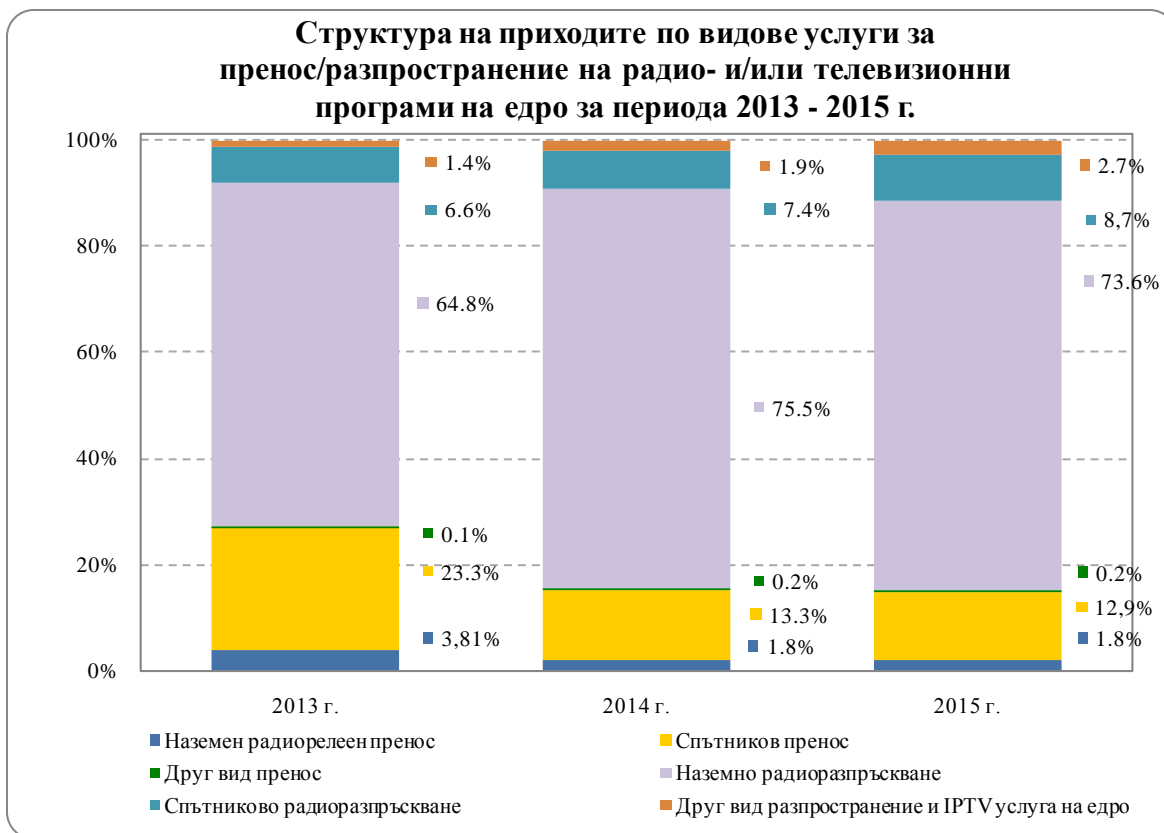
През 2015 г. броят на предприятията, предоставящи услуги за пренос на радио- и телевизионни програми, е 7, като броят на потребителите на тези услуги се увеличава с 9,1% спрямо 2014 г.

Спрямо предходната година броят на предприятията, предоставящи услуги за разпространение на радио- и телевизионни програми, вкл. IPTV услуга на едро, се увеличава с 1 предприятие и достига 11, но потребителите на този вид услуги намаляват с 25,74%.

Получените приходи от предоставяне на услуги на едро за пренос и разпространение на радио- и телевизионни програми, вкл. IPTV услуги на едро през 2015 г. възлизат на 59,023 млн. лв. и бележат спад от 11,2% спрямо предходната година.

Този спад е резултат от отчетеното през 2015 г. намаление в приходите от предоставяне на наземен радиорелеен пренос (с 9,8%), спътников пренос (с 13,8%) и наземно радиоразпръскване (с 13,3%). При приходите от предоставяне на спътниково радиоразпръскване, друг вид пренос (оптичен) и IPTV услугите на едро се наблюдава увеличение, съответно в размер на 5,1%, 4,0% и 26,4% спрямо 2014 г., но поради сравнително ниския им дял (11,7%) в общия обем на приходите от услуги на едро за пренос и разпространение на радио- и телевизионни програми, техният ръст не успява да компенсира отчетения спад в приходите на горепосочените 3 услуги на едро.

Като цяло, приходите от услуги за пренос (спътников, радиорелеен и оптичен) на радио- и телевизионни програми намаляват с 13,1% спрямо 2014 г., а при услугите на едро за разпространение на радио- и телевизионни програми наблюдаваният спад е 10,8%.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 27

От данните на фигура 27 е видно, че и през 2015 г. най-голям дял в общия обем на приходите от предоставяне на услуги на едро за пренос и разпространение на радио- и телевизионни програми продължава да заема наземното радиоразпръскване – 73,6%, а най-малък дял (0,2%) заемат услугите на едро за предоставяне на друг вид пренос (оптичен) на радио- и телевизионни програми. Броят на предприятията, които предоставят IPTV услуги на едро през 2015 г., остава без изменение – 3⁴⁴.

