

**ДОКЛАД НА ОЕРЕС ОТНОСНО ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА
ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТТА МЕЖДУ ФИКСИРАНИТЕ
И МОБИЛНИТЕ УСЛУГИ ПРИ ОПРЕДЕЛЯНЕ НА
ПАЗАРА**

24 май 2012 г.

1. РЕЗЮМЕ	2
2. ВЪВЕДЕНИЕ	5
2.1. Структура на доклада	6
2.2. Обхват на анализа	8
3. КЛЮЧОВИ КОНЦЕПЦИИ	10
3.1. Определяне на пазара	10
3.2. Взаимозаменяемост	11
4. НАЛИЧИЕ НА ВФМУ	18
4.1. Тенденции при ВФМУ – Гласови услуги	18
4.1.1. Общо състояние	18
4.1.2. Силно разнородна картина	20
4.2. Тенденции при ВФМУ – Услуги за данни	23
4.2.1. Общо състояние	23
4.2.2. Национални различия	25
5. ВФМУ И ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ПАЗАРА ОТ НРО	27
5.1. Практика и заключения	27
5.2. Вид анализ и източници на информация	30
6. ИНФОРМАЦИЯ ЗА АНАЛИЗ НА ВФМУ	31
6.1. Различия в характеристиките на предлаганите фиксирани и мобилни услуги	34
6.2. Структура и стратегия на пазара	37
6.3. Анализ на пакетни оферти	38
6.4. Сравнение на развитието на броя достъпи/проникването на услугата	41
6.5. Оценка на възможностите за използване на телевизионни (или подобни) услуги в мобилните мрежи	42
6.6. Съществуваща и потенциална взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни услуги (включително влиянието на цената)	43
6.7. Различия в крайните устройства	47
6.8. Различия в характеристиките на крайните потребители или използването на услугата	48
6.9. Наличие на промоционални предложения за конкретни мрежи и услуги	51
6.10. Удовлетвореност на крайния потребител	1
6.11. Специфични въпроси относно предлагането	54
6.12. Разлики в информацията, използвана за анализа на ВФМУ	56
7. ПОТЕНЦИАЛНО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ВФМУ ПРИ НАЛИЧИЕ НА НЕДОСТАТЪЦИ НА ПАЗАРИТЕ НА ФИКСИРАНИ УСЛУГИ	58

7.1. Пазари на дребно.....	58
7.2. Пазари на едро.....	61
8. ЗАКЛЮЧЕНИЯ.....	63

1. РЕЗЮМЕ

В този доклад се разглежда въздействието на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги (ВФМУ) при определянето на пазара (с основен акцент върху пазарите на дребно) и основните концепции, които са от значение за тази оценка. Наличните данни показват, че като цяло признаците за наличие на ВФМУ се увеличават – особено при гласовите услуги. Картината на ВФМУ в Европа е много разнородна и степента на взаимозаменяемост зависи от конкретни за държавата фактори.

Повечето национални регулаторни органи (НРО) са изследвали вероятността фиксираните и мобилните услуги да принадлежат към един и същи пазар, а един НРО (RTR – Австрия) е включил фиксираните и мобилните услуги в обхвата на един пазар.

Съществуват редица причини, поради които по-голямата част от НРО не включват фиксираните и мобилните услуги на един и същи пазар на дребно, а именно:

- i. наличието на различни характеристики между фиксираните и мобилните оферти (например разлики в цената, скоростта, мобилността и ограниченията за ползване); както и
- ii. наличието на различни предпочитания и различни потребителски модели при използване на фиксирани и мобилни услуги (например някои НРО считат, че потребителите на фиксирани широколентови услуги използват по-интензивно услугата и съответно търсят по-голям капацитет в сравнение с потребителите на мобилни широколентови услуги).

Влиянието на ВФМУ върху пазарите на едро в много голяма степен зависи от наличие на взаимозаменяемост на дребно (т.е. съществуването на ВФМУ на равнище на дребно е значим фактор за наличието ѝ на равнище на едро).

Асиметричната взаимозаменяемост може да бъде значим фактор, който трябва да бъде разгледан при ВФМУ, главно поради мобилността на мобилните услуги (функцията мобилност води до заместване на фиксираните услуги с мобилни

услуги от страна на крайните потребители, но не и обратното). Настоящият доклад разглежда практиките на НРО в действията им в областта на асиметричната взаимозаменяемост. Заключениета и окончателният резултат от анализа на пазара не трябва да зависят от специфичните практики, прилагани от НРО по отношение на отчитането на асиметричната взаимозаменяемост при пазарния анализ.

Също така в доклада се изследват факторите, които НРО могат да вземат предвид при оценката на ВФМУ и относителната важност, която НРО понастоящем приписват на всеки един от тях. Понастоящем НРО вземат под внимание широк спектър от фактори и информация за извършване на оценката на ВФМУ. Съответните фактори и информация, обсъдени в доклада, са разнообразни и допълващи се и могат да зависят от специфичните обстоятелства на всеки пазар.

Накрая се разглеждат последствията от ВФМУ при извършване на оценката на конкуренцията на традиционните пазари на фиксирани гласови и широколентови услуги. Докладът разглежда потенциалния конкурентен натиск, упражняван от мобилните гласови услуги (и мобилните широколентови услуги) върху фиксираните гласови услуги (и фиксираните широколентови услуги), а не обратното.

Ако ВФМУ е достатъчна, за да се определи един пазар на дребно за фиксирани и мобилни услуги, тогава е възможно конкуренцията между мобилни и фиксирани мрежи да намали пазарната сила на историческото предприятие на равнище услуги на дребно. Това обаче може да зависи от обстоятелството дали фиксираните предприятия предоставят мобилни услуги и от позицията им на пазара на мобилни услуги. За да се прецени дали на пазара на дребно, включващ фиксирани и мобилни услуги, е налице ефективна конкуренция е необходимо да се извърши цялостна оценка на състоянието на конкретния пазар, като се вземат предвид всички относими фактори.

Дори ако фиксираните и мобилните услуги не се намират на един и същи пазар, ВФМУ може да въздейства на традиционните фиксирани пазари на дребно, тъй като степента на конкуренция/взаимозаменяемост може да разреши някои от традиционните проблеми. Това може да се вземе предвид при: i) прилагане на теста на трите критерия за определяне на пазар, подлежащ на ex-ante регулиране; ii) анализ за наличие на предприятие със значително въздействие

върху пазара (ЗВП) или iii) избор на специфични задължения, които да бъдат наложени на съответните пазари.

Наличието на взаимозаменяемост между фиксираните и мобилните услуги е характерно основно за пазарите на дребно и е по-малко вероятно да възникне на равнище на едро. Съществуването на ВФМУ на пазарите на дребно обаче може да повлияе на пазара на едро чрез непряк конкурентен натиск, който би могъл да окаже въздействие върху оценката на конкуренцията на пазара на едро.

2. ВЪВЕДЕНИЕ

Редица фактори направиха конвергенцията на фиксираните и мобилните услуги все по-значима за пазарите на електронни съобщения. Например:

- Разработването на нови услуги, налични във фиксирани и мобилни мрежи;
- Нови технологии за подобряване на ефективността на мобилните мрежи;
- Нови устройства, адаптирани както за фиксирани, така и за мобилни мрежи;
- Нови търговски предложения и модели на потребление; и
- По-ниски тарифи за мобилно терминиране.

ГЕР и ОЕРЕС анализираха конвергенцията през 2009 г.¹ и 2010 г.², като я определиха като *„технологични подобрения, чрез които възникват редица мрежи с подобрени възможности за предоставяне на широк спектър услуги. Това в същото време предполага, че една услуга може да бъде предоставена чрез различни мрежи.“* Освен това *„конвергенцията на ниво мрежи може да се разбира като възможност за безпроблемно предлагане на мобилни и фиксирани (или подобни на фиксирани) услуги на клиентите чрез интегриране на фиксирани и мобилни мрежи“*³.

Поради горепосочените трансформации и технологични подобрения конвергенцията в някои случаи доведе до увеличаване на ВФМУ, което породи за регулаторните органи въпроса дали фиксираните и мобилните услуги трябва да принадлежат към един и същи съответен пазар. В някои случаи това доведе до важни промени в подхода за регулиране на традиционните пазари на фиксирани услуги, при които се наблюдават пазарни недостатъци.

Нарастването на степента на ВФМУ се наблюдава основно при гласовите и широколентовите услуги и на ниво услуги на дребно. Поради това настоящият доклад ще се съсредоточи главно върху анализа в тези области.

Настоящият доклад няма за цел да извърши анализ на ВФМУ или да стигне до каквото и да е заключение относно включването на фиксирани и мобилни услуги в обхвата на един и същи съответен пазар, тъй като счита, че това е от компетентността на националните регулаторни органи на национално равнище.

¹ ГЕР – март 2009 г. – Доклад относно конвергенцията на фиксирани и мобилни услуги: последици за конкуренцията и регулаторни аспекти.

² ОЕРЕС – декември 2010 г. – Доклад на ОЕРЕС относно конвергентните услуги.

³ Настоящият доклад няма за цел извършване на оценка на въздействието на конвергентните продукти за целите на определянето на пазара.

В перспективата до следващия кръг от анализи на пазара настоящият доклад събира информация от наличните проучвания по темата и от информацията, подадена от 26 НРО, отговорили на въпросника (вж. приложение 3).

Въз основа на наличната информация настоящият доклад има за цел:

- да предостави насоки относно информацията, която може да се използва от НРО за анализ на възможностите за включване на фиксирани и мобилни услуги на един и същи пазар; както и
- да представи общ анализ на потенциалното въздействие на ВФМУ върху традиционните недостатъци на пазарите на фиксирани услуги.

2.1. Структура на доклада

Основните концепции, които са от значение за определянето на пазара и за анализа на ВФМУ, са разгледани в Раздел 3.

Гласовите услуги, услугите за данни и в някои случаи услугите за разпространение на телевизионни програми (ТВ услуги) традиционно се предоставят чрез фиксирани мрежи (DSL, кабел ...). Гласовите услуги и услугите за данни (а също и до известна степен ТВ услугите) стават достъпни и чрез мобилни мрежи, благодарение на развитието на 2G и 3G мобилните технологии. С течение на времето гласовите и широколентовите услуги, предоставяни чрез мобилни мрежи биха се доближили по отношение на характеристики и функционални възможности до гласовите и широколентови услуги, предоставяни чрез фиксирани мрежи, което може да доведе до по-висока степен на взаимозаменяемост. Доказателства за подобни модели на ВФМУ се разглеждат в Раздел 4 от настоящия документ, въз основа на наличните количествени показатели.

Някои НРО вече са анализирали взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги (или липсата на взаимозаменяемост), едновременно с определяне на пазарите на дребно и на едро. Въз основа на получените отговори на въпросника, общата картина на тези инициативи е разгледана в Раздел 5. Един от най-важните примери за такъв анализ на взаимозаменяемостта е представен от австрийския регулатор (RTR), който разглежда широколентовия достъп на дребно както за домашни, така и за бизнес потребители. Сериозните съмнения, изразени от Европейската комисия по отношение на определянето на пазара на дребно, извършено от RTR (вж. *карето по-долу*), подчертават колко сложен може да бъде подобен анализ. Въз основа на информацията, събрана от НРО чрез отговорите на въпросника, Раздел 6 от настоящия доклад предоставя

насоки за информацията, която може да се използва от НРО при извършване на анализа на ВФМУ.

Потенциалното въздействие на ВФМУ върху недостатъците на традиционните пазари на фиксирани услуги е разгледано в последния раздел на този документ.

ВФМУ при ширококолов достъп на дребно – случаят в Австрия⁴

За да определи пазарът на ширококолов достъп на едро в рамките на третия кръг на пазарния анализ, RTR започва своя анализ чрез проучване на съответния пазар на дребно. RTR разграничи DSL продуктите на дребно за бизнес потребители от DSL продуктите на дребно за домашни потребители, след което направи заключение, че на пазара на дребно за домашни потребители в Австрия кабелният достъп е достатъчно близък заместител на DSL, а мобилният ширококолов достъп е достатъчно близък заместител както на DSL, така и на кабелния достъп, като всички те принадлежат към един и същи пазар на дребно. Вследствие на това, поради (основно инфраструктурно базирания) конкурентен натиск, упражняван от операторите на кабелни мрежи, операторите на мобилни мрежи и доставчиците на услуги за необвързан достъп, RTR счете, че на пазара на ширококолов достъп на дребно за домашни потребители се наблюдава тенденция към ефективна конкуренция. Тези констатации водят RTR до заключението, че само пазарът за ширококолов достъп на едро за битстрийм, предназначен за бизнес потребители, подлежи на ex-ante регулиране.

След нотификацията от страна на RTR по отношение на дефиницията на пазара за ширококолов достъп на едро в Австрия, Европейската комисия изрази сериозни съмнения относно съответствието на нотифицираната мярка с правото на Общността. Включването на мобилния ширококолов достъп на пазара на ширококолов достъп на дребно за домашни потребители беше една от точките, изтъкнати от Комисията в писмото ѝ, в което се изразяват сериозни съмнения.

За да отговори на сериозните съмнения на Комисията, RTR предостави допълнителна информация по време на периода на проучване на нотифицираната си проектомярка. В резултат на това, Европейската комисия оттегли сериозните си съмнения въз основа на обстоятелства, тясно свързани с австрийския пазар, като подчерта, че фиксираните и мобилните ширококолотови услуги на дребно обикновено не принадлежат към един и същи съответен пазар. Така, пазарът на ширококолов достъп на дребно за домашни потребители в Австрия включва както фиксирани, така и мобилни услуги.

⁴AT-2009-0970.

2.2. Обхват на анализа

Както е посочено по-горе, анализът ще бъде насочен върху два модела на ВФМУ:

- мобилните гласови услуги като заместители на традиционните фиксирани гласови услуги;
- мобилните широколентови услуги като заместители на традиционните фиксирани широколентови услуги.

В настоящия доклад няма да бъдат специално разглеждани други модели на ВФМУ, които могат да се появят или да бъдат предвидени⁵.

Разграничение между мобилни и фиксирани услуги

Развитието на конвергентни устройства, мрежи или услуги – анализирани в предходните документи на ОЕРЕС и ГЕР – направи неясна границата между фиксираните и мобилните услуги. Като цяло, разликата между фиксираните и мобилните услуги е очевидна:

- гласовите и широколентовите услуги, които се предоставят посредством медни, коаксиални или оптични влакна, се считат за фиксирани услуги;
- гласовите услуги, осъществени чрез мобилен телефон, свързан в мобилна мрежа (2G, 3G ...), представляват мобилна услуга;
- широколентовите услуги за достъп до мобилната мрежа (2G, 3G ...) – например чрез използване на лаптоп и 3G донгъл – представляват мобилна услуга.

Разграничението може да стане много по-трудно при някои други услуги, където разликите между фиксираните и мобилните услуги могат да бъдат сложни и субективни⁶. Настоящият доклад няма за цел точно да определи коя услуга трябва да се счита за фиксирана и коя за мобилна услуга, тъй като това може да зависи от националния контекст.

⁵Може например да се предвиди, че мобилните телевизионни услуги (3G или DVB-H) могат да станат заместители на фиксираните телевизионни услуги (чрез DSL или сателитна или наземна телевизия). DSL операторът може също така, чрез споделяне на клиентски Wi-Fi връзки, да предложи широко покритие на данните (най-малкото в градските зони), което може да се разглежда като заместител на мобилните широколентови услуги (предоставяне чрез 3G мрежите).

⁶Случаите например могат да се усложнят, когато естеството на услугата (фиксирана или мобилна) не е очевидно произтичащо от устройството или от основната платформа. Например:

- гласова услуга за мобилни телефони, използваща 3G вътрешни базови станции (femtocells) (и по този начин медна мрежа след вътрешната базова станция), може да се разглежда като фиксирана или мобилна услуга в зависимост от конкретните обстоятелства;
- услуга за данни, използвана чрез лаптоп или мобилен телефон, свързан към Wi-Fi точки за достъп, създадени от някои от клиентите на DSL оператор (и достъпна за клиентите на този фиксиран оператор), може да се разглежда като фиксирана или мобилна услуга в зависимост от конкретните обстоятелства;
- гласова услуга, достъпна от „подобен на фиксиран“ телефон, свързан към мобилната мрежа (и доставена независимо от фиксираната мрежа за достъп) чрез оферта „Home Zone“, може да се разглежда като фиксирана или мобилна услуга в зависимост от конкретните обстоятелства.

Пазари на дребно и на едро

Както е признато от Комисията в нейната препоръка относно съответните пазари на продукти и услуги в сектора на електронните съобщения, подлежащи на *ex-ante* регулиране⁷ (наричана по-долу „Препоръка относно съответните пазари“), отправната точка за идентифициране на пазара е определянето на пазарите на дребно в перспектива, като се отчита взаимозаменяемостта при търсенето и предлагането. Взимайки като отправна точка определените пазари на дребно, се определят съответните пазари на едро.

Като се има предвид значението и съществената предпоставка на взаимозаменяемостта на пазара на дребно за наличието на взаимозаменяемост на пазара на едро, **в рамките на настоящия доклад, ВФМУ ще бъде основно обсъждана на равнище на дребно.** Пазарите на едро ще бъдат разгледани накратко главно в Раздел 7 от настоящия доклад.

Пазари за домашни потребители и бизнес потребители

Домашните и бизнес потребителите могат да имат значително различни нужди и поради това при определени обстоятелства определянето на два отделни пазара може да бъде уместно. Тези различия следователно могат да имат важно влияние върху резултата от анализа на ВФМУ. Например, в случая с Австрия (вж. по-горе) RTR направи заключение, че мобилният широколентов достъп е взаимозаменяем с DSL широколентовия достъп за домашните, но не и за бизнес потребителите. Същевременно различните нужди не означават непременно съществуването на отделни пазари за домашни и бизнес потребители. Ще бъде необходима цялостна оценка на взаимозаменяемостта от страна на търсенето (включително евентуалното наличие на верижна взаимозаменяемост) и взаимозаменяемост от страна на предлагането, за да се установи дали, предвид националните специфики, е подходящо да се определи общ или сегментиран продуктов пазар.

Основната цел на настоящия документ не е да поставя под въпрос различията между домашните и бизнес потребителите. Специфичният анализ на бизнес сегмента беше проучен в друг доклад на ОЕПЕС⁸.

⁷ Препоръка на Комисията от 17 декември 2007 година относно съответните пазари на продукти и услуги от сектора на електронните съобщения, подлежащи на предварително регулиране – наричана по-нататък препоръка на Комисията – в съответствие с Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно общата регулаторна рамка за електронните съобщителни мрежи и услуги, ОВ L344/65 от 28 декември 2007 г.

⁸ Доклад на ОЕПЕС за общественото допитване относно определянето на съответни пазари за бизнес услуги (февруари 2011 г.) – BoR (10) 46.

По-скоро анализът ще бъде насочен към сегмента на домашните потребители. До известна степен анализът може да бъде транспониран в бизнес сегмента, особено за малките предприятия. Подходът обаче може да се различава значително за бизнес сегмента в зависимост от националните особености.

3. КЛЮЧОВИ КОНЦЕПЦИИ

В следващия раздел са представени основните понятия, използвани за оценка на взаимозаменяемостта на продукт/услуга в рамките на определянето на икономическия пазар. Разделът представя и основните въпроси, свързани с взаимозаменяемостта по отношение на търсенето и предлагането, и разглежда асиметричната и симетричната взаимозаменяемост. За предоставяне на насоки за НРО са използвани примери от сектора на електронните съобщения.

3.1. Определяне на пазара

Съгласно препоръката на Комисията *„основната цел на определянето на пазара е да се установи по систематичен начин конкурентният натиск, на който са подложени предприятията“*. Така *„определянето на пазара не е само по себе си цел, а средство за оценка на ефективната конкуренция за целите на ex-ante регулирането“*.

Определянето на пазара е основно за идентифициране на продукти/услуги, които се конкурират в рамките на един и същ пазар. То очертава границите около продуктите/услугите, които упражняват ценови натиск помежду си и се считат за тясно взаимозаменяеми.

При определянето на съответния пазар НРО трябва да вземат предвид степента на взаимозаменяемост при услугите (от страна на търсенето и предлагането), потенциалния непряк натиск (когато е достатъчно силен и директен), потенциалното наличие на верижна взаимозаменяемост, както и други характеристики като например начина на пакетирание на услуги, ценова дискриминация и др.

При определянето на пазара НРО трябва да извършват анализ в перспектива, като се вземе предвид наличната информация за пазарното поведение до и в настоящия момент и перспективите за неговото развитие в съответния период от време за извършване на анализа. Следователно, извършеният анализ трябва да бъде динамичен, а не статичен.

3.2. Взаимозаменяемост

Взаимозаменяемостта е основният критерий, който следва да се използва с цел установяване на адекватни граници на пазара. Той се отнася до продуктите, които се разглеждат от крайните потребители като заместими, като отправната точка е, че даден продукт оказва конкурентен натиск върху друг (или няколко други). В такъв случай съответният пазар следва да обхваща всички продукти или услуги, които са взаимозаменяеми.

Взаимозаменяемостта може да съществува, както от страна на търсенето, така и от страна на предлагането. При изследване на взаимозаменяемостта от страна на търсенето и предлагането е важно да се оцени настоящата конкуренция на пазара, както и потенциалната конкуренция, която може да се отрази на пазара в близко бъдеще (потенциална взаимозаменяемост), доколкото тя може достатъчно бързо да въздейства върху ценообразуването на съответните целеви продукти. Когато подобна потенциална взаимозаменяемост не оказва достатъчно бързо влияние на пазара, за да бъде взета предвид при настоящото дефиниране на пазара, може да е по-подходящо да тя бъде разгледана при последващия анализ за наличие на предприятие със значително въздействие.

Продукт А се счита за взаимозаменяем с продукт Б, ако търсенето на продукт А се увеличи в отговор на увеличението на цената на продукт Б (при равни други условия) – в този случай двата продукта показват положителна кръстосана ценова еластичност на търсенето.

От друга страна, два продукта се допълват, ако увеличаването на цената на единия води до спад в търсенето на другия (при равни други условия), което предполага негативна кръстосана еластичност на търсенето.

Полезна информация при определянето на взаимозаменяеми продукти от гледна точка на търсенето и предлагането

Анализът на характеристиките на продукта и неговото предназначение позволява като първа стъпка да се ограничи областта на изследване на евентуални заместители. Характеристиките на продукта и предназначението обаче са недостатъчни сами по себе си да покажат дали два продукта са взаимозаменяеми от гледна точка на търсенето. Функционалната взаимозаменяемост или сходството в характеристиките може само по себе си да не предоставя достатъчен критерий, тъй като реакцията на потребителите към относителните ценови промени може да бъде обусловена и от други съображения. Обратно, разликите в характеристиките на продукта сами по себе

си не са достатъчни, за да изключат взаимозаменяемостта при търсенето, тъй като това зависи до голяма степен от начина, по който потребителите оценяват различните характеристики.

Това предполага, че следва да се вземат предвид доказателства за наличие на взаимозаменяемост от редица различни източници. Въпреки че използваната информация би се различавала според всеки конкретен случай, има някои доказателства и въпроси, които често са важни⁹.

Кога взаимозаменяемостта е достатъчна?

В рамките на конкурентното право не съществува ясна процедура за определяне кога степента на взаимозаменяемост е достатъчна, за да оправдае преразглеждане на дефиницията за съответен пазар. В икономическия анализ се използва проверка по отношение на малкото, но осезаемо и трайно увеличение на цената (*наричано по-нататък SSNIP или тест на хипотетичния монополист – разгледан по-долу*) и проверката по отношение на пределните загуби¹⁰ или пределната еластичност на търсенето.

Взаимозаменяеми продукти, включени в един и същи пазар, могат да притежават съвсем различни технически характеристики, но все пак да се разглеждат в някои случаи като изпълняващи сходни функции от гледна точка на крайните потребители (например различни продукти биха могли да присъстват на един и същ пазар, тъй като според националните обстоятелства даден сегмент от потребители може да ги разглежда като близки заместители за определени цели – случаят в Австрия: фиксиран и мобилен широколентов достъп до интернет за домашни потребители). Също така, цените на продуктите не следва да бъдат идентични. Например, ако един продукт е с по-ниско качество, потребителите все още могат да преминат към него, ако цената на този с по-високо качество се увеличи, тъй като те вече не считат, че по-високото качество оправдава ценовата разлика.

Най-важното е степента на конкурентен натиск (по отношение на цената), който даден продукт оказва върху друг.

На практика понятията за взаимозаменяемост от страна на търсенето и предлагането обикновено се прилагат в рамките на SSNIP теста, при който взаимозаменяемостта се оценява въз основа на трайни промени в цените. В

⁹ За допълнителна информация вж. „ИЗВЕСТИЕ НА КОМИСИЯТА относно определянето на съответния пазар по смисъла на общностното право на конкуренция“.

¹⁰ Пределната загуба се определя като максималната загуба при продажбите, която може да се задържи в резултат на увеличението на цената, без това да доведе до нерентабилност на това увеличение.

Известието на Комисията относно определянето на съответния пазар, прилагането на SSNIP теста е описано като „експеримент, който постулира хипотетична, малка, непреходна промяна в относимите цени и оценка на вероятните реакции на потребителите по отношение на това увеличение“.

Прилагането на SSNIP теста прави опит да опише реакцията на потребителите на хипотетично малко (5-10%), но трайно увеличение на относителната цена върху продуктите и в изследваните райони¹¹. Ако взаимозаменяемостта е достатъчна, за да направи нерентабилно незначителното увеличение на цените на фона на намалени продажби, в съответния пазар следва да бъдат включвани допълнителни продукти и райони, докато продуктовият и географският пазар се превърнат в такива, при които малкото, постоянно увеличение на относителните цени би било рентабилно. SSNIP тестът показва, че еластичността на търсенето по отношение на собствената цена на конкретния продукт обикновено е решаваща, за да се направи заключение за дефиницията на пазара. Кръстосаната еластичност показва следващите най-добри заместители (т.е. продуктите или услугите, които трябва да бъдат включени на пазара в следващия етап, ако собствената ценова еластичност е достатъчно голяма (или по-голяма) от пределната еластичност).

Тъй като точното прилагане на SSNIP теста въз основа на разкритите или установени потребителски предпочитания обикновено е трудно на практика (или най-малкото базирано на редица предположения), трябва да бъдат разгледани и множество други критерии, като например характеристиките на продукта, (относителните) ценови промени и тяхното въздействие върху потреблението, употребата, потребителското възприятие и установената преди това взаимозаменяемост.

Симетрична взаимозаменяемост срещу асиметрична взаимозаменяемост

В случай на симетрична взаимозаменяемост, ако продукт А е заместител на продукт Б, тогава продукт Б трябва задължително да може да замести продукт А и взаимозаменяемостта между двата продукта да е еднакво силна. С други думи, увеличаването на цената на продукт А ще доведе до увеличаване на търсенето на продукт Б и обратно.

¹¹ НПО следва да вземат под внимание конкурентното ценово равнище на услугите като отправна точка за извършване на SSNIP теста.

Взаимозаменяемостта обаче не е непременно симетрична. Несиметричната¹² взаимозаменяемост описва ситуация, при която заместването между два продукта се извършва само в една посока.

Пример за асиметрична взаимозаменяемост

Потребителите на теснолентови услуги могат да преминат към широколентови услуги в отговор на повишаване на цените на теснолентовите услуги, но обратното може и да не се случи (например тъй като днешните приложения, използвани от крайните потребители, изискват все по-голям капацитет).

Пазарите могат да бъдат асиметрични поради редица причини, като например предпочитанията на потребителите, въвеждането на нови технологии, възможността за ценова дискриминация и позицията на въпросния продукт по веригата на предлагането (т.е. дали представлява ресурс или краен продукт, продаван на потребителите).

В ситуация на асиметрична взаимозаменяемост е важно да се определи целевият продукт, върху който е фокусиран пазарният анализ. Този целеви продукт е **основният продукт, предмет на проучването**, а целевата област е областта, предмет на проучването, в която се предлага основният продукт. Определянето на основния продукт може да зависи от конкретните пазарни условия и от въпросите, които НРО ще засегнат по време на анализа на пазара.

При анализа на асиметрична взаимозаменяемост между фиксираните и мобилните услуги, НРО **следва да започне с определянето на основния продукт**, като се съобразява с условията на националния пазар. Един от възможните критерии, избрани от НРО, може да бъде определянето на основен продукт, при който се смята, че съществуват конкурентни проблеми. Опитът на Европейския съюз и анализът на Европейската комисия¹³ показват, че при пазарите на фиксирани услуги (например фиксиран достъп на дребно,

¹² Пример за определяне на пазара на база асиметрична взаимозаменяемост, при който идентифицираните продукти/услуги бяха определени като принадлежащи към един и същ пазар, е поместен в решението на Европейската комисия от 12 юли 2000 г. по дело COMP/M.2547 – Bayer/Aventis Crop Science, което касае селскостопански продукти за растителна защита. ЕО намери доказателства за заместване на приложението на фунгициди и инсектициди за листна маса и почви с третиране на семената, но не и обратното (от третирането на семена към други приложения).

„(809) Освен това, проучването показва, че е налице заместване на приложението на фунгициди и инсектициди за листна маса и почви с третиране на семената, когато това е възможно, но не и обратното. Разследването не подкрепя аргументите на страните, че земеделските производители ще се върнат към използването на фунгициди или инсектициди, приложени към растението след сеитбата, вместо да засяват предварително обработени семена предвид увеличението на цените. Както беше обсъдено по-горе, третирането на семена ще бъде допълнително одобрено в ЕИП поради по-добрата екологична пригодност в сравнение с традиционните приложения на инсектициди и фунгициди, по-голямата му безопасност за потребителя и по-лесното приложение.“

¹³ РАЗЯСНИТЕЛНАТА БЕЛЕЖКА към Препоръка на Комисията относно съответните пазари на продукти и услуги

ширококолов достъп на дребно при анализиране на пазари 4 и 5) по-често се наблюдават пазарни проблеми, отколкото при тези на мобилни услуги.

Определени са два начина при които да се отчете ефектът от асиметричната взаимозаменяемост в пазарния анализ:

- 1) Отчитане на ефекта от асиметричната взаимозаменяемост на целевия продукт при дефиниране на пазара (практика А);
- 2) Отчитане на ефекта от асиметричната взаимозаменяемост на целевия продукт i) при прилагане теста на трите критерия¹⁴ за определяне на пазари, подлежащи на ex-ante регулиране; ii) при оценката на конкуренцията или iii) при определянето на специфични задължения (практика Б).

Крайният резултат не трябва да бъде повлиян от това дали конкурентните ограничения на асиметричната взаимозаменяемост се разглеждат на етапа на определяне на пазара или на други етапи от пазарния анализ.

Практика А

След определянето на целевия продукт НРО удостоверява, че е налице взаимозаменяемост на целевия продукт с алтернативния(те) продукт(и), но отсъства взаимозаменяемост между алтернативния(те) продукт(и) и целевия продукт. В този случай алтернативният(ите) продукт(и) е (са) включен (и) в един и същи пазар с целевия продукт.

Практика А – включване в един и същи пазар

През септември 2009 г. ANACOM публикува преглед на пазарите на линии под наем на дребно и на едро. При този случай беше установена асиметрична взаимозаменяемост, тъй като приложения SSNIP тест разкри, че операторите биха заменили „традиционните“ линии под наем с Ethernet линии под наем, но не и обратното. Като се има предвид, че традиционните линии под наем: i) са единственият продукт, разглеждан в предишния пазарен анализ; ii) са продуктът, на който са били наложени задължения и iii) са продуктът с по-голям брой линии под наем в общия брой, ANACOM определи този продукт като целеви продукт. Вследствие на това, отчитайки, че традиционните линии под наем са взаимозаменяеми с Ethernet линиите под наем, ANACOM стигна до

¹⁴Трите критерия за ex-ante регулиране, които трябва да бъдат изпълнени кумулативно са: i) значителни и непреходни бариери за навлизане на пазара; ii) пазарът проявява характеристики, показващи липса на тенденция към ефективна конкуренция с течение на времето и iii) ex-post (последващото) прилагане на конкурентното право само по себе си е недостатъчно за регулирането на пазара

заклучението, че и двата продукта трябва да бъдат включени в един и същи пазар.

От друга страна, ако не е налице взаимозаменяемост на целевия продукт с алтернативния(те) продукт(и), а е налице единствено взаимозаменяемост на алтернативния(те) продукт(и) с целевия продукт, алтернативният(ите) продукт(и) не трябва да бъде(ат) включен(и) в пазара.

Практика А – невключване в един и същи пазар

В решението на Комисията от 16 юли 2003 г. (дело COMP/38.233 – Wanadoo Interactive) продуктът, предмет на проучването (целевият продукт), е **високоскоростен достъп до интернет** и въпреки че Комисията приема, че достъпът до нискоскоростен и високоскоростен интернет до известна степен са взаимозаменяеми, тя стига до заключението, че взаимозаменяемостта е изключително асиметрична, т.е. миграцията на потребители от оферти за високоскоростен към оферти за нискоскоростен достъп е незначителна в сравнение с миграцията в обратната посока. Следователно Комисията *„счита, че съответният пазар на услуги, който ще бъде взет предвид при анализа на поведението на Wanadoo Interactive, е пазарът на високоскоростен достъп до интернет за домашни потребители“*.

Практика Б

При този случай НРО не включва целевия продукт и алтернативния(ите) продукт(и) на един и същи пазар, независимо от посоката(ите) на взаимозаменяемост между тях. НРО счита, че алтернативният(ите) продукт(и) принадлежи(ат) към отделен съседен продуктов пазар, упражняващ конкурентен натиск на пазара на целевия продукт. В този случай НРО вземат предвид конкурентния натиск (ако има такъв), упражнен от алтернативния(ите) продукт(и), при прилагането на теста на трите критерия за определяне на пазари, подлежащи на ex-ante регулиране. Също така би било възможно да се отчете ефектът от асиметричната взаимозаменяемост при оценката на конкуренцията на пазара, както и при избора на специфични задължения, които да бъдат наложени. Както тестът на трите критерия, така и оценката на конкуренцията се разглеждат в перспектива и трябва да отчетат тенденциите при ВФМУ за съответния период от време.

Практика Б – асиметрична взаимозаменяемост, недопускаща включването на целеви и алтернативни продукти на един и същи пазар

Във Финландия „FICORA извърши оценка за наличието на взаимозаменяемост между фиксиран достъп и мобилен достъп до гласови услуги, поотделно за сегментите на домашни и бизнес потребители. Накратко, регулаторът установи, че фиксираният достъп на дребно до гласови услуги е напълно взаимозаменяем с услугите за мобилен достъп, но не и обратното. Тоест, липсва двупосочна взаимозаменяемост между тези услуги. В случай, че беше налице малко, но трайно нарастване на цените на услугите за фиксиран достъп на дребно, абонатите на фиксирани услуги щяха да преминат към абонаменти за мобилни телефонни услуги. Ако обаче беше налице малко, но трайно нарастване на цените на мобилните услуги за достъп на дребно, мобилните абонати нямаше да преминат към абонаменти за фиксирани телефонни услуги. В този случай FICORA счете, че несиметричната взаимозаменяемост води до определянето на два отделни пазара: пазарът на **мобилен достъп на дребно представлява отделен съседен продуктов пазар, който упражнява конкурентен натиск върху предприятията на пазара за фиксиран достъп**“.

След което FICORA потвърди, че пазарът на фиксиран достъп не покрива кумулативно трите критерия за ex-ante регулиране. Вследствие на това FICORA предложи да се оттеглят съществуващите заключения за наличие на предприятие със значително въздействие на съответните пазари на фиксирани услуги.

Като цяло информацията, отнасяща се до анализа на асиметричната взаимозаменяемост, е същата като при симетричната. В случаите на асиметрична взаимозаменяемост обаче може да е по-важно НРО да съберат информация, която да обясни причината за наличието на асиметрична взаимозаменяемост (защо крайните потребители преминават от продукт А към продукт Б и не преминават от продукт Б към продукт А?). Например, отчитайки асиметричната взаимозаменяемост между фиксираните и мобилните услуги, може да е относимо да се анализира подробно дали мобилните потребители оценяват характеристиката мобилност, така че да не желаят да преминат към фиксирани услуги.

4. НАЛИЧИЕ НА ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТ МЕЖДУ ФИКСИРАНИ И МОБИЛНИ УСЛУГИ

За да се направи първи преглед на възможните тенденции на ВФМУ в Европа, беше направен предварителен количествен анализ въз основа на наличните данни. Данните, публикувани от Европейската комисия в документите: Implementation Report (доклад за напредъка в развитието на пазара на електронни съобщения в Европейския съюз), Digital Agenda Scoreboard^{15,16} и Проучването „E-communication Household Survey (Проучване на електронните съобщения в домакинствата)¹⁷ представят показатели, които са от значение за предварителния анализ на ВФМУ.

Въпреки това степента на ВФМУ и влиянието ѝ върху анализа на пазара изисква задълбочена оценка на националните особености във всяка държава. Следователно тенденциите, които могат да бъдат извлечени от общата информация, трябва да се разглеждат внимателно и то само илюстративно. За да се оцени точно степента на ВФМУ е необходим анализ на всеки отделен случай за всеки отделен национален пазар.

Наличната информация е насочена предимно към гласовите и ширококоловите пазари на дребно за домашни потребители. Следователно предварителният анализ, извършен в настоящия раздел, е насочен единствено към пазарите на дребно за домашни потребители. Тези тенденции може да не бъдат същите за пазарите на дребно за бизнес потребители.

Въпреки че развитието на пакетните услуги разми границите между гласовите и ширококоловите пазари на дребно, наличието на ВФМУ ще бъде разгледано отделно при гласовите и при ширококоловите услуги.

4.1. Тенденции при ВФМУ – Гласови услуги

4.1.1.Общо състояние

Както беше посочено в 15-ия доклад на Европейската комисия (15-th Implementation Report), на равнище ЕС 27, фиксираните гласови телефонни услуги бележат спад както по отношение на приходите, така и по отношение на обема. Традиционните фиксирани гласови телефонни услуги все повече се заменят от гласови услуги чрез ширококолов достъп, а също и от мобилни такива.

¹⁵http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/scoreboard/index_en.htm

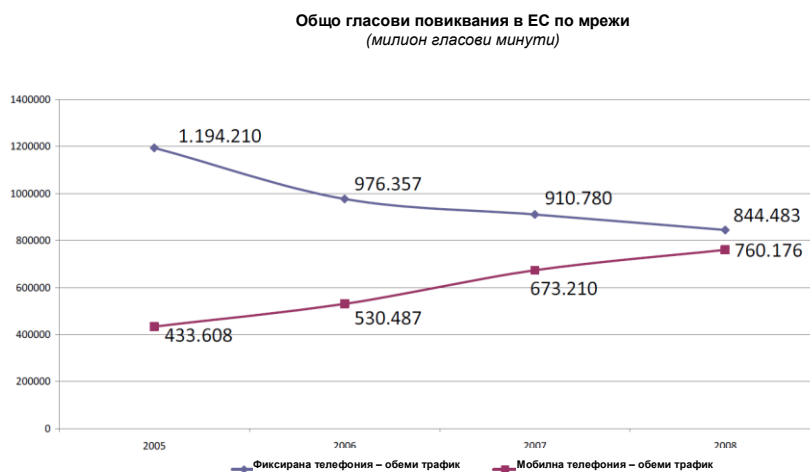
¹⁶http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/scoreboard/docs/pillar/electronic_communications.pdf

¹⁷http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/scoreboard/docs/pillar/studies/eb_ecomm/final_reports/reporteb751sp362infoecommunications_en_final.pdf

Взаимозаменяемостта между фиксираните и мобилните гласови услуги може да се разглежда по отношение на повикванията и достъпа.

Повиквания

Общият брой на гласовите повиквания (в минути), генерирани от фиксиран достъп, отбелязва спад в периода от 2005 г. до 2008 г., докато от мобилен достъп за същия период отбелязва ръст. Това би могло да демонстрира на европейско равнище определена тенденция за ВФМУ с течение на времето по отношение на повикванията. Въпреки това, както може да се види от графиката по-долу, темповете на намаление на обема на фиксирания гласов трафик и съответното увеличение на дела на мобилния спрямо общия трафик, значително се забавиха между 2008 г. и 2009 г.¹⁸, което предполага възможно изравняване в тази тенденция. Тъй като много други фактори са свързани с увеличаването/намаляването на фиксирания или мобилния гласов трафик¹⁹, този базов анализ не е достатъчен, за да се стигне до заключение. За последното е необходим анализ, основан на подробни национални данни.