5.3. Наземно радиоразпръскване на радиопрограми – УКВ радиоразпръскване

В края на 2015 г. 70 предприятия притежават регистрация в КРС за предоставяне на услуги за наземно радиоразпръскване на радиопрограми. От тях 68 са представили отчет за дейността си през годината, като 67 от тези предприятия са действащи.

Предприятията с национално покритие към 31.12.2015 г. са две – БНР и „Дарик Радио” АД. Постигнатото покритие по население към 31.12.2015 г. на програмите им остава без изменение в сравнение с предходната година: 95% за програма „Хоризонт” и 91% за програма „Христо Ботев” на БНР и 95,5% за програмата на „Дарик Радио” АД.

Предприятията с местно покритие са 68, което представлява 97,1% от общия брой на предприятията, които към 31.12.2015 г. притежават регистрация за предоставяне на услуги за наземно радиоразпръскване на радиопрограми.

⁴⁴ „Митко.ком” ЕООД, „Нетера Комюникейшънс” ЕООД и „Виора интерактив” ООД

6. Пакетни услуги

Пакетните услуги⁴⁵ продължават да са едни от най-използваните електронни съобщителни услуги от потребителите, като през 2015 г. сформират 25,7% от общия обем на пазара (виж по-горе). Към края на 2015 г. предприятията, предлагащи пакетни услуги, са 100, като 92 от тях предлагат пакетната услуга „Телевизия и фиксиран достъп до интернет”.

През 2015 г. обемът на приходите (от инсталационни такси и месечен абонамент) от услуги в пакет достига 643,5 млн. лв., като бележи ръст от 51,5% спрямо предходната година. Приходите от двойни пакети за поредна година са с най-голям дял в общия обем на приходите от предлаганите на пазара пакетни услуги – 589,99 млн. лв. Приходите от тройни пакети са в размер на 52,5 млн. лв., а от четворни – 1,0 млн. лв.

На фигура 28 е представено разпределението на приходите през 2015 г. по видове пакетни услуги.



*Забележка: *Включени са приходи от пакети, дялът на които е по-малък от 2%⁴⁶ в общите приходи от пакетни услуги.*

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 28

⁴⁵Пакетната услуга включва две или повече електронни съобщителни услуги (фиксирана гласова услуга, мобилна гласова услуга, фиксиран достъп до интернет, мобилен достъп до интернет, телевизия и други), предлагани от дадено предприятие заедно (с обща цена).

⁴⁶Фиксиран глас и телевизия; Мобилен глас и фиксиран интернет; Мобилен глас и телевизия; Фиксиран глас, мобилен глас и телевизия; Фиксиран глас, мобилен глас и фиксиран интернет; Фиксиран глас, мобилен глас и мобилен интернет; Мобилен глас, телевизия и фиксиран интернет; Мобилен глас, телевизия и мобилен интернет; Фиксиран глас, мобилен глас, фиксиран интернет и телевизия, и Други.

Видно от фигура 28, делът на приходите от двойна пакетна услуга, включваща мобилна гласова услуга и мобилен достъп до интернет, е най-голям – над 65% от общия обем на сегмента. Приходите от тази услуга отбелязват и най-голям ръст за едногодишен период – 113,7%. Основната причина за това увеличение е фактът, че едно от предприятията, предлагащо пакета мобилен глас и мобилен интернет през 2015 г., предложи на своите клиенти по-добри ценови условия и по-добри характеристики (брой включени минути и МВ) на този пакет. Това доведе и до ръст с 1,7 пъти в броя на абонатите на пакетната услуга „мобилен глас и мобилен интернет“, предлагана от предприятието. На следващо място по увеличение на приходите е пакетната услуга „фиксиран глас и телевизия“, при която се отчита ръст от 16,7% спрямо 2014 г. Най-малко увеличение на приходите спрямо предходната година се отчита при пакетната услуга „фиксиран глас и мобилен глас“ – 2,7%.

При някои от пакетните услуги се наблюдава намаление на приходите спрямо 2014 г., като най-голям спад се отчита за пакета „мобилен глас, телевизия и фиксиран интернет“ – с 58,6%.