Източник: Европейска комисия
Доклад за напредъка на единния европейски пазар на електронни съобщения през 2009 г.
(15-и доклад)

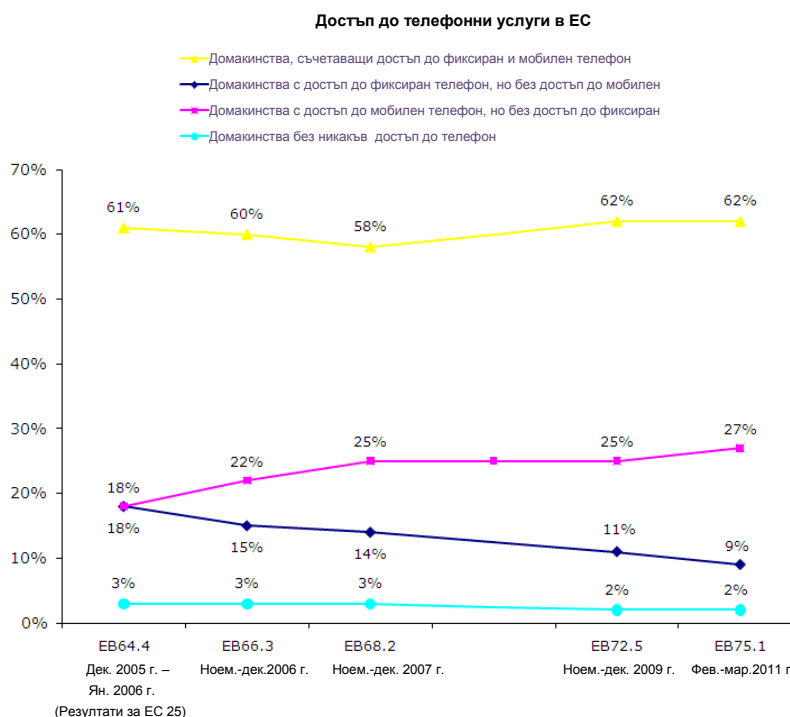
Достъп до гласови услуги

Данните от Проучването за електронните съобщения в домакинствата показват, че макар делът на домакинствата, използващи само мобилни услуги да се е увеличил, а този на домакинствата, използващи само фиксиран достъп да е

¹⁸ През 2009 г. делът на мобилния трафик (51,6%) надвишава за пръв път дела на фиксирания трафик (48,4%) – Източник: Програма в областта на цифровите технологии, 2011 г.

¹⁹ Забележка – Други параметри могат да обяснят намаляването на общия брой гласови повиквания, генерирани от фиксиран достъп. Например част от гласовия трафик, генериран от фиксиран достъп, не се отчита, като например Скайп.

намалял, използването и на двата вида достъп (достъп до фиксирани и мобилни услуги) все още е най-често наблюдаван (при 62% от домакинствата) и не бележи спад.



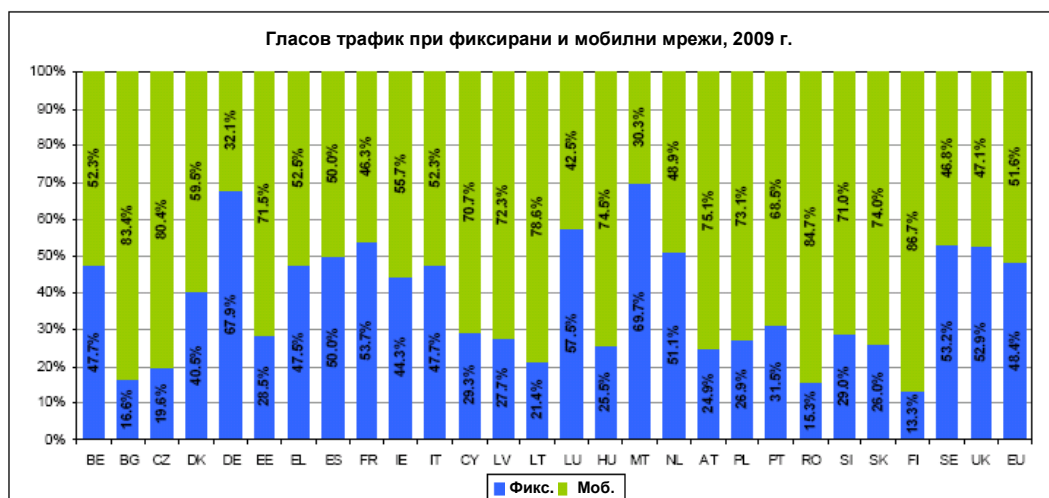
Източник: Проучване за електронните съобщения в домакинствата (юли 2011 г.)

Въз основа на тази обща информация се оказва, че като цяло фиксираният и мобилният достъп се считат за взаимно допълващи се услуги (а не като взаимозаменяеми). Още веднъж обаче, следва да се отбележи, че е необходимо да се вземат под внимание и други фактори и за да се стигне до заключение е необходимо да се извърши анализ, основаващ се на подробни национални данни.

4.1.2. Силно разнородна картина

При разглеждането на всяка държава поотделно общата картина е силно разнородна.

Повиквания



Източник: Европейска комисия
Показатели на пазара на електронни съобщения – програма в областта на цифровите технологии 2011 г.

Горната графика показва, че в държави като Австрия, България, Чехия, Литва, Румъния и Финландия повече от 75% от изходящия гласов трафик произхожда от мобилни мрежи. За тези държави, в които покритието и разпространението на фиксираната мрежа е било преди това високо, е възможно обажданията, които „исторически“ произхождат от фиксирани мрежи, сега да са генерирани от мобилни мрежи. Може обаче в държави, където използването на мобилните мрежи е стартирало при липса на пълно покритие и разпространение на фиксирани мрежи, мобилният гласов трафик да представлява нов източник на търсене на пазара (например за тези, които преди това не са разполагали с достъп до фиксирани гласови услуги). Следователно, в някои случаи, нарастването на обема на мобилния трафик не е задължително да произтича от ВФМУ, а по-скоро от предоставянето на услуги чрез мобилни мрежи в неизползваната или недостъпната част от пазара.

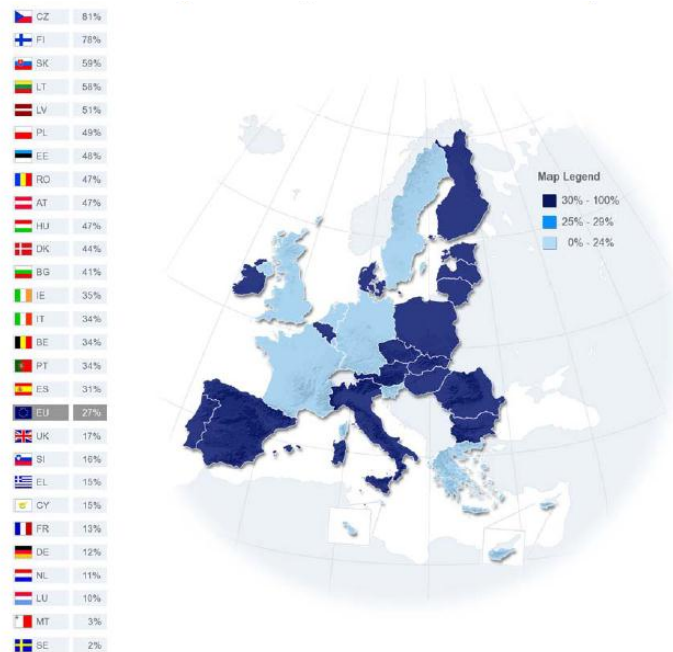
Достъп до гласови услуги

Според „Проучването за електронните съобщения в домакинствата от 2011 г.“ броят на домакинствата, които имат един или повече мобилни телефони, е доста висок и еднороден – от 82% до 96% (средно 89%) в цяла Европа. От друга страна, проникването на фиксирани гласови услуги е изключително разнородно: в държави като Швеция²⁰, Нидерландия (89%) и Франция (87%), фиксираният

²⁰ Забележка: Резултатите от E-communications household survey показват, че процентът на домакинствата с фиксиран телефонен достъп в Швеция е 98%. Тази цифра не съответства на оценката, направена от PTS през

достъп е много висок, докато в Чехия такъв достъп ползват не повече от 17% от домакинствата. Такава разнородност се наблюдава също по отношение на домакинствата, използващи само мобилни услуги (от 2% до 81% – *вж. графиката по-долу*) и тези, които ползват както мобилни, така и фиксирани услуги (от 15% до 94%).

Домакинства с достъп до мобилна телефонна услуга, но без достъп до фиксирана



Източник – Проучване за електронните съобщения в домакинствата (2011 г.)

Въз основа на това наблюдение взаимозаменяемостта на фиксирани с мобилни гласови услуги следва да се преценява за всеки отделен случай.

Без да се навлиза в подробности според случая, могат да се определят два крайни модела:

- а- Държави с ниско и намаляващо проникване на фиксирани гласови услуги, компенсирани от увеличаващия се брой домакинства, използващи само мобилни услуги (Чешка република, Финландия ... *вж. Приложение 1*).
- б- Държави с високо и стабилно (или нарастващо) проникване на фиксирани гласови услуги и наличие на голяма част от домакинствата с двоен достъп (Франция, Холандия ... *вж. Приложение 1*).

Въз основа на информацията, представена в приложение 1 (и без да се засяга необходимостта от анализ на национално ниво), може да се очаква тенденция

2010 г. (82%). Тази разлика може да бъде частично обяснена с помощта на различни методологии. Данните за Швеция, събрани от E-communications household survey, все пак трябва да се считат за ненадеждни.

към увеличаване степента на взаимозаменяемост на фиксирания с мобилния гласов достъп за „държави от тип а“ при равни други условия (*въпреки това Приложение 2 предоставя преглед на други възможни фактори, които биха могли да повлияят на тази тенденция*), докато фиксираният и мобилният достъп изглеждат взаимодопълващи се (а не взаимозаменяеми) в „държавите от тип б“. Необходимо е още веднъж да се подчертае, че трябва да бъдат взети под внимание и други фактори, както и данни, базирани на проучване в национален мащаб, за да се стигне до заключение.

ВФМУ може да се наблюдава и при разглеждане на причините, поради които домакинствата не разполагат с фиксирани телефонни линии в домовете си. Този показател от „Проучването за електронните съобщения в домакинствата от 2010 г.“ показва, че първата причина е *„Един или повече членове на семейството има мобилен телефон, който обслужва нуждите на домакинството“* (39%). Не е изненадващо, че тази причина се споменава особено в държави като Чешката република (60%, + 5%²¹) или Финландия (74%, + 21%). Това също така може да е важно в държави като Швеция (57%, + 42%), където проникването на фиксирани линии е все още високо и стабилно, което показва, че взаимозаменяемостта на фиксиран с мобилен достъп може да е от значение за някои от жителите на държави, където не се наблюдава значителна степен на ВФМУ.

Въз основа на наличните данни, в Приложение 2 е разработен първият анализ на параметрите, които могат да окажат въздействие върху тенденцията към ВФМУ.

4.2. Тенденции при ВФМУ – Услуги за данни

4.2.1.Общо състояние

Гласовите услуги вече са почти универсални в цяла Европа. Обратно, услугите за данни са относително нови и пазарът не е толкова добре развит.

Достъпът до интернет се увеличава като цяло²², увеличава се проникването на фиксирани широколентови услуги²³, увеличава се проникването на мобилни

²¹ Тази цифра се отнася до промяната на процентните пунктове от четвъртото тримесечие на 2009 г. до първото тримесечие на 2011 г.

²² Общият достъп до Интернет се увеличи с 5 процентни пункта между четвъртото тримесечие на 2009 г. и първото тримесечие на 2011 г. (достигайки 62% през първото тримесечие на 2011 г.) – Европа (E-communications household survey от 2011 г.)

²³ Програма в областта на цифровите технологии (ЕС 27): разпространението на фиксирани широколентови услуги е 20,2 линии от 100 през 2007 г. и 26,6 линии от 100 през 2010 г.

ширококоловни услуги²⁴, предназначено за услуги за пренос на данни и се увеличава значително процентът на населението, осъществило достъп до интернет чрез 3G мобилен телефон²⁵.

Освен това, трафикът на данни също нараства значително, както при фиксирани, така и при мобилни мрежи²⁶.

Тъй като пазарите на фиксирани и мобилни услуги се разрастват, търсенето на индикации за наличието на ВФМУ на европейско равнище е сложно. Все пак, най-малкото може да се каже, че проникването и развитието на мобилни ширококоловни услуги нараства по-бързо от това на фиксирани ширококоловни услуги. Освен това докладът в областта на цифровите технологии за 2011 г. показва, че ръстът на фиксирания ширококоловен достъп през 2010 г. е най-ниският от 2003 г. насам.

Данните за четвъртото тримесечие на 2009 г. от „Проучването за електронните съобщения в домакинствата“ показва, че 4% от домакинствата с достъп до Интернет използват само мобилни мрежи за достъп²⁷. Повечето (85%) от тези, които използват само мобилна мрежа, за да получат достъп до интернет смятат, че това отговаря на нуждите на всички в домакинството. За тези домакинства, които според „Проучването за електронните съобщения в домакинствата“ все още представляват сравнително ограничен сегмент, мобилният достъп до интернет може потенциално да се разглежда като взаимозаменяем на фиксирания.

Въпреки това, както беше посочено по-горе, някои от домакинствата, използващи само мобилни мрежи могат да представляват нов източник на търсене на пазара, тъй като за тях мобилният интернет удовлетворява конкретна нужда.

Важно е също да се отбележи, че технологичното развитие – напр. разпространението на LTE и FTTx – биха могли да повлияят на тенденцията в използването на фиксирани и мобилни услуги. Друг фактор, който би могъл да повлияе на тенденцията в бъдеще, е търсенето от страна на крайните потребители на нови устройства като смартфони.

²⁴ Digital agenda scoreboard (EU27): разпространението на мобилни ширококоловни услуги (самостоятелни услуги за достъп чрез карти за данни/модеми/ключове) е 2,8 линии от 100 през 2008 г. и 7,2 линии от 100 през 2010 г.

²⁵ Таблица с резултати от Digital agenda scoreboard (EU27): 2.8% от населението е осъществило достъп до интернет през 3G мобилен телефон през 2008 г. – 7.4% през 2010 г.

²⁶ Визуален мрежов индекс на Cisco (февруари 2011 г.): Глобалният мобилен трафик на данни нарасна 2,6 пъти през 2010 г., като стойностите нарастват близо три пъти за трета поредна година.

²⁷ E-communications household survey (2010) – „Повечето домакинства (шест от десет) се свързват към мобилната мрежа чрез интернет карта или USB модем, който е включен в компютъра. Една трета се свързват чрез мобилен телефон и само един от всеки седем използва компютър, свързан към интернет чрез мобилен телефон.“

4.2.2. Национални различия

Широколентов достъп

Както и при гласовите услуги, тенденцията за взаимозаменяемост между фиксираните и мобилните услуги за данни може да се различава значително в зависимост от разглежданата държава. Без да се засяга конкретен анализ на конкретна държава, тези национални различия могат да бъдат причинени от:

- различни нива на приемане на мобилните широколентови услуги;
- различен процент на домакинства, използващи само мобилни услуги сред домакинствата, използващи интернет.

Използването на мобилната телефонна мрежа (чрез карти за данни или USB модем, включен в компютъра или компютър, свързан към интернет чрез мобилен телефон или директно чрез самия мобилен телефон), за връзка с интернет в домашни условия бележи увеличение от зимата на 2009 г. (+3 процентни пункта)²⁸. Този вид достъп е най-често срещан във Финландия, където около три от десет домакинства ползват такъв достъп до интернет (29%). Обратно, в Белгия (3%), Франция (3%), Люксембург (3%) и Малта (3%) такъв тип потребление е сравнително нисък (вж. Приложение 1).

Както беше посочено по-горе, броят на домакинствата, използващи само мобилни данни, не е голям (средно – 4%²⁹). Този процент обаче вече е близо до или дори по-висок от 10% през четвъртото тримесечие на 2009 г. в няколко държави като Финландия (9%), Ирландия (11%), Австрия (12%), Португалия (11%) и Словакия (14%).

Тези няколко общи цифри сочат, че в държави като Австрия и Финландия може да има признаци на ВФМУ за данни. Други фактори обаче (като тези, обсъдени в Раздел 6 от доклада) също трябва да се вземат под внимание при достигане до заключение. Тази първа картина също показва, че ВФМУ може да се локализира сред конкретни групи в рамките на една държава.

²⁸ Източник – E-communications household survey (2011).

Забележка: „изследването обръща внимание на два различни въпроса относно мобилните интернет връзки. От една страна резултатите, представени в тази глава относно използването на мобилната телефонна мрежа за свързване с интернет в домашни условия, а от друга страна, мобилните абонamenti, позволяващи свързване с интернет. Това не се дължи на обстоятелството, че хората разполагат с мобилен телефон, който им позволява да използват интернет, а че използват основно това устройство, за връзка с интернет, когато са въщи.“

²⁹ Източник – E-communications household survey (2010). Повечето домакинства (шест от десет) се свързват към мобилната мрежа чрез карта за данни или USB модем, който е включен в компютъра. Една трета се свързват чрез мобилен телефон и само един от всеки седем използва компютър, свързан към интернет чрез мобилен телефон.

Използване на широколентови услуги

При услугите за пренос на данни е възможно да се анализира използването на фиксирани и мобилни услуги, като се изследва средният трафик (в GB за достъп) във фиксирани и мобилни мрежи. Трудно е обаче да се получи ясна представа за това, тъй като този показател обикновено не се следи, особено във фиксираните мрежи.

Преди да се сравнява широколентовият трафик при мобилен и при фиксиран достъп, трябва да се обособят два типа мобилен достъп: мобилен трафик, генериран от всички устройства, и мобилен трафик, генериран само от карти за данни. Достъпът чрез карти за данни може потенциално да се разглежда като взаимозаменяем на фиксирания широколентов достъп, но достъпът чрез смартфони изглежда, че удовлетворява по-специфични нужди. По отношение на средния трафик на достъп е вероятно трафикът, генериран чрез донгли/карти за данни да е много по-голям от трафика, генериран от смартфони³⁰. По този начин сравнението между фиксиран и мобилен широколентов трафик вероятно ще доведе до много различни резултати в зависимост от разглежданите мобилни устройства (всички устройства, карти за данни, смартфони, таблети ...).

BNetzA е изчислил, че през 2010 г. в Германия използваният, чрез мобилен достъп (всички устройства), широколентов трафик е възлизал на 3,2 GB на достъп, а чрез фиксиран достъп - на 125 GB на достъп. За Португалия ANACOM е изчислил, че средният обем широколентов трафик, генериран от 3G донгъл/карти за данни, е 2,2 GB, докато за фиксиран достъп (средно месечно през второто тримесечие на 2011 г.) е 27,3 GB. Тези няколко цифри, събрани с въпросник, са прекалено изолирани, за да предложат точен анализ. Въпреки това те показват, че използването на широколентови услуги понякога е по-слабо при мобилния широколентов достъп, отколкото при фиксирания. Ако мобилният и фиксираният широколентов достъп бяха близки заместители, те би трябвало да имат сходни обеми на потребения трафик.

В Приложение 2 е разработен първият анализ на параметрите, които могат да окажат въздействие върху тенденцията при ВФМУ, въз основа на наличните данни.

³⁰ За Италия например, AGCOM съобщава, че средното потребление на трафик през първото тримесечие на 2011 г. е 2,39 GB чрез мобилен достъп (включително донгли/карти за данни), като при 3G донгли/карти за данни би бил 6,59 GB. Подобна ситуация се наблюдава в Обединеното кралство. В изследване по отношение на терминирането на повиквания в мобилни мрежи (март 2011 г.) примерните допускания бяха 38 MB трафик на месец за 3G телефон през 2010/11 г. и 1050 MB трафик на месец за донгъл.

5. ВФМУ И ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ПАЗАРА ОТ НРО

5.1. Практика и заключения

В предходната част бе отбелязано, че са налице признаци за ВФМУ при някои услуги в някои европейски държави. Съществуването на ВФМУ ни води до въпроса дали фиксираните и мобилните услуги могат да „принадлежат“ към един и същи пазар. Настоящият раздел разглежда как НРО са анализирали възможността фиксирани и мобилни услуги да принадлежат към един и същ пазар. Целта също така е да се определят източниците, използвани за събиране на необходимата информация за извършване на анализа на взаимозаменяемостта.

Както бе споменато във въведението, ОЕПЕС разпространи въпросник до НРО за събиране на информация по въпроса относно ВФМУ при определянето на пазара. Представените в този раздел доказателства и заключения се основават на отговорите на този въпросник³¹.

По-голямата част от НРО вече са извършили оценка дали конкретна фиксирана и мобилна услуга е принадлежала към един и същ пазар за гласови и/или широколентови услуги. 88% от НРО, които извършват пазарни анализи, вече са анализирали, поне веднъж, възможността за интегрирането на мобилни и фиксирани услуги на един и същ пазар (на пазарите на дребно или на едро)³².

НРО са анализирали възможното включване на фиксирани и мобилни услуги в един пазар **както на пазарите на дребно, така и на пазарите на едро**. Резултатите от въпросника показват, че 21 от 22-те НРО, които са анализирали вероятността фиксираните и мобилните услуги да принадлежат към един и същи пазар, са извършили това при анализа на пазарите на дребно, докато 17 от 22-те НРО са извършили анализа в рамките на пазарите на едро. Някои от НРО отбелязват, че анализът на пазара на едро е последица от съществуването на ВФМУ на равнище на дребно, което оказва натиск върху пазара на едро, а не като последица от директната взаимозаменяемост на пазара на едро³³.