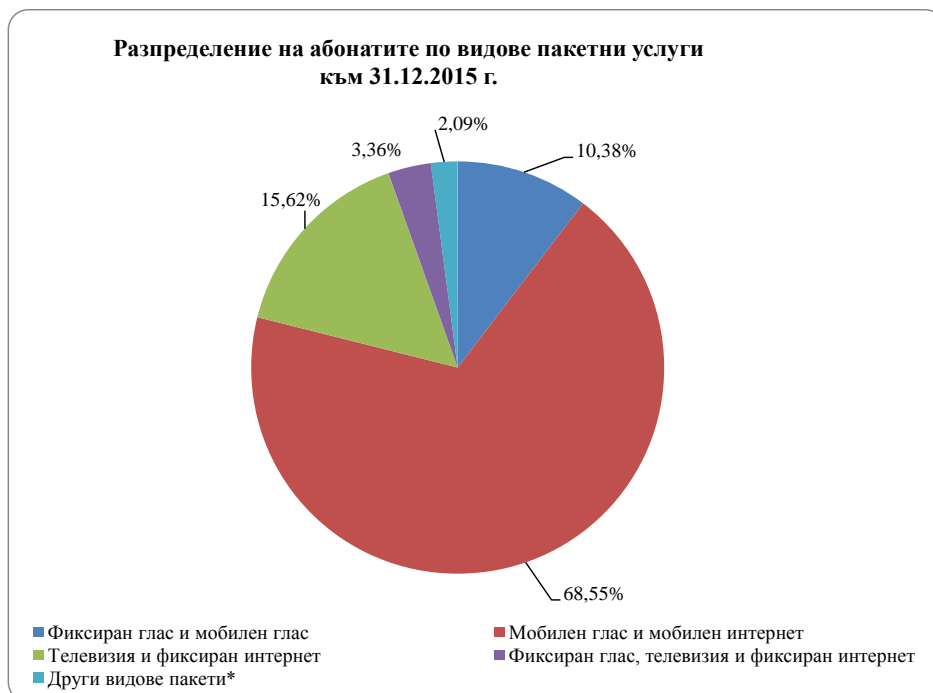
Пакетните услуги, които сформират над 90% от приходите в разглеждания сегмент, са: „мобилна гласова услуга и мобилен достъп до интернет“, „телевизия и фиксиран достъп до интернет“, „фиксирана гласова услуга, фиксиран достъп до интернет и телевизия“, „фиксирана гласова услуга и фиксиран достъп до интернет“, „фиксирана гласова услуга и мобилна гласова услуга“. През 2015 г. делът на приходите от тези пакети в общите приходи от пакетни услуги е 97,5% или се наблюдава ръст с 3,7 процентни пункта спрямо 2014 г. (93,8%).

Броят на абонатите на пакетни услуги към края на 2015 г., съгласно данните, подадени от предприятията, предоставящи обществени електронни съобщения в България, е 3,81 млн., което представлява увеличение с повече от 45% спрямо предходната 2014 г.

Наблюдаваният ръст при абонатите на пакетни услуги оказва влияние върху показателя „проникване по население“⁴⁷, който през 2015 г. е нараснал с 16,9 процентни пункта в сравнение с 2014 г. и достига 53,2%. Това показва, че повече от половината от населението в страната използва повече от една електронна съобщителна услуга.

Разпределението на абонатите по видове пакетни услуги в България е представено на фигура 29.

⁴⁷ Показателят е изчислен като съотношение между броя на абонатите на пакетни услуги, предоставени от предприятията и броя на населението въз основа на данни към 31.12.2015 г. на НСИ (Население по области, общини, местоживеене и пол): <http://www.nsi.bg/bg/node/2972>



*Забележка: *Включени са абонатите на пакети, дялът на които е по-малък от 1% в общия брой абонати на пакетни услуги.*

Източник: Данни, подадени в КРС

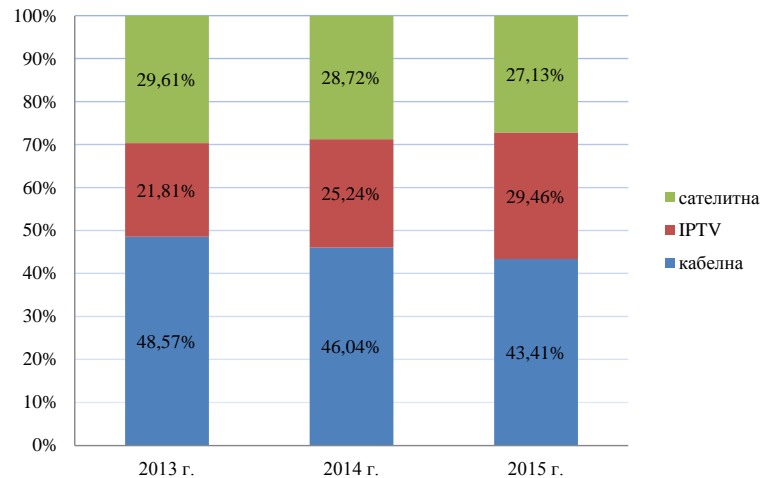
Фиг. 29

Видно от представените данни на фигура 29 пакетите „мобилен гласова услуга и мобилен достъп до интернет” (68,6%), „телевизия и фиксиран достъп до интернет” (15,6%) и „фиксирана гласова услуга и мобилна гласова услуга” (10,4%), са пакетите, които и през 2015 г. са представлявали най-голям интерес сред потребителите. Тези пакетни услуги са били най-предпочитаните и през предходните две години.

Броят на абонатите на най-използваната от потребителите пакетна услуга – „мобилен глас и мобилен достъп до интернет”, е нараснал със 76,9% спрямо 2014 г. и в края на 2015 г. достига 2 611 197 абоната. Бумът при този пакет се дължи най-вече на удобството, което той предоставя на потребителите по отношение на възможността за ползване на двете основни услуги за комуникация и достъп до информация навсякъде, където е налице покритие на мобилната мрежа. Постоянното развитие и разпространението на устройства, посредством които е възможно да се ползва тази пакетна услуга, също допринасят за нейната популярност. Броят на абонатите, които ползват втория по разпространение пакет („телевизия и фиксиран достъп до интернет”), достига 594 808 абоната, като за едногодишен период се отчита ръст от близо 12%. Фиксирана гласова услуга и мобилна гласова услуга в пакет ползват 395 400 абоната, а нарастването през 2015 г. е с 7,6% спрямо данните от 2014 г.

На фигура 30 е представено разпределението на абонатите на пакетни услуги според вида на телевизионната услуга, която приемат.

Разпределение на абонатите на пакетна услуга, според вида на телевизионната услуга, включена в пакета за периода 2013 г. - 2015 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 30

През 2015 г. продължава тенденцията на спад в относителния дял на абонатите на пакетни услуги с кабелна и сателитна телевизия в общия брой абонати на пакетни услуги с телевизия, съответно с 2,6 процентни пункта и с 1,6 процентни пункта, което спрямо данните от предходната година представлява в абсолютно изражение намаление със 769 абоната и 114 абоната. Делът на абонатите на пакети с IPTV продължава да нараства, като спрямо 2014 г. се увеличава с 4,2 процентни пункта и достига 29,5%. В абсолютно изражение за едногодишен период се отчита ръст в броя на абонатите на пакетни услуги с IPTV в размер на 42,3 хил.

Предвид факта, че пакетните услуги са привлекателно решение както за потребителите, така и за предприятията, предоставящи електронни съобщения, логично е запазването през 2015 г. на тенденцията на ръст от предходните години и при двата наблюдавани показателя – брой абонати на и приходи от пакетни услуги. Този сегмент от пазара на електронни съобщения продължава да се развива благодарение на разнообразието и качеството на предлаганите пакети и е една от основните движещи сили за развитието на пазара на електронни съобщения в България.

7. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения

Перспективите за развитие на българския пазар на електронни съобщения, очертани в доклада на комисията за 2014 г., продължават да са в сила и занапред. През следващите години наблюдаваната миграция на абонатите на фиксирани към мобилни услуги ще продължи. Влиянието на ОТТ⁴⁸ услугите върху пазара на електронни съобщения ще се засили, като степента на това влияние в значителна степен ще зависи от бизнес стратегията, която предприятията, предоставящи традиционни съобщителни услуги, ще възприемат спрямо ОТТ доставчиците.

В краткосрочен план на пазара на електронни съобщения се очертават следните тенденции:

⁴⁸ Over-The-Top

- по отношение на гласовите услуги не се очакват значителни промени от наблюдаваното през последните години развитие на сегмента. Предлагането на фиксирани и мобилни гласови услуги в пакет с други електронни съобщителни услуги ще нараства, ще продължи и увеличеното предлагане на абонаментни планове с включени допълнителни минути за изходящи разговори, както и пренасочването на потребителите от фиксирана гласова към мобилна гласова услуга;
- по отношение на услугите за ширококолов достъп до интернет в определено местоположение се очаква тенденцията на разгръщане на мрежи за достъп от следващо поколение да продължи в отговор на нарастващото търсене на високоскоростен интернет;
- абонатите на мобилен ширококолов достъп ще продължат да отбелязват висок ръст, който ще бъде изпреварващ в развитието си спрямо фиксирания ширококолов достъп. Развитието и пускането в експлоатация на новите LTE мрежи от страна на установените на мобилния пазар предприятия, ще доведе до засилване на конкуренцията в този сегмент от пазара, и като резултат - до увеличаване на максимално достижимата скорост и ръст в потреблението на услуги за мобилен достъп до интернет;
- по отношение на линиите под наем се очаква свиването на пазара да продължи, като клиентите на тази услуга (както на дребно, така и на едро) ще се преориентират към ползване на иновативни продукти за достъп, които предлагат гъвкави технически решения, на по-ниски цени, с по-високи скорости за пренос, с гаранции за качество и за обслужване и най-вече - изцяло съобразени с индивидуалните нужди на потребителите;
- в сегмента „Услуги за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми”, наблюдаваното през последните няколко години задълбочаване на конкуренцията между доставчиците на кабелна, сателитна и IP телевизия ще продължи процеса на преразпределяне на абонатите между трите телевизионни платформи. В допълнение, увеличаващото се проникване на мобилни ширококолов услуги и увеличаването на капацитета на мобилните мрежи чрез LTE ще доведе и до засилено ползване на телевизия през мобилни устройства;
- комбинирането на обществени електронни услуги в пакет ще продължава да бъде предпочитано решение както за потребителите, така и за предприятията.