Резултатите показват, че НРО поставят под въпрос възможната интеграция на фиксирани и мобилни услуги, както на ниво на дребно, така и на ниво на едро, в

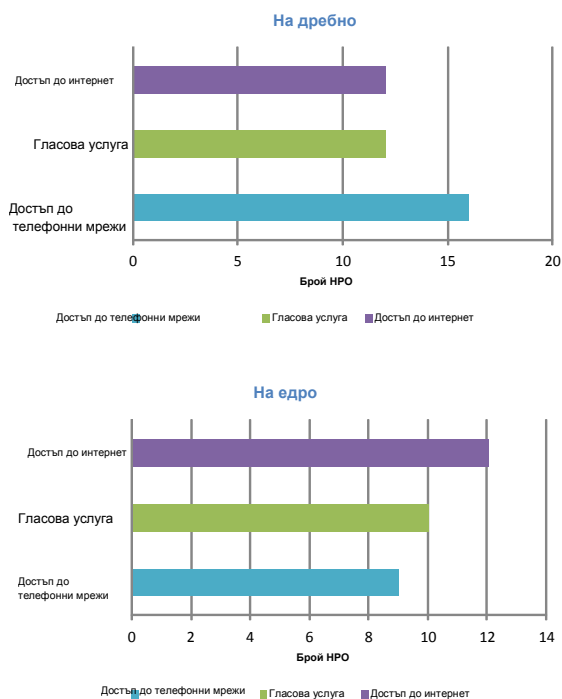
³¹ А именно на раздели 1 (въпроси 1 до 5), 2 и 3 от въпросника.

³² Както беше посочено във Въведението, 26 НРО отговориха на въпросника.

³³ ОЕПЕС вече е разглеждал този въпрос в своя Доклад относно вътрешните доставки – BoR (10) 09: „Фирма, предоставяща ресурси на ниво търговия на едро, може да бъде подложена на „пряк“ натиск на това ниво от други фирми, работещи на същото ниво. Евантуално тази фирма може да претърпи непряк натиск от „потребителите на конкурентите ѝ“, т.е. може да бъде предмет на непряк натиск от конкуренцията, която съществува на ниво търговия на дребно“.

следните области: достъп до телефонни мрежи, гласови услуги и услуги, свързани с достъп до интернет³⁴.

Фигура 1. На кои пазари анализирахте възможното включване на мобилни и фиксирани услуги в рамките на един и същи пазар?



Въпреки че НРО често повдигат въпроса по отношение на включването на фиксираните и мобилните услуги в един пазар, доста рядко стигат до заключението, че и двата вида услуги принадлежат към един и същ пазар: Само RTR (Австрия) определя два пазара на дребно, включващи фиксирани и мобилни услуги (национални разговори за домашни потребители³⁵ и широколентов достъп за домашни потребители).

Според RTR основните причини за включването на фиксираните и мобилните услуги в един пазар са високата еластичност на търсенето на фиксираните услуги и промяната на цените и потреблението, наблюдавани на пазарите на разглежданите услуги.

Основните причини, посочени от НРО, поради които фиксираните и мобилните услуги не са включени на един и същи пазар на дребно, са както следва:

- наличието на различни характеристики при офертите за фиксираните и мобилните услуги;

³⁴ Получените отговори бяха групирани според услугите.

³⁵ АТ-2009-0881.

- наличието на различни цени при офертите за фиксираните и мобилните услуги;
- офертите за фиксирани услуги не позволяват мобилност при използването на услугите;
- наличието на различни предпочитания и различни модели на потребление от страна на потребителите на фиксирани и на мобилни услуги; както и
- фиксираните и мобилните услуги се възприемат по-скоро като взаимодопълващи се, отколкото като взаимозаменяеми³⁶.

Основните причини, поради които фиксираните и мобилните услуги не са включени на един и същи пазар **на едро**, са както следва:

- различните характеристики при офертите за фиксираните и мобилните услуги на дребно;
- недостатъчният непряк конкурентен натиск на ниво услуги на едро, породен от взаимозаменяемостта на дребно; както и
- липсата на пряка взаимозаменяемост на ниво услуги на едро.

Възможно е да се заключи, че основните причини, поради които фиксираните и мобилните услуги не са включени на един и същи пазар, са най-вече свързани с факторите на пазара на дребно, а именно различните характеристики на офертите за фиксираните и мобилните услуги, различните модели на използване на фиксираните и мобилните услуги и, по отношение на пазара на едро - недостатъчният непряк конкурентен натиск между фиксираните и мобилните услуги.

Фигура 2. Какви бяха основните причини, за да се стигне до заключението, че на пазара липсва взаимозаменяемост?



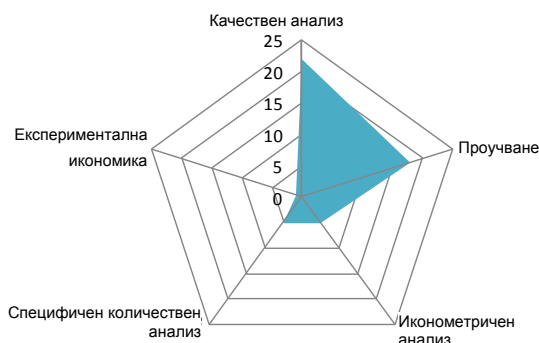
³⁶ НРО споменават и други причини за недостатъчната степен на взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни услуги: различно покритие на фиксирани и мобилни услуги, пазарна структура, която поддържа оферти на взаимодопълващи се, а не взаимозаменяеми услуги, наличие на асиметрична и несиметрична взаимозаменяемост (преминаване на потребителя от фиксирана към мобилна услуга, но не и от мобилна към фиксирана), ниски равнища на подобна замяна или намерения за замяна на фиксирани с мобилни услуги и т.н.

5 НРО отбелязаха, че дори когато стигат до заключението, че фиксираните и мобилните услуги не принадлежат към един и същи пазар, съществуват ситуации, при които наличието на ВФМУ е оказало въздействие на заключенията им относно анализа на наличие на предприятие със значително въздействие на пазара или налагането на задължения на пазарите. Така че наличието на ВФМУ може да засегне не само дефиницията на пазара, но и други етапи на пазарния анализ. Ще разгледаме това накратко в Раздел 7.

5.2. Вид анализ и източници на информация

Въпросникът разкрива, че НРО са склонни да използват качествен подход при извършване на ВФМУ анализа³⁷. Повечето НРО също разчитаха на резултатите от проучванията относно съответните пазари и услуги. Много по-рядко се използва иконометричен анализ³⁸ и специфичен количествен анализ. Само един НРО е отбелязал, че използва анализ, основаващ се на експериментална икономика.

Фигура 3. Какъв тип анализ сте извършили при анализиране на евентуалното включване на фиксирани и мобилни услуги на един и същи пазар на едро/дребно?



При извършването на този вид анализ най-често използваният източник на информация са операторите, действащи на пазарите. 91% от националните регулаторни органи, извършващи анализ на ВФМУ, са събрали информацията от предприятието със значително въздействие върху пазара/историческото предприятие, а 86% от НРО са събрали информацията от алтернативни оператори. Също така е много разпространено използването на наличната информация от публични източници (преса, изследвания, обща статистика и др.) – 86% от НРО са използвали тези информационни източници.

³⁷ В настоящия качествен анализ НРО могат да използват наличната количествена информация. Например при извършване на проверката по отношение на SSNIP НРО могат да вземат под внимание количествена информация (напр. цените на различните оферти и нарастването на броя на достъпите), докато извършват качествен анализ за реакцията на потребителите при 10% увеличение на цената на конкретна оферта без да достигат до количествени изводи относно еластичността на търсенето или критичната еластичност на офертите.

³⁸ Както вече споменахме, позоваването на качествен анализ включва използването на количествен анализ.

Както бе споменато по-горе, използването на проучвания също е разпространен метод за събиране на информация от страна на НРО. 68% от НРО са събрали информация, използвайки наличните проучвания, а 64% са разработили специфични проучвания, за да изследват наличието на взаимозаменяемост между мобилни и фиксирани услуги. НРО събират и информация от други пазарни субекти (27%) и други НРО (9%).

Фигура 4. Какви информационни източници взехте предвид при анализа на евентуалното включване на фиксирани и мобилни услуги на един и същи пазар на едро/дребно?



НРО използват много допълнителни източници на информация и видове анализи, за да решат дали мобилните и фиксираните услуги трябва да бъдат включени в един и същи пазар. ОЕРЕС смята, че тези различни допълнителни начини за „разглеждане“ на пазарите могат да бъдат положителни. В този процес НРО следва да бъдат наясно с предимствата и недостатъците³⁹ на всеки вид анализ, който използват и при необходимост НРО следва да използват допълнителни източници на информация с цел постигане на по-задълбочен анализ. Най-важното по отношение на информацията и анализа обаче е те да бъдат точни и представителни по отношение на реалните конкурентни условия, съществуващи на пазара. Тази реална картина на пазарите ще бъде от съществено значение за НРО при определяне на подходящата и най-ефективна регулаторна среда.

6. ИНФОРМАЦИЯ ЗА АНАЛИЗ НА ВФМУ

Настоящият раздел анализира различните видове информация, които НРО могат да използват при оценка принадлежността на фиксираните и мобилните услуги

³⁹ Например Експертната група на Групата на независимите регулатори (IRG), която анализира фаза II на пазара за ширококолов достъп на едро в Австрия, счита, че: „резултатите от анкетите сред потребителите, макар и полезни, трябва да се използват внимателно. Експертната група отбелязва, че често има голяма и измерима разлика между заявеното предпочитание в проучването/въпросника и действителното или разкритото предпочитание при анализиране на реалните избори. От особено значение е отговорът на потребителя на естествен експеримент от типа SSNIP въз основа на обстоятелството, че потребителят всъщност възприема относителната промяна на цените (която може да възникне на пазар като обсъждания, когато цените спадат с различни темпове). При анкетите сред потребителите не са повдигнати такива въпроси“.

към един и същ пазар. Анализът се съсредоточава върху анализа на взаимозаменяемостта, извършен на пазарите за гласови и широколентови услуги на дребно.

При извършването на пазарен анализ е важно да се разгледат минали, настоящи и възможни бъдещи тенденции (в рамките на определен период от време) в анализираната информация.

С въпросника относно ВФМУ националните регулаторни органи бяха запитани кои от следните видове информация са от значение за оценката на ВФМУ:

- Различия в характеристиките между офертите за фиксирани и мобилни услуги;
- Структура и стратегия на пазара;
- Анализ на пакетни услуги;
- Сравнение на броя достъпи;
- Оценка на евентуалното използване на телевизионни услуги в мобилни мрежи;
- Съществуваща и потенциална взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни мрежи;
- Различия в крайните устройства;
- Различия в характеристиките на крайния потребител или различия при използването на услугите;
- Наличие на промоционални програми за конкретни мрежи/услуги;
- Специфични въпроси относно предлагането;
- Удовлетвореност на крайния потребител;

Националните регулаторни органи трябваше да преценят дали всеки вид информация е:

- Неприложим;
- От значение за оценката на ВФМУ, но не и ключов параметър на национално ниво; или
- От значение за оценката ВФМУ и е ключов параметър на национално ниво.

Следващите цифри обобщават броя на НРО, които разглеждат всеки вид информация като ключов параметър на национално ниво по отношение на широколентовия достъп и гласовите услуги.

Фигура 5. Брой НРО, които оценяват информацията като ключов параметър на национално ниво за анализа на ВФМУ по отношение на ширококоловите услуги



Фигура 6. Брой НРО, които оценяват информацията като ключов параметър на национално ниво за анализа на ВФМУ по отношение на гласовите услуги



Националните регулаторни органи трябва да посочат дали вече са използвали всеки от видовете информация при определянето на пазара на дребно⁴⁰.

В някои случаи ОЕРЕС представя примери за това как информацията се разглежда от НРО при анализа на ВФМУ. Същата информация може да бъде анализирана от други НРО, което води до различни изводи поради наличието на различни национални особености.

В края на настоящия раздел ОЕРЕС ще разгледа накратко основните разлики между извършването на анализ на ВФМУ между гласовите и ширококоловите услуги, както и на ниво услуги на дребно и на едро.

⁴⁰ Някои НРО могат да сметат информацията за приложима или дори значим и ключов параметър, но да не са я използвали при пазарния анализ, тъй като при извършването му тя не е била налична или по това време не е имала отношение към анализа.

6.1. Различие в характеристиките на офертите между фиксирани и мобилни услуги

Когато НРО анализират кои услуги да се включат в обхвата на съответен пазар, те трябва да разгледат (наред с другата информация) характеристиките на услугите. Този анализ ще помогне на НРО да определят дали разглежданите услуги са в състояние да задоволят едни и същи нужди и ако това е така, дали това става по сходен начин.

При разглеждането на характеристиките на офертите за фиксирани и мобилни услуги НРО трябва да отчитат както настоящите условия (например цена, скорост и качество на услугата), така и потенциалните бъдещи условия, които биха могли да се превърнат в преобладаващи за съответния период на извършване на анализа.

При оценката на наличието на ВФМУ може да е важно да се вземе предвид и възможното въздействие на миграцията от фиксирани към мобилни мрежи (и обратно) върху ефективността на мрежата⁴¹.

Казано по-просто, колкото по-голяма е разликата в характеристиките между офертите за фиксирани и за мобилните услуги, толкова по-малка е потенциалната взаимозаменяемост между тях.

Въпреки това наличието или липсата на различия между офертите не е единственият въпрос, който НРО следва да разгледат. Например:

- Наличието на някои различия между офертите, които правят дадена услуга по-малко взаимозаменяема, не изключва наличието на други разлики, които могат да имат противоположно влияние върху взаимозаменяемостта. Например, цената на оферта А е по-висока от цената на оферта Б. Но входящият капацитет при оферта А също така може да бъде по-висок от входящия капацитет при оферта Б. Така че, въпреки наличието на разлики между офертите, те все пак могат да бъдат заместими; както и
- Някои от разликите между офертите може да не са относими към определени потребители. Например това може да се дължи на факта, че предпочитанията на крайния потребител и моделите на потребление

⁴¹ Например, при наличието на голяма миграция от фиксирани широколентови към мобилни широколентови услуги, има вероятност това да се отрази отрицателно на качеството и скоростта на мобилните широколентови услуги (повече потребители биха споделяли капацитета на една и съща антена или базова станция по едно и също време). В този случай стимулите на крайния потребител да замени услугите биха могли да се променят.

правят разликите несъществени (т.е. крайният потребител не се интересува от тях⁴²).

Резултати от въпросника

Въпросникът показва, че повечето НРО считат, че анализът на разликата в характеристиките на офертите за фиксирани и мобилни услуги е от значение при оценката на ВФМУ. По-голямата част от НРО считат също, че при този анализ е важно да се отчитат националните условия. Почти всички НРО заявяват, че вече са взели предвид разликите между офертите за фиксирани и мобилни услуги при определянето на пазарите на дребно за широколентови и гласови услуги.

НРО считат, че най-важните точки на анализа на разликите между офертите за фиксирани и мобилни широколентови услуги са: цената, скоростта и наличието на ограничения при използването на услугите (ограничения по отношение на трафика). Що се отнася до офертите за гласови услуги, най-важните характеристики на офертата, които трябва да се имат предвид, са цените и ценовата структура.

Пазар за широколентов достъп на дребно – Австрия

RTR установи, че при услугата „достъп до интернет“ скоростта е важна движеща сила на конкуренцията и че мобилният достъп осигурява средно по-ниска скорост в сравнение с фиксирания. RTR също потвърди, че средната цена за мобилния достъп до интернет е по-ниска от цената за фиксирания достъп. В допълнение, при мобилния достъп е налице характеристиката мобилност.

Проучване⁴³ показва, че основните приложения, използвани от потребители както на фиксирани, така и на мобилни широколентови услуги, са електронната поща и сърфиране в интернет. Тези приложения не изискват висока или гарантирана скорост. Но дори и за приложения като теглене на големи обеми данни, телефонна връзка през интернет, онлайн игри или онлайн банкиране, е налице значителен дял потребители на мобилни широколентови услуги, които често ги използват. Разликата в скоростта не оказва силно въздействие върху използваните приложения. Следователно RTR заключава, че разликата в

⁴²Офертите за фиксираните широколентови услуги може да предлагат неограничен трафик, а офертите за мобилни широколентови услуги да имат ограничение по отношение на месечното потребление на трафик. Ако обаче крайните потребители не достигнат ограничението на трафика при оферти за мобилни широколентови услуги, тази разлика между офертите може да не е от значение при извършване на анализа на взаимозаменяемостта.

⁴³За да се получи подробна информация относно търсенето на крайните потребители, беше проведено проучване сред около 3 000 домакинства и около 1 000 предприятия. В това проучване бяха събрани данни относно използването на интернет връзки и за (потенциалното) поведение по отношение на взаимозаменяемостта.

средните скорости на download между фиксираните и мобилните широколентови услуги не е значителна (и се компенсира от други фактори като например по-ниска цена и мобилност) и че двата продукта могат да бъдат включени в един и същ пазар в сегмента на домашните потребители.

Източник: RTR

Пазар за широколентов достъп – Обединено кралство

Ofcom посочва в своя анализ, че:

- „... пакетите за мобилни широколентови услуги (предлагани чрез USB модем или „донгъли“) се характеризират с конкретни ограничения за изтегляне на данни в сравнение с фиксирания широколентов достъп ...“;
- „... Текущите максимални скорости за рекламирания мобилен широколентов достъп са 7,2 Mbps, като повечето хора достигат средно по-малко от 1 Mbps. Това е само част от скоростта, достигана чрез фиксиран широколентов достъп. По този начин, за видео в реално време е малко вероятно мобилната широколентова услуга да предлага сравнимо ниво на качество. Освен това, като се има предвид, че 30-минутна телевизионна програма, гледана онлайн, ще използва около 175 MB, ограничението за изтегляне от 1GB може да осигури по-малко от 3 часа видео в реално време ...“.

В този случай, разликите между офертите за мобилни и фиксирани широколентови услуги подкрепят решението на Ofcom да изключи мобилния широколентов достъп при определянето на пазара на дребно.

При анализа на разликите между офертите за мобилните и фиксираните широколентови услуги, Ofcom също така разглежда потребителските предпочитания и потребителските модели: „Увеличаването на популярните онлайн дейности като предаване на съдържание в реално време и споделяне изисква по-високи скорости. Проучванията на Ofcom показват, че гледането на телевизионни програми в реално време⁴⁴ е нараснало с една трета през годината до първото тримесечие на 2010 г., като се използва от 31% от интернет потребителите. Потребителите са гледали средно 48 минути

⁴⁴ Термин, използван за описание на VOD, който съдържа телевизионни предавания за период от няколко дни след първоначалното им излъчване.

видеосъдържание на седмица, достъпно през интернет връзка или малко над 3,5 часа на месец“.

Източник: Ofcom⁴⁵

6.2. Структура и стратегия на пазара

В случай, че мобилните и фиксирани оператори принадлежат към едно и също дружество, по-вероятно е на крайния потребител да се предлагат по-често пакети от фиксирани и мобилни гласови услуги (евентуално включващи широколентови и телевизионни услуги, т.е. четворни пакети) (т.нар. „едно гише“). Дали този тип пазарна стратегия се следва или не, зависи главно от предпочитанията на потребителите. Някои потребители считат общата фактура, включваща редица различни услуги и екипът за обслужване на клиенти, който да обработва множество заявки за различни услуги, като примамливо предложение, докато при други решаващ фактор са цените и могат да използват различни доставчици, ако това е по-рентабилно. Може да съществуват и потребители, за които фиксирани гласови услуги вече не са ключов фактор и е възможно да не се интересуват толкова от обслужване на едно гише.

Ако мрежовите оператори следват стратегия за обслужване на едно гише, за всеки оператор на фиксирани/мобилни услуги е важно да не го прави за сметка на собствения си фиксиран/мобилен сегмент. Един от начините, чрез които операторите могат да гарантират, че други продукти в портфейла им не са поставени на заден план, е да следват стратегия, според която конкретни продукти са насочени към конкретни сегменти от пазара. Например, оператор, който разполага едновременно с фиксирана и мобилна мрежа, може да насочи фиксирани и мобилните гласови услуги към различни ценови сегменти (например нисък сегмент срещу премиум сегмент).