8. Предоставяне на универсална услуга

8.1. Степен на задоволеност от предоставянето на универсалната услуга

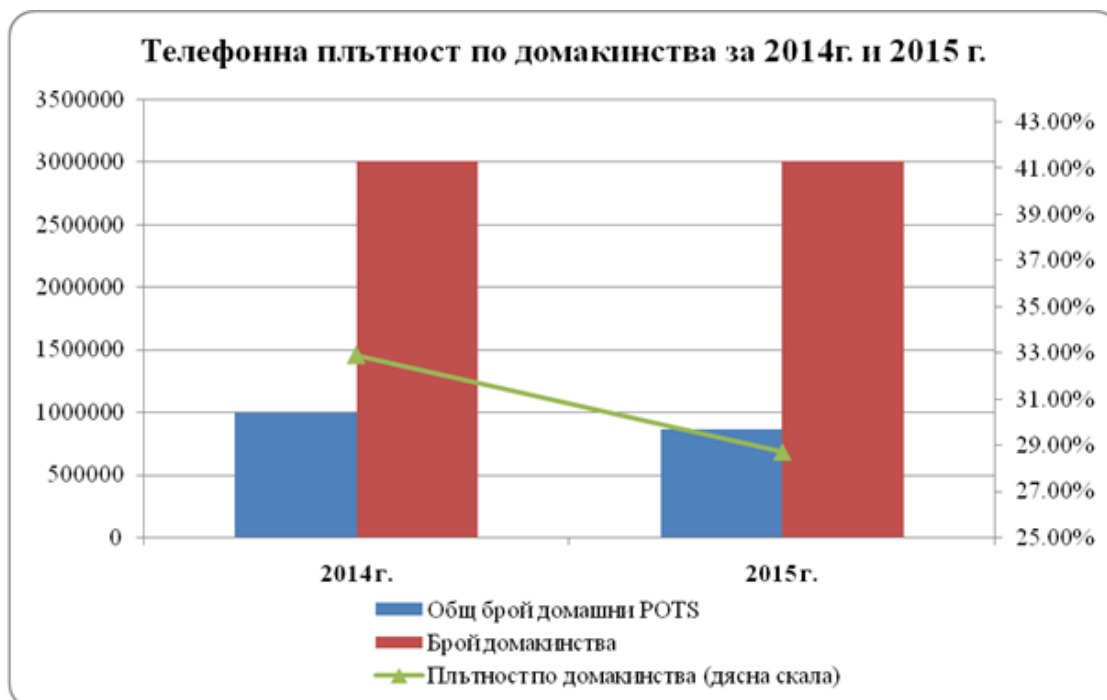
В качеството си на доставчик на универсалната услуга⁴⁹, към края 2015 г. БТК осигурява покритие, измервано по брой териториални единици, с 0,03 процентни пункта по-малко спрямо предходната година, което се дължи основно на по-бързия темп на намаляване на броя на населените места, спрямо темпа на намаляване на броя териториални единици, в които се предоставя фиксирана телефонна услуга към 31.12.2015 г. Посоченото покритие обхваща населени места и селищни образувания (курортни комплекси и други), които фигурират в Единния класификатор на административно-териториалните и териториалните единици.

През 2015 г. телефонната плътност по домакинства⁵⁰ бележи спад с 4,19

⁴⁹ На основание § 7 от Закона за електронните съобщения

⁵⁰ Показателят „плътност по домакинства” се измерва, като общият брой домашни постове се раздели на домакинствата в страната по данни на НСИ.

процентни пункта спрямо предходната година. Спадът на стойностите на показателя отразява устойчивата тенденция на намаляване на броя домашни абонати на БТК, като към 31.12.2015 г. БТК осигурява достъп и предоставя обществени телефонни услуги на близо 12,73% по-малко абонати спрямо предходната година.



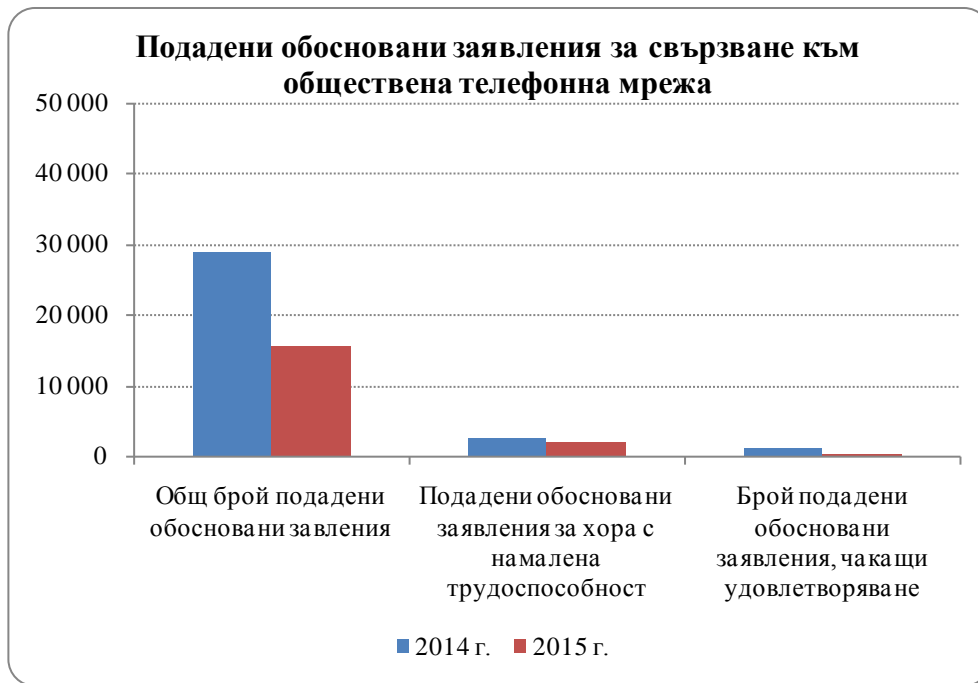
Източник: НСИ и данни, подадени в КРС

Фиг. 31

8.2. Анализ на предоставянето на универсалната услуга

8.2.1. Достъп и предоставяне на универсалната услуга

Както се вижда от фигура 32, към края на 2015 г. подадените заявления за свързване следват установената през предходните години трайна тенденция на спад, като за последната година са намалели с 46%. Във връзка с наблюдаваното през 2015 г. намаление на броя подадени заявления за свързване от хора с увреждания, следва да се отбележи, че в сравнение с тенденциите през миналата година темпът на спад се увеличава. Подадените заявления за свързване са с 21% по-малко спрямо предходната година, докато спадът за през 2014 г. спрямо 2013 г. е 3,5%, като темпът на спад бележи ускорение със 17,6 процентни пункта.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 32

През 2015 г. процентът на чакащите удовлетворение заявления за свързване е намален с 78 процентни пункта, което се дължи на стремежа на предприятието да привлича нови абонати. В тази връзка дялът на отказаните заявления за свързване спрямо общия брой подадени заявления е 21,22%, като от този дял преобладаваща част (77,25%) е в резултат на оттеглен интерес от страна на потребителите.

БТК изпълнява задължението си да осигурява безплатни повиквания към спешни номера, като през 2015 г. дялът им възлиза на 0,48% от общия обем повиквания към национални номера.

8.2.2. Достъп до обществени телефонни апарати

Съгласно регламентираните в Наредба № 6⁵¹ критерии, БТК има задължение за осигуряване на достатъчен⁵² брой обществени телефонни апарати (ОТА).

В Таблица 8 са представени данните за изпълнение на задължението за осигуряване на достатъчен брой обществени телефони през 2015 г.:

⁵¹ Наредба № 6 от 13 март 2008 г. за универсалната услуга по Закона за електронните съобщения (загл. изм. ДВ, бр. 77 от 9 октомври 2012 г.)

⁵² За достатъчен брой се счита наличието на поне 1 обществен телефон и/или 1 точка за обществен достъп до гласови телефонни услуги в кметства с до 500 жители; поне 1 обществен телефон и/или 1 точка за обществен достъп до гласови телефонни услуги на 500 жители в кметства с над 500 жители, и поне 1 обществен телефон и/или 1 точка за обществен достъп до гласови телефонни услуги на 1500 жители в кметства с над 1500 жители.

Таблица 8

Население	Брой кметства	Достатъчен брой обществени телефонни апарати
под 500 жители	1952	1952
от 500 до 1500 жители	1013	1297
над 1500 жители	485	3695
Общо:	3450	6944

Източник: Данни, подадени в КРС

През 2015 г. продължава трайната тенденция на намаление на броя на обществените телефонни апарати, собственост на БТК, която бе прекъсната само през 2013 г., когато броят на ОТА отбеляза незначително повишение с 0,08% спрямо предходната година. Спадът в броя на ОТА през 2015 г. е значителен – 1,9%. Както през 2014 г., така и през 2015 г. изпълнението на критериите за достатъчност по отношение на инсталираните обществени телефонни апарати в кметства с над 1500 жители значително надвишава минималния необходим брой, регламентиран с Наредба № 6. За останалите категории кметства критериите за достатъчен брой обществени телефонни апарати не са изпълнени.

Броят на обществените телефонни апарати, собственост на БТК, в чиито качествени характеристики са включени улеснения за потребители с увреден слух и за потребители, лишени от зрение или с увредено зрение, също бележи понижение от 2,7% спрямо предходната година. Към 31.12.2015 г. тези ОТА достигат 70,12% от общия брой обществени телефонни апарати в страната. Част от тях са снабдени с текстова или друг вид връзка за хора с увреден слух или говор и са достъпни за потребители в инвалидни колички, като са монтирани на подходящи места. Не се наблюдава изменение в параметъра за качество на предоставяните ОТА.

Безплатни повиквания към националните спешни номера и към единния европейски номер за спешни повиквания „112” могат да бъдат осъществени от всички обществени телефонни апарати.