Освен това в своя анализ на взаимозаменяемостта НРО следва да вземат предвид наличието на агресивни стратегии от страна на вертикално интегрирани мобилни/фиксирани мрежови оператори за придобиване на критична маса на пазара (напр. силни промоционални програми за нови потребители). Такива пазарни стратегии биха могли да окажат значително влияние върху лоялността на потребителите към съществуващия мрежов оператор, както и върху предпочитания начин за комуникация (фиксирани спрямо мобилни гласови услуги/широколентов достъп). Тези стратегии също така могат да създадат в по-

⁴⁵ <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/wba/wba-statement/>

голяма или по-малка степен временни промени в приемането на различни технологии и мрежи от крайните потребители.

НРО следва също така да имат предвид, че операторите могат да прилагат временни стратегии, за да докажат съществуването на взаимозаменяемост или взаимно допълване между фиксирани и мобилните услуги.

Ефект, насочен към взаимозаменяемостта, може да бъде по-висок на пазари, доминирани от оператори, предоставящи услуги чрез фиксирани или чрез мобилни мрежи, докато ефект, насочен към взаимно допълване, може да е по-вероятен в рамките на пазар на пакетни услуги, предлагани от вертикално интегрирани оператори на фиксирани и мобилни мрежи. Поради това пазарната структура и пазарната стратегия на фиксирани/мобилните оператори и техните конкуренти биха могли да бъдат от съществено значение за по-нататъшния анализ на взаимозаменяемостта.

Резултати от въпросника

Резултатите от въпросника показват, че повечето НРО считат, че анализът на структурата на пазара и пазарната стратегия са приложим или дори ключов параметър при оценката на ВФМУ както при гласовите, така и при ширококоловите услуги. Около половината от НРО са взели под внимание това при определянето на пазара за ширококолов достъп на дребно, а около една трета от НРО – при определянето на пазара на гласови услуги на дребно. Само малка част от НРО считат, че не е приложимо каквото и да е взаимодействие между оператори на фиксирани/мобилни мрежи и нивото на конкуренция в сегмента на фиксирани/мобилните услуги. Що се отнася до наличието на агресивна пазарна стратегия от страна на мрежов оператор, половината от НРО смятат, че това има значение, но не е от съществена важност, докато другата половина от НРО считат това или като неприложимо, или като ключов параметър.

6.3. Анализ на пакетни услуги

Когато НРО анализират ВФМУ, може да е важно да се отчете дали са налице разлики в предлаганите пакети, включващи фиксирани и мобилни услуги, които биха могли да засегнат взаимозаменяемостта между двете услуги.

За да закупи фиксирана ширококоловата услуга, потребителят трябва да наеме линията за достъп до своето жилище. Тъй като тази линия е необходима и за предоставяне на фиксирана гласова услуга, обичайно е фиксирани гласови и ширококоловите услуги да се продават в пакет. Мобилната и фиксираната гласови

услуги може да се считат от някои потребители като функционално сходни услуги в домашни условия, но тъй като фиксираниите мрежи обикновено предлагат по-добри широколентови скорости, пакетът от мобилни гласови и широколентови услуги може да не се възприема като еквивалентен на фиксираната му алтернатива. Тъй като високоскоростният (фиксиран) широколентов достъп се разпространява до повече домакинства, разликата в скоростта на фиксираниите спрямо мобилните широколентови услуги може да стане още по-голяма. Въпреки това, при наличието на високоскоростен мобилен широколентов достъп (LTE), може да се счете, че мобилната технология за достъп е реална алтернатива.

Както е посочено по-долу, понастоящем фиксираниите услуги имат по-голям капацитет да предлагат телевизионни услуги, отколкото мобилните. Ако потребителите предпочетат да закупят пакет, включващ телефонни, широколентови и телевизионни услуги, тогава има по-малка вероятност мобилните услуги да бъдат разглеждани като заместител на фиксираниите. Степента за това зависи от начина, по който потребителите закупуват услуги, напр. дали предпочитат да закупят услугите в пакет или поотделно (което от своя страна може да се свърже с цената и структурата на офертите).

За да се разбере кой е определящият фактор при потребителското търсене е необходимо да се установи коя част от пакетната услуга потребителите оценяват в най-висока степен. Например фиксираната гласова услуга, като част от даден пакет може да се разглежда до голяма степен като допълнителна услуга, а определящият елемент за търсенето да е фиксираният широколентов достъп. Освен това е важно НРО да бъдат внимателни при анализирането на пакетните услуги, тъй като може да са налице случаи, при които една от услугите в пакета да се предлага безплатно (напр. мобилният интернет се предлага безплатно при наличието на абонамент за фиксиран широколентов интернет достъп и мобилна телефонна услуга; мобилните оператори предлагат безплатен WiFi интернет достъп при наличието на абонамент за мобилен интернет и мобилна телефонна услуга; фиксираната телефонна услуга може да се предлага безплатно при наличието на абонамент за фиксиран интернет). Може да се окаже, че безплатният компонент не се оценява от потребителя (т.е. пжотребителите просто вземат продукта, тъй като няма допълнителни разходи). Съответно, статистическите данни относно проникването на пакетните услуги трябва да бъдат анализирани внимателно (напр. допълнителни качествени изследвания могат да помогнат да се разбере кои компоненти в пакета са най-високо оценени от потребителите). Полезно е да се установи тази динамика при оценка на ВФМУ.

Пакетните услуги обаче не представляват непременно бариера пред ВФМУ, както е показано в примера по-долу.

Анализ на пакетните услуги в Австрия

В анализа на ВФМУ при широколентовия достъп RTR установи, че пакетните услуги, в които са включени фиксираните широколентови услуги, са относително често срещани (58% от потребителите на DSL и CATV закупуват заедно фиксирана гласова услуга и фиксиран широколентов достъп, а 36% закупуват телевизия и фиксиран широколентов достъп). Въпреки това около 20% от потребителите на DSL и CATV са закупили услугата за достъп до интернет като самостоятелна услуга. Също така RTR отбеляза, че много домакинства са се отказвали от фиксираната гласова услуга в миналото, тъй като цените на мобилните телефонни услуги са спаднали. Това показва, че значителна част от хората биха се отказали от фиксираната гласова услуга при преминаване към мобилни широколентови услуги.

Накрая RTR отбеляза, че в Австрия по-голямата част от домакинствата използват сателитна (~ 50%) или наземна антена (5-7%) за приемане на телевизионни сигнали, което ограничава потенциала за пакети, включващи телевизия. Въпреки факта, че много потребители на фиксирани широколентови услуги закупуват две или повече услуги от един и същ оператор, RTR стига до заключението, че са налице достатъчно възможности за откриване на ВФМУ

Източник: RTR

Също така е подходящо да се отчете дали пакетите включват фиксирани и мобилни услуги (например оферти, които предоставят фиксирана и мобилна телефонна услуга). Такива оферти биха демонстрирали, че фиксираните и мобилните услуги се разглеждат предимно като допълващи се, а не като взаимозаменяеми.

Резултати от въпросника

Резултатите от въпросника показват, че повечето НРО считат, че анализът на пакетните услуги е от значение при оценката на ВФМУ както за гласовите, така и за широколентовите услуги, а редица национални регулаторни органи вече са го взели предвид при определянето на пазара на дребно за гласови и широколентови услуги. Четворните пакети обикновено се считат от НРО за фактор, но сравнително малко от тях ги считат за важни в национален контекст.

6.4. Сравнение на изменението в броя достъпи/проникването на услугата

Ако домакинствата обикновено използват както фиксирани, така и мобилни услуги, тогава двете услуги е по-вероятно да се допълват, а не да бъдат взаимозаменяеми. НРО биха могли да обърнат внимание на тенденциите по отношение на възприемането на услугите, за да определят дали заменяемостта на фиксирани с мобилни услуги се увеличава с течение на времето, напр. като се има предвид колко домакинства използват само мобилна услуга. Нарастването на дела домакинства, използващи само мобилни услуги може да помогне да се направи заключение, дали мобилните услуги се разглеждат като надеждна алтернатива на фиксираните услуги и евентуално като бъдеща тенденция на развитие⁴⁶. Независимо от това е важно да се разгледат причините за наличието на всякакви тенденции – вж. съществуващата и потенциалната взаимозаменяемост по-долу.

Пазар на теснолентов достъп на дребно – Обединено кралство

Потребителите в Обединеното кралство имат силно предпочитание към закупуването на фиксиран и мобилен достъп; повечето (около 80%) потребители разполагат както с мобилен, така и с фиксиран гласов достъп.

Анализът на пазара на теснолентови услуги на дребно през 2009 г. установи, че въпреки големия спад (около 45%) на цените на мобилните услуги между 2002-2007 г., делът на домакинствата, използващи само мобилни услуги, се е увеличил от 7% на 10%, докато делът на потребителите, използващи фиксиран и мобилен достъп се е увеличил от 73% на 82%. Това отговаря на тенденцията потребителите да се възползват от спада на цените на мобилните услуги, като все повече закупуват в пакет мобилен и фиксиран достъп, вместо да заменят фиксирания достъп.

Източник: Обзор на пазара на теснолентови услуги за дребно за 2009 г.⁴⁷

Резултати от въпросника

По-голямата част от НРО смятат, че развитието на фиксираните и мобилните услуги във времето е фактор, от значение в национален контекст при оценката на

⁴⁶ Въпреки това, трябва да се проявява предпазливост при тълкуването на данни за домакинствата, които използват само мобилни услуги. Може да се окаже, че някои от тези домакинства представляват нов източник на търсене на пазара, за който мобилният интернет отговаря на конкретна нужда (напр. за тези, които преди това са използвали или не са имали достъп до фиксирани широколентови услуги). По този начин ефектът от разширяването на пазара не би могъл непременно да произтича от ВФМУ, а по-скоро от мобилния интернет, насочен към неизползвана или по-рано недостъпна пазарна ниша.

⁴⁷ Достъпен на адрес:

http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/retail_markets/summary/fnrsm_condoc.pdf

ВФМУ, като повечето от тях вече са го взели под внимание при определянето на пазара на дребно. Процентът на домакинствата, ползващи всеки от видовете достъп, също обикновено се счита за значим на национално ниво. Като са налице минимални различия по отношение на гласовия и широколентовия достъп.

6.5. Оценка на евентуалното използване на телевизионни (или подобни) услуги в мобилните мрежи

Фиксираните мрежи обикновено имат по-голям капацитет да предлагат телевизионни услуги на крайни потребители, отколкото мобилните. Това може да окаже въздействие върху наличието на взаимозаменяемост при фиксираните и мобилните услуги.

Този проблем е особено важен, когато повечето крайни потребители закупуват гласови или широколентови услуги в пакет с телевизия. Обратно, този въпрос е по-маловажен, когато телевизионните услуги се продават основно като самостоятелни услуги (не са включени в пакета), а крайните потребители могат да заменят широколентовите и фиксираните и мобилни гласови услуги, без да се съобразяват с възможностите на тези услуги да предоставят телевизия.

Мобилните оператори прилагат технологични иновации и решения, които позволяват на крайните потребители да имат достъп до телевизионни услуги през мобилни мрежи. Този тип решения се постигат чрез: управление на трафика в мобилни мрежи, услуги с негарантирано качество, поддържани в мобилните мрежи (телевизия през широколентов достъп); както и използването на комбинация от различни технологии/мрежи (напр. сателит за предоставяне на телевизионно съдържание и мобилни мрежи за предоставяне на гласови и широколентови услуги).

Възможната взаимозаменяемост на фиксираните телевизионни услуги с „мобилни телевизионни услуги“ зависи не само от наличните ресурси в различните държави, но и от предпочитанията и избора на крайните потребители във всяка държава.

При оценката за наличие на взаимозаменяемост между мобилни и фиксирани услуги, НРО следва да отчетат всички тези въпроси, като вземат предвид наличната информация, която може да покаже, че телевизионните услуги могат да представляват съществено препятствие пред взаимозаменяемостта между фиксираните и мобилните услуги.

Резултати от въпросника

По-голямата част от НРО считат, че оценката на евентуалното използване на телевизионни услуги в мобилните мрежи е подходящ параметър, който трябва да бъде взет под внимание при анализа относно включването на фиксирани и мобилните широколентови услуги в един и същи пазар на дребно. 5 от 16-те НРО, които считат този параметър за приложим, смятат, че той е от ключово значение в национален контекст. Като цяло НРО считат, че най-значимият показател е проникването на пакетните услуги, включващи телевизионни услуги във фиксирани и мобилни мрежи.

Резултатите показаха, че използването на телевизионни услуги е по-малко значим фактор при оценката на ВФМУ при гласовите услуги, отколкото при широколентовите услуги. Въпреки това, редица НРО считат, че тази оценка може да бъде от практическо значение и някои от тях дори отбелязват, че някои конкретни въпроси, свързани с тази оценка, представляват ключов параметър, предвид националните особености в конкретните държави (т.е. наличие на приложения и услуги, позволяващи телевизионни (или подобни) услуги в мобилни мрежи, разпространение на пакети, включващи телевизионни услуги във фиксирани и мобилни мрежи).

При определянето на пазара на дребно НРО са склонни да вземат по-често под внимание телевизионните (или подобни) услуги по отношение на широколентовия достъп, отколкото на гласовите услуги.

6.6. Съществуваща и потенциална взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни услуги (включително влиянието на цената)

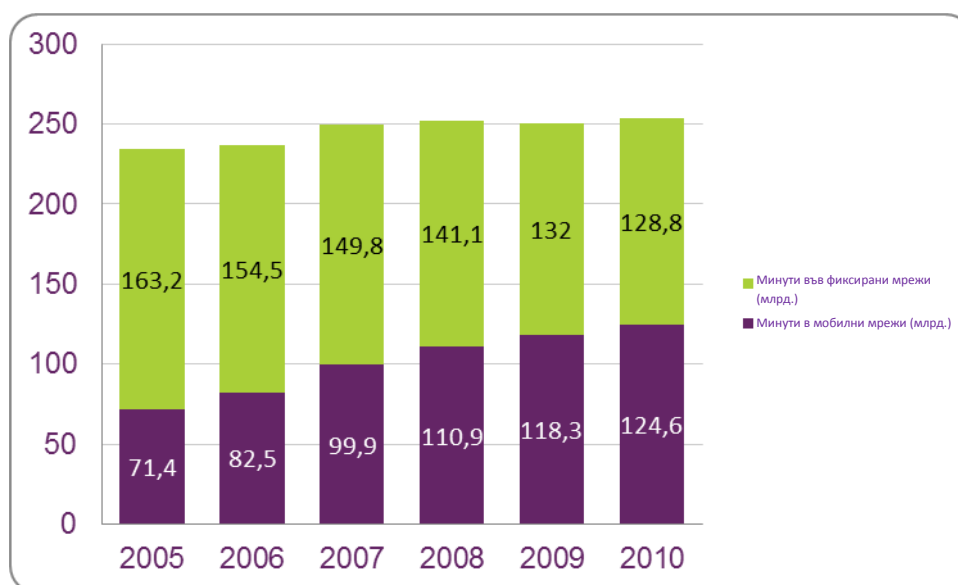
НРО могат да потърсят тенденции при заменяемостта на фиксирани с мобилните услуги и да анализират вероятните причини за това. Това може да помогне за определяне на бъдещите тенденции и потенциалните бариери пред взаимозаменяемостта. Това е свързано с оценката на проникването на фиксирания и мобилния достъп, разгледана по-горе. Например, анализването на тенденцията при домакинствата, използващи само мобилни услуги във времето, може да предостави информация за броя домакинства, преминаващи от фиксирани към мобилни услуги⁴⁸. Също така е важно да се отчете каква е причината за всяка една промяна. Например домакинствата биха могли да преминат само към мобилни или само към фиксирани услуги, за да спестят пари,

⁴⁸ Както е отбелязано в бележка под линия 46, тази информация се нуждае от внимателно тълкуване.

когато са затруднени финансово, което може да бъде обратимо при различни икономически обстоятелства.

Фиксиран и мобилен трафик (в минути) – Обединено кралство

Графиката по-долу показва общия обем фиксирани и мобилни минути в Обединеното кралство в периода 2005 - 2010 г. Общият обем на потреблението (във фиксирани и мобилни мрежи) се е увеличил с 8% между 2005 и 2010 г., докато дялът на мобилните в обема на повикванията се е увеличил от 30% на 49%. Обемът на потреблението (в минути), генерирано в мобилни мрежи, се е увеличило с 53 милиарда между 2005 и 2010 г., докато при фиксирани мрежи е отчетен спад с 34 милиарда. Това показва, че макар да е била налице известна взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни повиквания, част от ръста на потреблението от мобилни телефони е резултат от нови потребители на мобилна та услуга (които не заменят едната услуга с друга).



Източник: Пазарът на съобщения, Ofcom 2011 г.⁴⁹

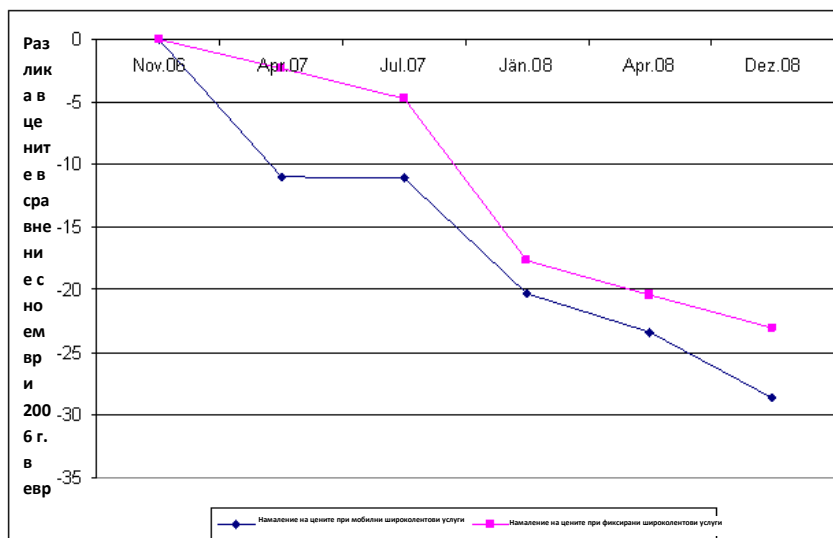
Също така е важно да се разгледа изменението на цените с течение на времето. Например, наблюдава ли се тенденция към уеднаквяване на цените на мобилните/фиксирани услуги (което показва възможност за конкурентен натиск) или се наблюдава обратната тенденция? До каква степен цените на фиксирани и мобилни услуги са взаимно зависими? Важно е да се вземе под внимание структурата на ценообразуването и как тя се е променила с течение на времето, напр. дали минутите се продават в пакети (с фиксирана цена за пакета,, независимо от броя на използваните минути) или се таксуват на минута. Друго,

⁴⁹Достъпен на адрес: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr11/UK_Doc_Section_5.pdf

което може да се вземе предвид, е дали съществува връзка между измененията на цените на мобилните и фиксирани услуги. Този анализ обаче трябва да се тълкува внимателно, тъй като може да съществуват редица фактори, които оказват влияние върху изменението на цените.

Цени на фиксирани и на мобилни широколентови услуги – Австрия

Графиката по-долу показва развитието на ценовите равнища при фиксирани и мобилни широколентови услуги в Австрия.⁵⁰ Видно е, че цените на фиксирани и мобилните широколентови услуги се изменят със сходни темпове и че доставчиците на фиксирани широколентови услуги реагират на голямото намаление на цените от страна на мобилните оператори от началото на 2007 г., като значително свалят цените в периода декември 2007/януари 2008 г. (когато мобилните оператори отново значително намалиха цените). Оттогава цените и на двата продукта спадат. Това се разглежда като доказателство за конкурентен натиск от страна на мобилния върху фиксирания широколентов достъп, по-специално, когато се разглежда във връзка с темповете на растеж на фиксирани и мобилните широколентови услуги. След намаляването на цените за мобилни широколентови услуги, темповете на растеж на фиксирани широколентови услуги значително намалеха (почти до нула). Те отново се увеличиха, след като цените във фиксирания сегмент бяха значително намалени.



Източник: RTR

⁵⁰Тази диаграма се основава на метод на ценова регресия, според който цената намалява в зависимост от характеристиките на продукта и периодичните променливи (0/1 – Променливи, 1 за съответния период, 0 в други случаи). Периодичните променливи (изобразени в диаграмата) отразяват ценовите разлики (в сравнение с първия период, тук през ноември 2006 г.), като не се отчитат разликите в характеристиките на продукта.

Както е отбелязано в точка 3.2, прилагането на SSNIP теста е полезен инструмент за изследване на потребителските реакции при промяна на цената и степента, в която потребителите възприемат фиксираните и мобилните услуги като взаимозаменяеми, напр. ще преминат ли потребителите от фиксиран към мобилен достъп при 10% увеличение на цената на фиксираната услуга? Също така може да бъде от полза да се проучи степента на влияние на всеки източник на конкурентен натиск. Важно е обаче да се отбележи, че това е хипотетичен тест и резултатите от него трябва да бъдат тълкувани внимателно, т.е. може да не отразяват действителното поведение на потребителя в реалния живот.

Предпочитанията на потребителите са важен фактор при оценката на потенциалната взаимозаменяемост. Например възможно ли е потребителите да не са склонни да се откажат от фиксирания достъп, тъй като са свикнали с него или защото се чувстват сигурни, ползващи този вид достъп. Важно е при оценката на взаимозаменяемостта да се отчитат както функционалните разлики, така и възприятията.

Потребителско проучване по отношение на теснолентовия достъп на дребно – Обединено кралство

Изследването на пазара на потребителите, проведено през 2008 г., установи, че търсенето на фиксирани телефонни линии в Обединеното кралство се дължи основно на фактори, които не са свързани с цената. Когато анкетирания бяха запитани за нагласите им към фиксирана линия:

- 62% се съгласиха с изявлението „никога няма да се откажа от фиксираната линия – ползвайки я, се чувствам сигурен“
- 44% се съгласиха с изявлението „живеем в достатъчно смутни времена, за да се откажа от домашния телефон“
- 43% заявяват, че „мобилните връзки не са достатъчно надеждни, за да отпадне необходимостта от фиксираната линия“
- 26% заявиха, че „използват само фиксиран достъп до интернет“.

Източник: Обзор на пазара на теснолентови услуги на дребно за 2009 г.

Резултати от въпросника

Резултатите от въпросника показват, че „проверката по отношение на теста на хипотетичния монополист“ е подходящ инструмент за оценка на ВФМУ. Значителен брой НРО вече са използвали този тест в рамките на определянето на пазара на дребно за широколентови и гласови услуги. Като цяло

историческите данни относно преминаването от фиксирани към мобилни услуги, причините за бъдеща промяна и бариерите пред тази промяна също се считат за важни. Повечето НРО изглежда са взели под внимание тези три фактора по-скоро при определянето на пазара на дребно за гласови, отколкото при широколентови услуги. Сравнението на продължителността на договорите на фиксирани и мобилните услуги по принцип се счита за по-маловажно – много малко НРО считат, че този фактор не е приложим при оценката на ВФМУ.

6.7. Различия в крайните устройства

По принцип потенциалната взаимозаменяемост между фиксирани и мобилните услуги може да бъде диктувана до голяма степен от разликите в цените и функционалността на крайните устройства. Например за потребителите, които търсят икономии, значителната разлика в цените на крайните устройства за ползване на фиксирани и мобилните услуги може да бъде ключов фактор за вземане на решение, ако условията за използването на двата типа устройства са сходни. Освен това значителните субсидии, направени от мрежовите оператори за крайни устройства, могат да окажат въздействие върху решението на крайните потребители да преминат от фиксирана към мобилна услуга или обратно.

С други думи, ако потребителите осъществяват само гласови повиквания и не изискват мобилността, характерна за мобилните телефони, може да е налице ограничена взаимозаменяемост между по-евтините фиксирани телефони и по-скъпите мобилни телефони. Също така, ако потребителите предпочитат да използват мобилните си телефони за повече услуги, освен за обикновени гласови повиквания (т.е. да използват „смартфон“ за електронна поща, социални мрежи и т.н.), това вероятно ще намали взаимозаменяемостта на тези мобилни телефони с фиксирани.

Горният пример показва, че наличието на ценови разлики не е единственият фактор, който НРО трябва да вземат под внимание. Възможно е да съществуват и други фактори, които са от значение за решението на потребителите относно закупуването на вида устройство (фиксиран или мобилен телефон). В този смисъл факторите, които не са свързани с цената, могат да играят роля, като например предпочитание на потребителите към някои приспособления /оборудване (напр. iPhone) или възможността за изпращане на SMS (което означава силно предпочитание към мобилен достъп). Също така може да е важно да се вземе предвид, че фиксирания достъп обикновено се ползва в рамките на домакинството от гледна точка на семейната комуникация, докато мобилните

устройства са индивидуални, за всеки член на семейството (т.е. доста рядко се наблюдава родители и деца да споделят един и същи мобилен телефон).

От друга страна, броят на домакинствата с повече от един компютър като цяло не изглежда особено важен параметър за този анализ (вж. отговорите на въпросника по-долу).

Наличието на повече на брой компютри не е пречка за взаимозаменяемостта – Австрия

По отношение на взаимозаменяемостта на фиксирани с мобилни широколентови услуги възниква въпросът дали повечето домакинства разполагат с няколко компютъра и дали мобилният широколентов достъп може да се използва на повече от един компютър. Резултатите от изследването показват, че по-голямата част от домакинствата използват само един компютър. Освен това е налице възможността да се използва мобилен широколентов достъп на повече от един компютър с рутер (подобен на W-LAN модем). Според RTR две или повече мобилни връзки биха могли дори да бъдат по-евтини от фиксирана връзка с W-LAN (в зависимост от употребата), тъй като мобилният широколентов достъп вече се предоставя за 4 евро за 1 GB на месец.

Източник: RTR

Резултати от въпросника

По-голямата част от НРО смятат, че крайните устройства за фиксиран и мобилен достъп са от значение, но не са ключов фактор при оценката на ВФМУ в национален контекст. Малка част от НРО вече са взели предвид този фактор в рамките на определянето на пазара на дребно. Налице е ограничена разлика между гласова и широколентова услуга в случаите, когато домакинствата притежават няколко компютъра.

Процентът на домакинствата с повече от един компютър в сегмента на широколентовия достъп се счита в повечето случаи за неприложим, което не е изненадващо поради споменатите по-горе съображения. Въпреки това, този елемент при определянето на пазара на широколентов достъп на дребно се използва, но използването му е ограничено.

6.8. Различия в характеристиките на крайните потребители или използването на услугата

Въпросът е дали съществуват определени групи потребители, за които взаимозаменяемостта между мобилни и фиксирани услуги е по-вероятна и как разликите в характеристиките на крайните потребители могат да повлияят на нагласите за заменяне на една услуга с друга.

Може да съществуват определени функционални характеристики, търсени от крайните потребители, които оказват влияние върху степента на взаимозаменяемост. Например, ако крайният потребител има изискване за видео в реално време, мобилният широколентов достъп може да не е подходящ поради по-ниските достижими скорости. Някои групи могат да считат скоростта и качеството на фиксираната широколентова услуга за характеристика „от съществено значение“. Представата за взаимозаменяемостта може да зависи от това за какво се използва услугата.

Възприятията на крайните потребители също могат да бъдат от значение. Например, някои потребители може да считат, че мобилните широколентови услуги не гарантират необходимата сигурност за извършване на онлайн банкови операции⁵¹.

Друго, което се взема предвид, е дали потребителите имат конкретни навици при използване на фиксирани и мобилни услуги, напр. използване на мобилни устройства в движение⁵², използване на фиксирани в домашни условия.

Във връзка с изложеното по-горе:

- PTS (Швеция) отбеляза, че за пазарите на едро 4 и 5⁵³ безжичните алтернативи не отговарят на функционалните изисквания на потребителите на едро и няма да се считат за заместител според резултатите от прилагането на теста на хипотетичния монополист.
- НАКОМ (Хърватия) счита, че мобилният широколентов достъп на дребно не е взаимозаменяем с фиксирания широколентов достъп поради по-ниското покритие чрез HSDPA сигнал и факта, че качеството и скоростта зависят от броя на едновременно свързаните потребители в мобилната мрежа.

⁵¹ Някои потребители могат да считат, че определени здравни проблеми (напр. около радиовълни) са свързани с продължително използване на мобилни устройства, което може да окаже въздействие върху желанието за замяна на фиксирана с мобилна услуга (за използване на голям обем).

⁵² Например, намаляването на разликата между средната продължителност на разговорите за фиксирани и мобилни повиквания може да бъде един от възможните признаци за FMS.

⁵³ Пазар 4 е пазар на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение, а пазар 5 е пазар на предоставяне на широколентов достъп на едро от Препоръката на ЕК относно съответните пазари

- КРС (България) отбеляза, че техническите характеристики на мобилната услуга (мобилност, специфично оборудване) са основната причина, поради която мобилните и фиксираните услуги не принадлежат на един и същи пазар на дребно.
- НМНН (Унгария) отбеляза, че една от причините за липса на взаимозаменяемост на равнище на дребно е разликата при употребата от страна на потребителите и разликите в характеристиките на продукта (функционалност, качество).
- Някои НРО отбелязаха, че повикване във фиксирана мрежа може да бъде заменено с такова в мобилна, но обратното не е вярно (поради мобилността, свързана с мобилния достъп).
- ANCOM (Румъния) отбеляза, че една от причините за невъзможността за взаимозаменяемост на мобилен с фиксиран достъп на дребно е, че фиксираният достъп е свързан с цялото домакинство, а мобилният достъп се възприема като личен и обикновено се използва от едно лице.

Видове потребители с достъп само до мобилни мрежи – Обединено кралство

В Обединеното кралство Ofcom счита за по-вероятно домакинствата с ниски доходи да разполагат само с мобилен достъп. Според проучване на потребителите през 2008 г. 24% от възрастните в Обединеното кралство с доход по-малък от 11,5 хиляди паунда на година използват само мобилни гласови услуги, в сравнение с едва 5% при тези с доход над 30 хиляди. Също така е възможно определени групи потребители да предпочитат използването само на мобилни устройства – например тези, които живеят под наем и тези, които много пътуват (например студенти).

Източник: Ofcom

Резултати от въпросника

Резултатите от въпросника показват, че моделите на потребление и използването на достъпа (широколентов) са по-подходящи за оценка на ВФМУ, отколкото характеристиките на крайния потребител или сигурността. По-специално, много малко НРО считат, че разликите в сигурността между фиксираните и мобилните услуги при използване в някои приложения (напр. банкиране в домашни условия), не са приложими нито за гласовите, нито за широколентовите услуги. По отношение на гласовите услуги много малко НРО

считат, че разликите при използването на фиксиран и мобилен достъп не са приложими. Обратно, за широколентовия достъп, разликите в използването на достъпа (напр. той може да се използва за електронна поща, гледане на видео в реално време, домашно банкиране и т.н.), обикновено се считат за важен фактор и от ключово значение в национален контекст. Това вероятно се дължи на факта, че достъпът за гласова услуга разполага с по-ограничен брой приложения в сравнение с широколентовия достъп.

Различията в характеристиките на крайните потребители (напр. доходи, образование, възраст) се считат за практически значим фактор от повечето НРО, но по принцип не се разглеждат като важни в национален контекст нито при гласовите, нито за широколентовите услуги (много малко считат това за неприложимо). Разликите в моделите на потребление между потребителите на фиксирани и мобилни услуги (напр. честотата на използване, продължителността) се считат за практически значим фактор от повечето, а около половината от НРО, отговорили на въпроса, вече са взели предвид това при определянето на пазара на гласови и широколентови услуги на дребно.

6.9. Наличие на насърчаващи програми за конкретни мрежи и услуги

НРО следва да вземат предвид възможното наличие на насърчаващи програми за конкретни услуги/мрежи, които могат да окажат влияние върху решенията на крайните потребители във връзка с избора на мобилна или фиксирана услуга. Ако НРО могат да идентифицират такива програми, те могат да анализират влиянието им върху решенията за избора на крайните потребители, както и върху инвестиционните решения на операторите. Например НРО могат да преценят истинското ниво на приемане на услуга, ако такава програма не е налична, и да вземат предвид тази информация в анализа си на взаимозаменяемостта.

Заклученията относно взаимозаменяемостта при фиксираните и мобилните услуги трябва да вземат предвид извършения анализ и влиянието на програмата върху решенията на пазарните участници.

Португалските e.iniciativas („e-инициативи“)

Националната политика за информационното общество и насърчаването на достъпа до широколентов интернет беше определена чрез програмата Ligar Portugal, стартирана от правителството през 2005 г. За да се разпространи достъпът до преносими компютри и широколентови услуги сред най-малко облагодетелстваните социални групи, през 2007 г. португалското правителство стартира инициативата e.iniciativas.

Тези, които отговарят на условията за тази програма, имат достъп до лаптоп и мобилен широколентов достъп до интернет. Онези, които участват в програмата, обикновено заплащат първоначална вноска плюс месечен абонамент (по-нисък от „обичайните“ месечни абонаменти), за минимален договорен период. Одобряването за участие в тази програма и стойността на плащанията зависят от икономическото положение на кандидатите.

Трите предприятия, притежаващи лицензи за UMTS⁵⁴ се придържаха към e.initiativas в съответствие с поетите ангажименти по тръжните процедури за разпределяне на лицензите им. Предлаганите от всеки оператор оферти се различават, но гарантират няколко скорости на теглене и качване на съдържание, трафик и месечни разходи.

Според наличните данни тази инициатива доведе до значително увеличение на броя на преносимите компютри и равнището на разпространение на мобилния широколентов достъп: около 1 милион от общо 1,3 милиона мобилни потребители на широколентови услуги са от програмите за е-инициативи в края на 2010 г. (77% от общия брой потребители на мобилни широколентови услуги).

При прегледа на пазара на широколентов достъп през януари 2009 г. ANACOM взе под внимание споменатия факт като една от причините, поради които не съществува взаимозаменяемост на дребно при услугите за фиксиран и мобилен широколентов достъп.

Източник: ANACOM⁵⁵

Резултати от въпросника

По-голямата част от НРО считат, че съществуването на насърчаващи програми за конкретни мрежи/услуги е важен параметър, който трябва да се вземе предвид при оценката на възможното включване на фиксирани и мобилни услуги на един и същ пазар. Тези НРО заявяват, че при анализа на този параметър е важно да се вземе предвид наличието на специфични програми, насърчаващи използването на мобилни или фиксирани услуги, както и връзката между приемането на използването на мобилна/фиксирана услуга и съществуването на насърчаваща програма.

⁵⁴Универсална мобилна телекомуникационна система.

⁵⁵ Проучване на въздействието и участието в e.initiativas – окончателен доклад:
<http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1000836>.

Налице е обаче малък брой НРО, които считат, че това е ключов параметър при извършване на анализи в техния национален контекст, а значителен брой НРО считат, че този параметър е неприложим в конкретния им случай.

Информацията относно съществуването на насърчаващи програми за конкретни мрежи/услуги рядко се използва при определянето на пазара на гласови услуги на дребно. Тя се използва по-често при определянето на пазара на широколентови услуги на дребно, но въпреки това сравнително рядко се среща.

6.10. Удовлетвореност на крайния потребител

Оценката на удовлетвореността на крайните потребители от фиксирани и мобилните услуги може да допринесе за определянето на причините, поради които потребителите използват фиксирани и мобилни услуги, идентифицирането на възможните бариери пред взаимозаменяемостта и предоставянето на информация относно възприятията на потребителите. Това може да бъде полезно да се вземе предвид заедно с информацията от другите категории по-горе. Може да бъде от полза да се разкрият онези фактори, различни от цената, които оказват влияние върху търсенето. Например, в проучване на Ofcom за бизнеса, проведено през 2008 г., 62% посочват надеждността/покритието на мобилните услуги като причина, поради която мобилните услуги не са подходящи заместители на фиксирани. Ако потребителят като цяло е доволен от дадена услуга, вероятността да търси заместител е по-малка.

Важни характеристики на мобилните широколентови услуги – Обединено кралство

Надеждността на връзката е определена като най-важната характеристика на мобилните широколентови услуги

Проучването на мобилния широколентов достъп има за цел да установи какви аспекти на мобилния широколентов достъп биха могли да бъдат най-високо оценени от потребителите, като се извърши анализ на заявените предпочитания. Разработен е индекс, чрез който се демонстрира значението на редица характеристики за потребителите, когато обмислят придобиването на ново мобилно устройство за достъп до интернет. Най-важната характеристика за всички потребители е надеждността на връзката. Повечето други фактори (като например икономическа изгода или доброто обслужване на потребителите) може да бъдат желателни, но надеждността на връзката е от съществено значение при използването на мобилна широколентова услуга.

Резултати от въпросника

Резултатите от въпросника показват, че повечето НРО считат удовлетвореността на крайните потребители за практически значим параметър при оценката на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги, но често не е ключов фактор на национално ниво и не се използва широко при определянето на пазара на дребно (особено за гласови услуги). Равнищата на удовлетвореност и неудовлетвореност от фиксирани/мобилни услуги се считат за равни по значение в общ аспект.

6.11. Специфични въпроси относно предлагането

Взаимозаменяемостта при предлагането е от изключителна важност при определянето на пазара, когато резултатът е еквивалентен на този при търсенето по отношение на ефективност и своевременност, т.е. когато доставчиците могат да пренасочат производството към съответните продукти и да ги пласират на пазара бързо в отговор на малко, но трайно повишаване на цената, без да понесат значителни допълнителни разходи или рискове. Колкото са по-малки разликите в разходите за преминаване между мобилна и фиксирана инфраструктура, толкова е по-голям обхватът на взаимозаменяемостта при предлагането. Може да бъде необходимо обаче да се вземат под внимание и различията в капацитета при предоставянето на мобилни или фиксирани услуги. НРО трябва да вземат предвид факта, че предприятия, които понастоящем не са активни на пазара на фиксирани или мобилни услуги, могат да решат да навлязат на съответния пазар, което би увеличило степента на взаимозаменяемост.

Операторите обаче могат да се сблъскат със значителни инвестиционни пречки (напр. инвестиции в мрежи, мобилни лицензи), което да затрудни взаимозаменяемостта. Възможно е да са налице и други причини, поради които потенциалните нови участници да не могат да навлязат на пазарите достатъчно бързо, като популярността на марката, нежеланието на потребителите да сменят доставчика, както и техническите бариери, които трябва да бъдат взети под внимание от НРО преди достигането до мотивирано и обосновано заключение във връзка с определянето на пазара.

По отношение на различията в скоростта, теоретично наличието на LTE мрежи, базирани на много висока скорост за пренос на данни, може да увеличи степента

⁵⁶Достъпно на адрес: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/consumer-experience/tce-10/TCE10_Choices.pdf

на взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни услуги⁵⁷. От друга страна, може да се твърди, че присъщите за мобилните мрежи характеристики никога няма да достигнат до възможностите на фиксирани мрежи – напр. наличието на по-бързи продукти за достъп от следващо поколение във фиксирани мрежи може да представлява пречка за наличието на взаимозаменяемост⁵⁸. Във всеки случай, ако сегашната разлика в скоростта на широколентовия достъп между фиксирани и мобилни услуги значително намалее, възможността за взаимозаменяемост може да бъде по-голяма от гледна точка на конкретно предлагане. Следователно може да е важно НРО, които извършват анализ на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги, да вземат предвид конкретните и планирани намерения на оператора за инвестиране и надграждане на мобилни и фиксирани мрежи.

По отношение на разликите в характеристиките на предоставяните услуги от гледна точка на предлагането, е важно да се вземат предвид възможностите на мрежите и възможността мобилните и фиксирани оператори да инвестират в тях, за да подобрят тези възможности. Тези въпроси зависят от специфичните национални особености и условията на пазара. Например в мобилните мрежи потребителите споделят наличната честотна лента, така че действителното качество на услугата зависи от броя на потребителите, които имат едновременно достъп до една и съща антена или базова станция. При фиксирани мрежи честотната лента за достъп, разпределена на всеки потребител, е по-малко зависима от броя на потребителите, които имат едновременно достъп до мрежата. Това предполага наличие на разлики в характеристиките на фиксирани и мобилни услуги и в способността на оператора да инвестира в мрежата, за да подобри/поддържа характеристиките на услугите. Тези възможни разлики могат да бъдат или да не бъдат от значение в зависимост от

⁵⁷ В отговор по общественото обсъждане относно проект на доклад (февруари 2012 г.), Telecom Italia твърди, че (вж. отговорите на Telecom Italia на стр. 8-9):

- Verizon обяви, че неговата LTE мрежа има капацитет да осигури средна скорост на мобилен пренос на данни, по-висока от 13 Mbit/s;
- капацитетът на LTE може лесно да бъде увеличен, за да се компенсира увеличаването на броя на потребителите;
- LTE мрежите ще се развият по-бързо от кабелните мрежи и ще позволят значително намаляване на разходите на мегабайт, доставен до клиента.

⁵⁸ В отговор на общественото обсъждане относно проекта на доклад (февруари 2012 г.) ЕСТА счита, че относителните възможности на фиксирани и мобилни мрежи вероятно ще се различават, а по-конкретно, че LTE мрежите страдат от ограничения (вж. отговорите на ЕСТА на стр. 3-4):

- колебания на скоростта в зависимост от броя на потребителите (и техните модели на потребление), свързани към една базова станция;
- наблюдаваната скорост на LTE (около 10 Mbit/s) не е сравнима с тази на FttX, въпреки че LTE мрежите се намират в ранен етап на натоварване;
- потреблението на данни в LTE мрежи често е ограничено, в разрез с потреблението на данни, което се предлага при фиксирани мрежи.