8.2.3. Осигуряване на телефонен указател и предоставянето на справочни услуги

Съгласно ЗЕС и във връзка с разпоредбите на чл. 6 от Наредба № 5⁵³, предприятието, задължено да предоставя универсалната услуга, издава поне един телефонен указател в печатна и/или електронна форма. През 2015 г., със свое Решение № 590/04.12.2015 г. КРС одобри направеното от БТК предложение⁵⁴ за издаване на обществен телефонен указател в електронна форма за 2015 година, който е достъпен на официалната страница на предприятието⁵⁵.

⁵³ Наредба № 5 от 13.12.2007 г. за условията и реда за издаване на телефонни указатели, включително работата с базите данни, тяхното прехвърляне и ползване, както и за предоставяне на телефонни справочни услуги

⁵⁴ Писмо вх.№ 04-04-243/ 06.11.2014 г.

⁵⁵ <http://www.vivacom.bg/online/cgi-bin/wpd.cgi?temp=home.html&ls=0;>

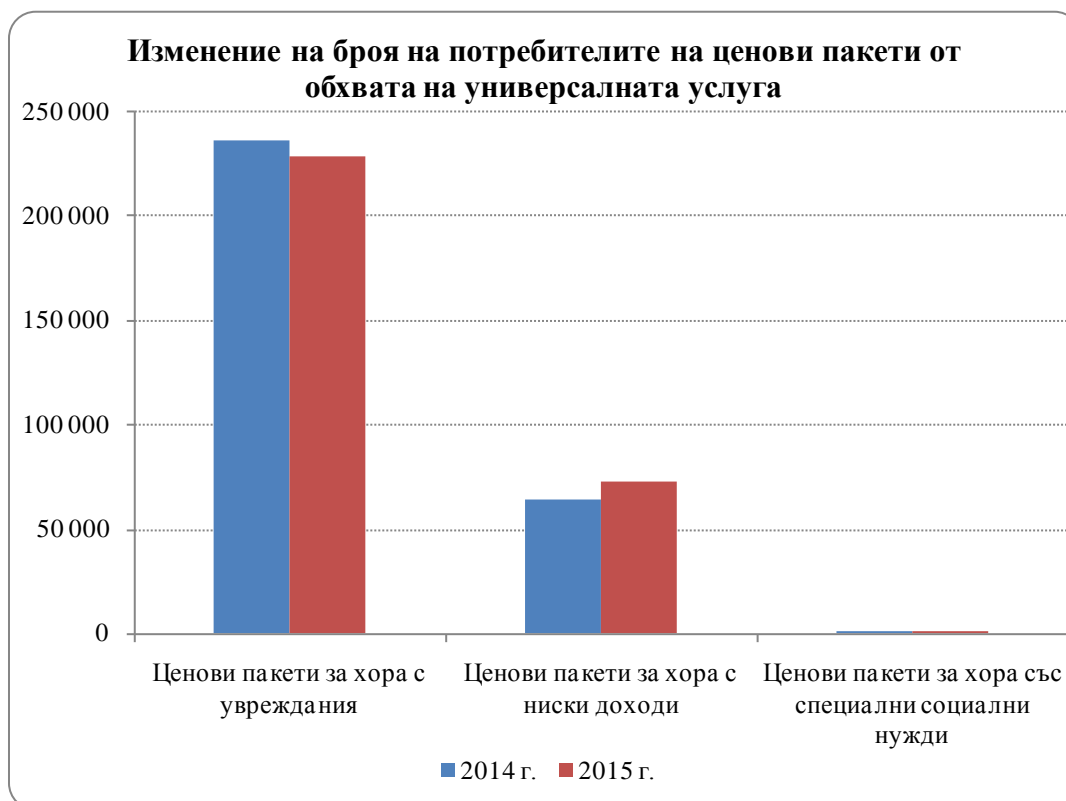
В съответствие със задължението да предоставя информация за номерата, включени в общия телефонен указател през годината, БТК осигурява на крайните потребители 24 часа в денонощието телефонна справочна услуга чрез номер 11 800.

През 2015 г. се наблюдава 22,13% спад на броя повиквания, осигуряващи справочни услуги и 16,1% спад на броя повиквания към безплатни спешни номера.

8.2.4. Достъпност на цените на универсалната услуга

Изпълнявайки задължението за предоставяне на ценови пакети от обхвата на универсалната услуга на достъпни⁵⁶ цени, през 2015 г. БТК продължава да предлага, без изменение в цените и условията, ценовите пакети, предназначени за потребители: с ниски доходи („Ограничен” план, според наименованието, обявено от БТК); с над 90% намалена трудоспособност или намалена възможност за социална адаптация (планове „Инвалиди 160” и „Инвалиди 300”, според наименованията, обявени от БТК); с над 50% намалена трудоспособност или намалена възможност за социална адаптация (план „Инвалиди 300”, според наименованието, обявено от БТК); настанени в социални и здравни заведения (план „Социални и здравни заведения”, според наименованието, обявено от БТК).

Към 31.12.2015 г. абонатите на ценови пакети от обхвата на универсалната услуга се увеличават с 0,44% спрямо тези от 2014 г. В графиката, показана по-долу, е представена динамиката в броя на потребителите на ценови пакети от обхвата на универсалната услуга за 2014 г. и 2015 г.:



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 33

⁵⁶ Регламентирани в Методика за определяне на цените и ценовите пакети на универсалната услуга, приета с Постановление № 2544 от 25.10.2008 г. на Министерски съвет, обн. ДВ бр. 94 от 31.10.2008 г.

От графиката е видно, че за разглеждания период броят на потребителите, използващи ценови пакети за хора с увреждания, намалява с 3,2 %. Броят на потребителите на ценови пакети за хора с ниски доходи и ценови пакети за хора със специални социални нужди се увеличава, съответно с 13,7% и 18,7%

8.3. Качество при предоставяне на универсална услуга

Параметрите за качество на обслужване при предоставяне на универсалната услуга са регламентирани в Наредба № 6⁵⁷, като целевите стойности на параметрите са приети с Решение № 345/31.03.2011 г. на КРС и са публично достъпни на официалната интернет страница на комисията⁵⁸.

Съгласно данните, подадени от БТК, през 2015 г. дружеството отчита изпълнение на всички показатели, като по-високо качество спрямо целевите стойности на универсалната услуга е постигнато по следните групи показатели:

- *Време за първоначално предоставяне на услугата;*
- *Процент повреди на абонатна линия;*
- *Време за отстраняване на най-бързите 80% и 95% от валидните заявки за повреди на абонатни линии;*
- *Процент на неуспешни повиквания;*
- *Време за установяване на връзка;*
- *Време за установяване на връзка (отговаряне) при повиквания за услуги чрез оператор;*
- *Време за установяване на връзка (отговаряне) при повиквания към телефонни справочни услуги;*
- *Процент на изправните обществени телефони;*
- *Процент на жалбите относно коректността на сметките.*

8.4. Компенсиране на нетни разходи от предоставяне на универсална услуга

През 2015 г. БТК не е внесло в КРС искане за компенсиране на предоставянето на универсалната услуга в рамките на законоустановения срок 30.06.2015 г., поради което през изминалата година не е определян размер на нетните разходи и на несправедливата тежест от предоставянето ѝ. В тази връзка, поради липсата на правно основание, дейността на Фонда за компенсиране на универсалната услуга не е стартирала и в него не са постъпвали средства.

8.5. Жалби и удовлетворяване на жалбите

Съгласно Общите условия за взаимоотношенията между БТК и крайните потребители, предприятието осигурява възможности на потребителите да наблюдават и контролират самостоятелно разходите си чрез:

- *предоставяне на безплатни детайлизирани сметки⁵⁹;*
- *безплатно избиращелно ограничаване на изходящите повиквания;*
- *разсрочено плащане при свързване към обществени телефонни мрежи.*

⁵⁷ Наредба № 6 от 13 март 2008 г. за универсалната услуга по Закона за електронните съобщения (загл. изм. - ДВ, бр. 77 от 9 октомври 2012 г.)

⁵⁸ <http://www.crc.bg/section.php?id=904&lang=bg>

⁵⁹ Съдържанието на детайлизираната сметка е регламентирано в чл. 260, ал.3 от ЗЕС

През 2015 г. количеството на постъпилите в дружеството жалби във връзка с предоставянето на универсална услуга е с 50,2% по-малко в сравнение с 2014 г. Предмет на жалбите най-често са спорове за техническа неизправност, коректност на сметките, прекратяване на договор и нарушение на договорните клаузи. Причините за подаване на жалби са илюстрирани в долната фигура:



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 34

Процентът на жалбите за техническа неизправност спрямо общия брой е 12,03%, което е намаление със 17,4 процентни пункта в сравнение с 2014 г. Същевременно, дельт на жалбите за прекратяване на договор спрямо общия брой жалби е 17,46 и бележи увеличение от 3,76 процентни пункта в сравнение със същия показател за предходната година.

През 2015 г. БТК е отговорило на 99,78% от постъпилите оплаквания в нормативно определения срок от 30 дни, като процентът на удовлетворените жалби възлиза на 68% от общия брой подадени жалби.

8.6. Перспективи за развитието на универсалната услуга

Видно от представените данни, може да се направи заключение, че като цяло интересът към услугите от обхвата на универсалната услуга бележи спад - с изключение на слабото повишение при използването на ценовите пакети, които предоставят преференциални

условия за уязвими социални групи⁶⁰. КРС отчита, че намалението в търсенето на универсална услуга проявява признаци на трайна тенденция през последните години, което е резултат от засиленото заменяне на традиционни телефонни услуги в определено местоположение с мобилни телефонни услуги и разширяването на възможностите за комуникация, които крайните потребители получават чрез широколентовия достъп до интернет. Предвид посоченото КРС очаква тази тенденция на спад в интереса към услугите от обхвата на универсалната услуга в България да се запази и през следващата година.

⁶⁰ Ценови пакети, предназначени за хора с намалена трудоспособност или намалена възможност за социална адаптация; хора, настанени в социални и здравни заведения; или такива с ниски доходи.