характеристиките на пазара и от моделите на потребление на крайния потребител.

Накрая, в зависимост от характеристиките и покритието на мобилните и фиксираните мрежи в определени райони, е възможно да съществува взаимозаменяемост в някои географски райони, но не и в други.

Резултати от въпросника

Резултатите от въпросника показват, че повечето НРО считат специфичните въпроси, свързани с предлагането, за ключов елемент при оценката на взаимозаменяемостта между фиксираните и мобилните услуги, както по отношение на широколентовия достъп, така и по отношение на гласовите услуги. Значителен брой НРО вече са използвали тази проверка в рамките на определянето на пазара на дребно за широколентови и гласови услуги. Разликите в равнището на необходимите разходи, както и в капацитета между мобилните и фиксираните услуги, географските различия по отношение на скоростта и нееднаквото покритието на мрежата, като цяло се считат за най-важни при изследване на взаимозаменяемостта на услугите за широколентов достъп. Що се отнася до взаимозаменяемостта при гласовите услуги, ключовите параметри са различията в равнището на необходимите разходи за мобилните и фиксираните услуги и разликите в покритието на мрежата.

6.12. Разлики в информацията, използвана при анализа на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги

Гласови срещу широколентови услуги

Като цяло, информацията, която се взема под внимание при анализа на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги, както по отношение на гласовите, така и на широколентовите услуги, е сходна. По-специално, информацията, която НРО определят като практически значим и ключов параметър в национален контекст, е идентична за гласовите и широколентовите услуги.

Основните разлики между гласовите и широколентовите услуги в информацията, която се разглежда при анализа на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги, се отнасят до специфичните характеристики на тези услуги⁵⁹.

Услуги на дребно срещу услуги на едро

Настоящият доклад е съсредоточен върху анализа на ВФМУ и неговото значение при определянето на пазара на дребно. Въпросникът обаче имаше за цел да идентифицира най-важните точки, които трябва да бъдат взети предвид по отношение на анализа на ВФМУ на пазарите на едро.

По принцип, ако ВФМУ не съществува на ниво пазари на дребно, не е възможно да е налице ВФМУ на равнище на едро (ако потребителите на дребно не възприемат фиксираните и мобилните оферти като взаимозаменяеми, не е вероятно операторите да обмислят възможността за промяна от фиксиран към мобилен достъп на едро или обратно). Поради това информацията, която е от значение за анализа на ВФМУ на равнище на дребно, също е от значение за анализа на ВФМУ на равнище на едро.

Освен „информацията на равнище на дребно“, в случай, че даден НРО анализира възможното наличие на пряка взаимозаменяемост на равнище на едро, е необходим специфичен ВФМУ анализ, като се вземе предвид „информацията на равнище на едро“⁶⁰. Тази информация ще бъде използвана за анализ на възможността операторите да преминават от фиксиран достъп на едро към мобилен достъп на едро и обратно. Определящи фактори, които трябва да се вземат предвид, са наличието и условията за фиксиран и мобилен достъп на едро (цени, характеристики на услугата, качество на услугата и т.н.), както и разходите за преминаване от фиксиран към мобилен достъп.

Дори при липса на директна ВФМУ на равнище на едро, все още съществува вероятност определянето на пазара на едро да бъде повлияно от наличието на ВФМУ на равнище на дребно: действията на доставчика на достъп на едро могат да бъдат значително ограничени от евентуалното съществуване на ВФМУ на равнище на дребно, което да доведе до включването на фиксираните и мобилните услуги на един и същи пазар на едро (дори без наличие на пряка взаимозаменяемост на едро)⁶¹. Ако НРО желаят да анализират тази възможност,

⁵⁹напр. входящият капацитет обикновено се счита за много важна информация, която трябва да се вземе предвид при анализа на FMS при широколентовите услуги, което очевидно не е приложимо за FMS анализа при гласовите услуги.

⁶⁰Под пряка взаимозаменяемост се има предвид: операторите, които преминават от оферти за фиксиран/мобилен достъп на едро към оферти за мобилен/фиксиран достъп на едро.

⁶¹Следващата част на настоящия доклад разглежда накратко тази възможност.

е необходима подробна информация относно непрекият натиск на равнище на едро, дължащи се на ВФМУ на равнище на дребно⁶².

7. ПОТЕНЦИАЛНО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ВФМУ ПРИ НАЛИЧИЕ НА НЕДОСТАТЪЦИ НА ПАЗАРИТЕ НА ФИКСИРАНИ УСЛУГИ

Въздействието на ВФМУ върху традиционните недостатъци на пазарите на фиксирани услуги може да бъде оценено чрез разграничаване на пазарите надолу по веригата (на дребно) и нагоре по веригата (на едро).

7.1. Пазари на дребно

На пазарите надолу по веригата има два възможни сценария: (1), когато ВФМУ е достатъчно силна, за да се счете, че фиксираниите и мобилните услуги се намират на един и същи пазар и (2) когато това не е така.

Сценарий 1

В случай, че ВФМУ е достатъчна за определянето на пазар, в обхвата на който да се включват едновременно както фиксирани, така и мобилни услуги, тогава може да се очаква пряко положително въздействие върху конкуренцията на пазарите на фиксирани услуги. В този случай може да се очаква конкуренцията между мобилни и фиксирани мрежи да ограничи пазарната сила на историческото предприятие, поради наличие на инфраструктурна конкуренция.

При този сценарий фактът, че историческото предприятие заема голям дял на пазара на фиксирани услуги, вече може да не представлява конкурентен проблем (тъй като неговият пазарен дял на комбинирания пазар на фиксирани и мобилни услуги може да е по-малък⁶³). Това обаче ще зависи от обстоятелството дали историческото предприятие притежава подразделение, предоставящо мобилни услуги и позицията му на мобилния пазар. Пълна оценка, отчитайки всички съответни фактори, ще бъде необходима, за да се определи дали пазарът на дребно, включващ фиксирани и мобилни услуги, е ефективно конкурентен.

Ако пазарът се счете за ефективно конкурентен, налагането на ex-ante регулиране за разрешаване на конкурентните проблеми на пазарите на дребно може да не е необходимо, доколкото междуплатформената конкуренция е достатъчна, за да се гарантира в дългосрочен план, че очакванията на потребителите са удовлетворени по отношение на цената, избора и качеството на предоставените услуги.

⁶² За по-подробен анализ на този въпрос и на информацията, която може да бъде полезна, може да разгледате: BoR (10) 09 Доклад на ОЕПЕС относно вътрешните доставки.

⁶³ Може обаче да се наложи да се отчете дали операторът на фиксирана мрежа предоставя мобилни услуги и позицията му на пазара на такива.

Освен това ще е необходимо да се следи развитието на пазарните условия, за да се избегнат потенциални заплахи като (негласни или изрични) тайни споразумения.

Фиксиран и мобилен ширококолов достъп на дребно – Австрия

Както беше отбелязано по-горе, RTR стигна до заключението, че мобилният ширококолов достъп е подходящ заместител на DSL и кабелния ширококолов достъп на пазара на домашни потребители. Вследствие на това, в резултат основно на инфраструктурния конкурентен натиск, упражняван от мобилните оператори, кабелните оператори и предприятията, предоставящи необвързан достъп, RTR счита, че пазарът на ширококолов достъп за домашни потребители може да се определи като ефективно конкурентен. Тези констатации доведоха RTR до заключението, че само пазарът на едро за битстрийм достъп, предназначен за бизнес потребители на пазара на дребно може да оправдае ex-ante регулиране.

В оценката, представена в писмото за оттеглянето на сериозните съмнения относно австрийския анализ на пазара, Европейската комисия коментира:

„Целта на всяка намеса по отношение на ex-ante регулирането е да бъдат постигнати като общ резултат ползи за крайния потребител, чрез постигане на устойчива конкуренция на пазарите на дребно. Комисията отбелязва, че включването на мобилния ширококолов достъп в пазара на ширококолов достъп на дребно за домашни потребители влияе върху определянето на пазара на едро. Конкурентният натиск въз основа на инфраструктурата, упражняван предимно от мобилните оператори, води до ефективна конкуренция на пазара на ширококолов достъп на дребно, която изглежда устойчива през периода на преразглеждане дори при липса на регулирани продукти на едро. Това доведе до заключението, че не е необходимо да се определя пазар на едро за битстрийм достъп, предназначен за домашни потребители на пазара на дребно за целите на ex ante регулирането.“

Сценарий 2

Дори ако фиксираните и мобилните услуги не се намират на един и същи пазар, ВФМУ може да има въздействие при наличие на недостатъци на традиционните пазари на фиксирани услуги, тъй като степента на конкуренция/взаимозаменяемост може да разреши някои от традиционните проблеми. Това може да се вземе предвид: i) при прилагане на теста на трите

критерия за определяне на пазар, подлежащ на ex-ante регулиране; ii) при анализа за наличие на предприятие със значително въздействие върху пазара (ЗВП) или iii) при избор на специфични задължения, които да бъдат наложени на съответните пазари. Тестът на трите критерия и анализът на ЗВП се изследват в перспектива и следва да отчитат тенденциите при ВФМУ за съответния период от време.

Наличието на различна степен на ВФМУ може да означава, че някои мерки могат да бъдат облекчени или вече не са необходими. Например НРО могат да изменят мерките, за да дадат възможност на историческото предприятие за по-голяма гъвкавост при офертите му на дребно, насочени към определена група потребители, които заместват фиксираните услуги с мобилни. Подобно действие може да бъде от полза, когато разликите между тази конкретна група от потребители в сравнение с други потребители все още не са достатъчно стабилни или устойчиви, за да оправдаят определянето на сегментирани пазари за тези конкретни категории потребители.

Пазар за фиксиран достъп на дребно – Испания

СМТ използва методологията за ценова преса при предварителния анализ на търговските оферти на историческото предприятие (Telefónica). В зависимост от равнището на конкуренцията се провеждат различни видове тестове за пакетни оферти: Проверка на индивидуалната възпроизводимост (косвена проверка на цената) или съвместна проверка (по-малко консервативна от първата).

В рамките на втория кръг от анализа на пазара на фиксиран достъп на дребно (пазар 1 от препоръката за съответните пазари) беше определена група потребители, чиято употреба на телефонни услуги беше толкова ниска, че фиксираните оператори биха били подложени на конкурентен натиск от страна на мобилните оператори посредством предлагания от тях пакет за достъп и повиквания през мобилни мрежи.

Поради това, конкуренцията по отношение на тази група потребители е нараснала поради наличието на достатъчна степен на ВФМУ. С оглед на това, СМТ използва по-облекчена проверка (съвместна) за пакети с достъп на дребно до PSTN и фиксирани телефонни повиквания за потребители с месечен разход, по-малък от 20 евро.

Пазари на фиксиран достъп и повиквания – Финландия

Както бе посочено в раздел 3, при определянето на продуктите пазари за достъп на дребно FICORA стигна до заключението, че мобилният достъп на дребно е отделен прилежащ продуктов пазар, упражняващ конкурентен натиск върху услугите за фиксиран достъп.

Поради този конкурентен натиск FICORA оттегли съществуващите заключения за наличие на предприятия със значително въздействие на пазарите на фиксиран достъп и повиквания.

Както е посочено в точка 3.2, ефектът от асиметричната взаимозаменяемост може да се разглежда в други етапи на пазарния анализ, а не в частта, отнасяща се до определянето на пазара. В този случай може да не бъде определен единен пазар за фиксирани и мобилни услуги (сценарий 1). Крайният резултат обаче не трябва да бъде повлиян от това дали конкурентният натиск от страна на асиметричната взаимозаменяемост се разглеждат на етапа на определяне на пазара или на други етапи от пазарния анализ.

7.2. Пазари на едро

Наличието на взаимозаменяемост между фиксирани и мобилните услуги е характерно основно за пазарите на дребно и е по-малко вероятно да възникне на равнище на едро. Независимо от това, евентуалното съществуване на ВФМУ на равнище на дребно може да окаже значително въздействие на пазарите на едро чрез непряк конкурентен натиск, особено на пазари 2 и 5, тъй като те са по-близо до потребителите по веригата на стойността, но това може да се случи и на пазар 4⁶⁴.

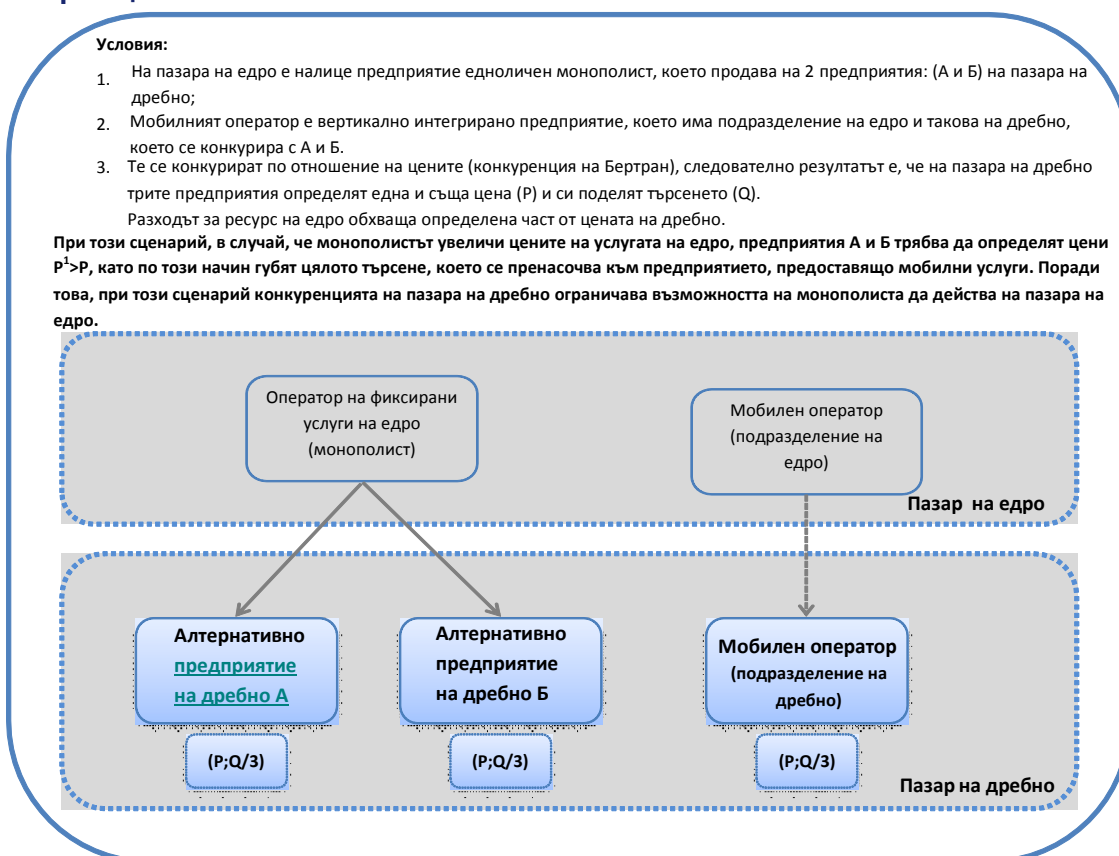
Когато вертикално интегрирани оператори присъстват едновременно и на пазарите на едро, и на тези на дребно, е важно да се анализира до каква степен това самоосигуряване на услуги трябва или не трябва да принадлежи на същия съответен пазар; т.е. до каква степен вертикално интегрираните оператори биха могли да упражнят достатъчен конкурентен натиск върху поведението на доставчиците на едро, които предлагат своите услуги на пазарите на едро.

Например, при наличие на малко, но трайно нарастване на цените на едро, операторите на дребно, използващи тези услуги, може (в зависимост от относителния дял на тези ресурси на дребно в продажната цена) да прехвърлят

⁶⁴ Пазари от Препоръката на ЕО за съответните пазари: Пазар 2 е пазар на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи, Пазар 4 е пазар на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение, и Пазар 5 е пазар на предоставяне на ширококолов достъп на едро.

увеличението на цената върху крайните потребители, което би означавало намаляване на търсенето в полза на вертикално интегрираните оператори и следователно по-малко търсене на услуги за индиректен достъп на едро. Това би се отразило на печалбите на оператора, предоставящ такива услуги, което вероятно ще направи увеличението на цените на едро нерентабилно, въпреки че това също ще зависи от баланса между общите печалби на едро и на дребно на доставчиците на едро. Тази конкурентна ситуация е показана на следващата графика:

Непряк ценови натиск



Макар че реално е много по-сложно от посоченото по-горе, моделът показва, че при определени обстоятелства конкурентният пазар на дребно би могъл да окаже дисциплиниращ ефект върху поведението на монополиста на пазара нагоре по веригата. В този случай вътрешните доставки следва да се вземат предвид при анализа на пазара на едро⁶⁵. Последниците от това решение биха могли да бъдат свързани с разширяване на пазара, тъй като мобилните оператори ще бъдат включени в анализа му. При този сценарий е по-вероятно да бъде налице

⁶⁵ За по-подробен анализ на този въпрос вж.: BoR (10) 09 Доклад на ОЕПЕС относно вътрешните доставки.

ефективна конкуренция и да не бъде определен оператор със значително въздействие върху пазара⁶⁶.

8. ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Тенденциите в технологиите и засилването на конвергенцията между фиксираните и мобилните услуги означава, че ВФМУ вероятно ще има по-голямо значение при определянето на пазара на електронни съобщителни услуги в перспектива.

Асиметричната взаимозаменяемост е практически значим фактор, който трябва да се има предвид при ВФМУ главно поради характеристиката за мобилност на мобилните услуги. Определянето на целевия продукт и анализирането на причините, пораждащи асиметрична взаимозаменяемост, могат да бъдат важни не само при анализа на ВФМУ, но и по отношение на определянето на пазара като цяло.

Вече разгледахме един случай (Австрия), където фиксираните и мобилните услуги бяха включени в обхвата на един и същи пазар. Наличните данни показват, че ВФМУ като цяло се увеличава – особено при гласовите повиквания. НРО използват много допълнителни източници на информация и различни видове анализ, за да определят дали мобилните и фиксираните услуги трябва да бъдат включени в един и същи пазар.

Въпреки това, картината на ВФМУ в различните държави е силно разнородна и зависи от фактори, които се различават на национално равнище. НРО е вероятно да следят различни условия по отношение на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги при оценката на всеки един от тези фактори, като значението на всеки фактор може също да се различава в отделните държави.

Когато взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги е достатъчна, за да включи фиксираните и мобилните услуги на един и същи пазар, е възможно пазарната сила на историческото предприятие да намалее, което е вероятно да се отрази при оценката на конкуренцията.

Дори когато ВФМУ не е достатъчна, за да се определи единен пазар, който да включва фиксирани и мобилни услуги, може да се окаже, че ВФМУ води в известна степен до ценови натиск, който следва да се вземе предвид при анализа на теста на трите критерия за налагане на ex-ante регулиране, при оценката за наличие на предприятие със значително въздействие и при

⁶⁶ Необходимо е обаче да се имат предвид и всички връзки, които операторът на фиксирани услуги има на пазара на мобилни услуги (напр. дали предоставя мобилни услуги).

определянето на предприятие със значително въздействие. Също може да бъде взет предвид при избора на подходящи ex-ante задължения.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – ДОПЪЛНИТЕЛНИ ТАБЛИЦИ (РАЗДЕЛ 3)

ВФМУ –Гласови услуги

а- Държави с ниско и намаляващо проникване на фиксиран достъп и увеличаващ се брой домакинства, използващи единствено мобилни услуги

Примери:

	Проникване на фиксиран достъп		Домакинства, използващи единствено мобилни услуги	
	Q1 2011	Сравнение с Q4 2009	Q1 2011	Сравнение с Q4 2009
Чешка република	17%	-8%	81%	+8%
Финландия	20%	-8%	78%	+7%

Източник: E-communications household survey (2011)

б- Държави с високо и стабилно (или нарастващо) проникване на фиксиран достъп и голям дял домакинства с двоен достъп (фиксиран и мобилен).

Примери:

	Проникване на фиксиран достъп		Домакинства, ползващи както фиксиран, така и мобилен достъп	
	Q1 2011	Сравнение с Q4 2009	Q1 2011	Сравнение с Q4 2009
Франция	87%	-1%	76%	=
Нидерландия	89%	+1%	85%	+2%

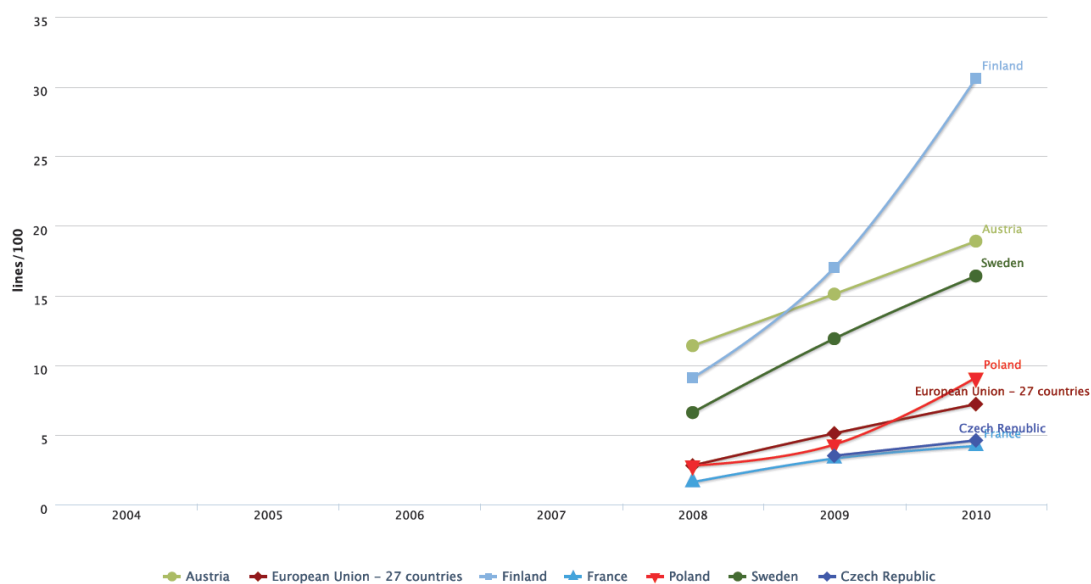
Източник: E-communications household survey (2011)

ВФМУ –Услуги за данни

Използване на мобилната телефонна мрежа за достъп до интернет (Q1 2011)	
Финландия	29%
Австрия	20%
Швеция	19%
Полша	14%
Чешка република	6%
Нидерландия	4%

Източник – E-communications household survey (2011)

Проникване на мобилни широколентови услуги – самостоятелни услуги за достъп чрез карти за данни/модеми



Източник – Европейска комисия, Digital agenda scoreboard

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – ПЪРВИ АНАЛИЗ (РАЗДЕЛ 3)

Точка 3.1 от доклада (*взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни гласови услуги*) представи първи преглед на евентуалните тенденции за взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни гласови повиквания в Европа.

Въз основа на количествените данни, анализирани в раздел 3, можем да изтъкнем важните параметри, които могат да повлияят на тенденцията при взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги. Тези параметри са разгледани по-задълбочено в раздел 6 от настоящия доклад.

ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТ НА ФИКСИРАНИ С МОБИЛНИ ГЛАСОВИ УСЛУГИ

Цена

Цената на достъпа до гласови услуги и повикванията очевидно е важен параметър, който може да подпомогне или да възпрепятства взаимозаменяемостта на фиксирани с мобилни услуги.

Цени на мобилни услуги

Съсредоточени върху достъпността на мобилната телефонна връзка, резултатите от Проучване за електронните съобщения в домакинствата от 2011 г. показват, че 65% от потребителите на мобилни телефони в ЕС са обезпокоени от таксите за мобилна комуникация и поради това ограничават своите обаждания. Това може да ограничи тенденцията към взаимозаменяемост на фиксирани с мобилни услуги за повиквания и евентуално за достъп до гласови услуги.

Независимо от това, този параметър изглежда, че не е пряко свързан с взаимозаменяемостта на фиксирани с мобилен достъп до гласови услуги. В действителност това опасение е с най-голямо значение в Гърция и Испания, както и в Чешката република (77%, +7%). Както е представено в раздел 4, тенденцията към взаимозаменяемост на фиксирани с мобилен достъп до гласови услуги изглежда по-вероятна в Чехия.

Цени на фиксирани услуги

Въз основа на Проучването за електронните съобщения в домакинствата от 2010 г. цените са втората причина домакинствата да не разполагат с фиксирани телефонни линии в домовете си (37%). В анализа си относно домакинствата,

използващи само мобилни услуги⁶⁷, Analysys Mason посочва значението на цената като параметър, който може да повлияе на взаимозаменяемостта на фиксирани с мобилни услуги: „В Западна Европа фиксирани гласови услуги са по-евтини от мобилните. През второто тримесечие на 2011 г. средната цена на дребно на минута във фиксирани мрежи (включително приходите от цената за достъп до линията) е била 37% по-ниска от тази в мобилните мрежи. Западноевропейските оператори на фиксирани мрежи могат да използват сравнително ниски цени, за да запазят потребителите си по начин, по който операторите на фиксирани услуги в ЦИЕ⁶⁸ не могат. Тъй като пазарът на мобилни услуги в ЦИЕ е по-конкурентоспособен от този на фиксирани, мобилните гласови услуги са по-евтини (с 63%, с изключение на Русия, през второто тримесечие на 2011 г.)“

Пакетни услуги

Пакетните услуги (пакети) могат да повлияят значително на тенденцията към взаимозаменяемост на фиксирани с мобилни услуги.

Пакетите стават все по-популярни сред гражданите на ЕС (четири от десет домакинства в ЕС закупуват пакети от комуникационни услуги от един доставчик – 42%, + 4%⁶⁹), а достъпът до интернет и фиксирани телефонни услуги са най-често срещаните елементи в пакета (съответно се включват в 90% и 82% от абонаментите на пакетни услуги). Фиксирани телефонни услуги вече се закупуват като част от пакетна услуга в 48% от случаите (42% през четвъртото тримесечие на 2009 г.)⁷⁰. Това означава, че отказът от фиксиран достъп и замяната му с мобилен може да има по-значими последици. Поради налагането на пакетните услуги, операторите на фиксирани мрежи могат да се ползват от по-голяма лоялност от страна на своите потребители. В резултат на това може да се приеме, че пакетите са важни параметри, които трябва да бъдат взети предвид при ВФМУ.

Изглежда, че е налице взаимовръзка между проникването на пакетни услуги и моделите на взаимозаменяемост на фиксирани с мобилни услуги. Държави като Финландия (14%) или Чешката република (19%), в които се наблюдава все

⁶⁷ Източник: Analysys Mason (Домакинства, използващи само мобилни услуги: фиксирани гласови повиквания ще изчезнат в някои държави от Централна и Източна Европа) – септември 2011 г.

http://www.analysismason.com/About-Us/News/Insight/Insight_fixedvoice_abandonment_CEE_Sep2011/?utm_campaign=Insight%2029%20September%202011&utm_source=emailCampaign&utm_medium=email

⁶⁸ ЦИЕ: Държави от Централна и Източна Европа

⁶⁹ E-communications household survey (2011)

⁷⁰ Източник: E-communications household survey (2011)

по-голям брой домакинства, използващи само мобилни услуги, имат най-ниско ниво на проникване на пакетни услуги. Държави като Швеция (50%), Холандия (67%) и Франция (55%), които отбелязват високи и стабилни нива на проникване на фиксиран достъп, се характеризират и с по-високи нива на проникване на пакети.

Развитието на четворни пакети (телевизия, фиксирана телефонна услуга, мобилна телефонна услуга, достъп до интернет) в някои държави показва, че мобилните и фиксираните телефонни услуги се разглеждат (или най-малкото се предлагат) като взаимно допълващи се, а не като взаимозаменяеми. Четворните пакети не са популярни на европейско ниво (2% през първото тримесечие на 2011 г. според E-communications household survey).

ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТ НА ФИКСИРАНИТЕ С МОБИЛНИ УСЛУГИ ЗА ДАННИ

Цена

Както и при гласовите услуги, цените (включително абонаментните схеми) могат да повлияят на тенденцията за взаимозаменяемост на фиксираните с мобилни услуги. Резултатите от E-communications household survey от 2010 г. сочат например, че 32% от лицата, които имат мобилен телефон с достъп до интернет, считат, че достъпността до онлайн съдържание е ограничена от договорената абонаментна схема. През 2011 г. в проучването се посочва, че *„Половината от хората с мобилен достъп до интернет ограничават използването му поради опасения относно цената“*. Опасенията са най-големи в Белгия, Испания и България, където почти две трети от анкетираните мислят по този начин (съответно 65%, 65% и 64%). Подобни опасения имат по-малка степен на важност (41%) в Австрия, където взаимозаменяемостта на фиксирани с мобилни услуги за данни вече се наблюдава на пазара на дребно.

Следователно при оценката на взаимозаменяемостта на фиксирани с мобилни услуги за данни трябва да се има предвид ценовата/абонаментната схема за дадена услуга.

Пакетни услуги

Както беше посочено за гласовите услуги, пакетните услуги (особено популярни заради фиксирания достъп) допринасят фиксираните оператори да се възползват от по-голяма лоялност от страна на своите потребители.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 – ВЪПРОСНИК

ВЪПРОСНИК — ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТТА МЕЖДУ ФИКСИРАНИТЕ И МОБИЛНИТЕ УСЛУГИ ПРИ ОПРЕДЕЛЯНЕТО НА ПАЗАРА ГРУПА КОНВЕРГЕНЦИЯ И ИКОНОМИЧЕСКИ АНАЛИЗ

Настоящият въпросник има за цел да събере информация за ситуацията във връзка с взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги при определянето на пазара в държавите членки на ЕИП. Въпросите ще бъдат насочени главно към процеса на анализ на пазара, с цел да се установи: (1) дали и как НРО са анализирани възможността за включването на фиксирани и мобилни услуги на един и същи съответен пазар; (2) информацията, която е взета предвид при анализа на взаимозаменяемостта; както и (3) заключенията на НРО относно тази възможност. Първата част на въпросника ще съдържа и основна информация относно проникването на фиксирани и мобилни услуги, за да се очертае пазарната ситуация, пред която е изправен Вашият НРО по отношение на взаимозаменяемостта между фиксирани и мобилни услуги.

Данни за контакт:

НРО:	Наименование:
Електронна поща:	Телефонен номер:

Раздел 1. Резюме и информация за пазара

		2008 г. ⁷¹	2009 г. ⁷¹	2010 г. ⁷¹	Последно налични
% домакинства, които	използват само фиксирани ширококолентови услуги:				
	използват само мобилни ширококолентови услуги:				
	използват мобилни и фиксирани ширококолентови услуги:				
	не използват мобилни и фиксирани ширококолентови услуги:				
% домакинства, които	използват само фиксирани гласови услуги:				
	използват само мобилни гласови услуги:				
	използват мобилни и фиксирани гласови услуги:				
	не използват мобилни и фиксирани гласови услуги:				
Брой на ширококолентовите достъпи:	поддържани при фиксирани мрежи :				
	поддържани при мобилни мрежи ⁷² :				
	поддържани при мобилни мрежи ^{2,73} :				
Брой на гласовите достъпи:	поддържани при фиксирани мрежи ⁷⁴ :				
	поддържани при мобилни мрежи :				
Широколентов трафик (на достъп, в гигабайти)	във фиксирани мрежи :				
	в мобилни мрежи ⁷⁵ :				
	в мобилни мрежи ^{2,3} :				
Общ гласов трафик ⁷⁵ (в минути на достъп)	във фиксирани мрежи :				
	в мобилни мрежи :				
Общ гласов трафик ³ (брой повиквания на достъп)	във фиксирани мрежи :				
	в мобилни мрежи :				

1. Анализирани ли сте някога в рамките на пазарния анализ интеграцията на мобилни и фиксирани услуги в един и същи пазар (интересуваме се от пазарите на дребно и на едро)⁷⁶?

⁷¹ Към края на годината:

⁷² Всички активни потребители – „*Действителната употреба е определена като транзакция, извършена през последните 90 дни (преди края на периода), при която потребителят е осъществил достъп до услуги за данни, като уеб/интернет съдържание, онлайн мултиплеър игри, VoD или други еквивалентни услуги за данни (с изключение на SMS и MMS). Определението дава информация за брой активни потребители, участващи в транзакции*“.

⁷³ Самостоятелна услуга за достъп чрез карти за данни/модеми

⁷⁴ Активни фиксирани телефонни линии:

⁷⁵ Генерирани повиквания

⁷⁶ Моля, имайте предвид, че се интересуваме от всички пазари, които сте анализирани независимо дали са на ниво на дребно или на едро или дали са включени или не в Препоръката на Комисията за съответните пазари

Да Не Ако сте отговорили с НЕ, можете да преминете към Раздел 4 от настоящия въпросник.

2. В СЛУЧАЙ, ЧЕ СТЕ ОТГОВОРИЛИ С ДА:

На кои пазари (заинтересовани сме от пазари на дребно и на едро)⁶? На дребно: На едро:

3. На кой от тези пазари сте стигнали до заключението, че мобилните и фиксираните услуги принадлежат към един и същи съответен пазар (интересуваме се от пазарите на дребно и на едро)⁶? На дребно: На едро:

4. Какви са основните причини, които са взети предвид при направеното заключение за наличието (липсата) на взаимозаменяемост на пазарите, посочени по-горе? На дребно: На едро:

5. Дори и да не сте стигнали до заключението, че мобилните и фиксираните услуги принадлежат към един и същи съответен пазар, наличието на взаимозаменяемост между мобилни и фиксирани услуги повлияло ли е някога на Вашите заключения относно анализа за наличие на значително въздействие върху пазара или налагането на задължения на пазарите? На кои пазари⁶? По какъв начин?

Раздел 2. Анализ на взаимозаменяемостта

Какъв тип анализ сте извършили при анализиране на евентуалната интеграция на фиксирани и мобилни услуги в един и същи пазар на едро/дребно?

Анализ на качеството <input type="checkbox"/>	Иконометричен анализ <input type="checkbox"/>
Проучване <input type="checkbox"/>	Експериментална икономика <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Бележки и други извършени анализи:

Раздел 3. Източници на информация

Какви източници на информация взехте предвид при анализа на възможната интеграция на фиксирани и мобилни услуги в един и същи пазар на едро/дребно?

Информация от историческия оператор/ оператора със ЗВП <input type="checkbox"/>	Информация от алтернативните оператори <input type="checkbox"/>
Специфично проучване <input type="checkbox"/>	Налични проучвания <input type="checkbox"/>
Публична достъпна информация <input type="checkbox"/>	Информация от други пазарни агенти <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Коментари и други източници на информация, взети предвид:

Раздел 4. Използвана информация и относимост

Настоящият раздел съдържа 11 таблици. Първият ред на всяка таблица (в синьо) се отнася до общата информация по въпроса, включен в таблицата. Другите редове на таблиците се отнасят до по-конкретна и подробна информация, свързана с общия въпрос, който може да бъде взет предвид при анализа на взаимозаменяемостта. От съществено значение за нашата работа е да разполагаме с информация най-малко относно 11-те реда с обща информация, но би било от голяма полза, ако можете да дадете по-подробен отговор.

Таблиците се отнасят до информация, която може да се използва при анализа на взаимозаменяемостта при фиксираните и мобилните услуги на дребно. Питаме Ви дали Вашият НРО счита информацията за приложима и дали информацията вече е била използвана при анализа на възможната интеграция на фиксирани и мобилни услуги на един и същи пазар на дребно. В края на настоящия раздел Ви задаваме въпрос относно разликите между информацията и вида на анализа, използван на равнище на дребно и на едро.

Ако никога не сте анализирали евентуалната интеграция на мобилни и фиксирани услуги на един и същи пазар на дребно, можете все пак да изберете приложимостта на информацията при евентуален анализ на взаимозаменяемостта.

Моля, изберете правилната опция във всяка колона.

При избора на приложимостта на информацията опциите са:

0 – Не е приложимо

1 – От значение за оценката на взаимозаменяемостта при фиксираните и мобилните услуги, но не е ключов параметър в национален контекст

2 – От значение за оценката на взаимозаменяемостта при фиксираните и мобилните услуги и е ключов параметър в национален контекст

на продукти и услуги в сектора на електронните съобщения, подлежащи на ex-ante регулиране. Независимо от това, проявяваме специален интерес към пазарите, свързани с гласовите и широколентовите услуги.

1. Различие в другите характеристики между фиксирани и мобилни услуги (настоящи и бъдещи)

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколенов и услуги	Гласови услуги	Широколенови услуги	Гласов и услуги
Различие в характеристиките на офертите между фиксирани и мобилни услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Цена (равнище)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Ценова структура ⁷⁷	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Входящ капацитет	Изберете		Изберете	
Изходящ капацитет	Изберете		Изберете	
Лимит на потребление (Мб/минути)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Ограничения при използването на приложения (например Скайп)	Изберете		Изберете	
Включени в офертата за фиксирани услуги на „безплатни“ минути на месец	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Включени в офертата за мобилни услуги на „безплатни“ минути на месец	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

2. Структура и стратегия на пазара

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколенов и услуги	Гласови услуги	Широколенови услуги	Гласов и услуги
Структура и стратегия на пазара	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Дали основните оператори на мобилни и фиксирани мрежи принадлежат към една и съща група или са сключили конкретни споразумения?	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Ниво на конкуренция в сегмента на фиксираните/мобилните услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Налична ли е агресивна стратегия на мобилен/фиксиран оператор за натрупване на критична маса на пазара?	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

3. Анализ на пакетни оферти

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколенов и услуги	Гласови услуги	Широколенови услуги	Гласов и услуги
Анализ на пакетни оферти	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разпространение на самостоятелни и пакетни оферти (всички варианти)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разпространение и условия на пакетни оферти, включително фиксирани и мобилни услуги едновременно	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Наличие/разпространение на оферти за четворни пакети или оферти, които включват фиксиран и мобилен достъп	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

4. Сравнение на изменението в броя достъпи/проникването

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно	
	Широколенов и услуги	Гласови услуги	Широколенови услуги	Гласов и услуги

⁷⁷Различия в структурата на ценовите планове: чрез тях имаме предвид различията в структурата на фиксираните и мобилните ценови планове (напр. за гласови услуги: наличието на месечна такса спрямо задължителното зареждане на минути, разлики в цената на минута в и извън мрежата и др.).

Сравнение на изменението в броя достъпи/проникването	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Сравнение на изменението в броя достъпи/проникването на мобилния и фиксираня достъп	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
% домакинства, които ползват само фиксирана услуга	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
% домакинства, които ползват само мобилна услуга	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
% домакинства, които ползват както фиксирана, така и мобилна услуга	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

5. Оценка на евентуалното използване на телевизионни (или подобни) услуги в мобилните мрежи

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколенетов и услуги	Гласови услуги	Широколенетови услуги	Гласови услуги
Оценка на евентуалното използване на телевизионни услуги в мобилните мрежи	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Наличие на приложения и услуги, които позволяват разпространението на телевизионни (или подобни) услуги в мобилните мрежи?	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разпространение на пакети, интегриращи телевизионни услуги във фиксирани и мобилни мрежи	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разпространение на телевизионна услуга като самостоятелно предложение	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

6. Съществуваща и потенциална взаимозаменяемост при фиксирани и мобилни услуги

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколенетов и услуги	Гласови услуги	Широколенетови услуги	Гласови услуги
Съществуваща и потенциална взаимозаменяемост при фиксирани и мобилни услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Съществуващи данни за преминаване между мобилни и фиксирани услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Причини за предишно преминаване между фиксирани и мобилни услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Данни относно намерението или възможността за преминаване между мобилни и фиксирани услуги (ако фиксираните цени нараснат с 5/10%, бихте ли преминали към използване на мобилни услуги?)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Причини крайните потребители да преминат от фиксирана към мобилна услуга? И обратното	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бариери за преминаване от фиксирани към мобилни услуги и обратно	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Сравнение в продължителността на договора за фиксирани и за мобилни услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

7. Различия в крайните устройства

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно	
	Широколенетов и услуги	Гласови услуги	Широколенетови услуги	Гласови услуги
Различия в крайните устройства	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разлика в цените на крайните устройства за мобилни услуги и тези за фиксирани услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Наличие на оферти, които обединяват необходимите крайни устройства	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Процент домакинства с повече от един компютър	Изберете		Изберете	

Разлики в характеристиките на крайните устройства ⁷⁸	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

8. Разлики в характеристиките на крайните потребители или използването на услугите

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколентов и услуги	Гласови услуги	Широколентови услуги	Гласови услуги
Разлики в характеристиките на крайните потребители или използването на услугите	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Различия в модела на потребление между потребители на фиксирани и мобилни услуги (например честота на използване, продължителност)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разлики при използване на достъпа за крайния потребител (напр. за ширококолентов достъп: електронна поща, домашно банкиране, P2P, YouTube и др.)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Различия в характеристиките на крайните потребители (например доходи, образование, възраст и др.), използващи мобилни спрямо тези, използващи фиксирани услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разлики в сигурността при използване на някои приложения между мобилни и фиксирани услуги (например домашно банкиране)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

9. Наличие на насърчаващи програми за конкретни мрежи/услуги

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколентов и услуги	Гласови услуги	Широколентови услуги	Гласови услуги
Наличие на насърчаващи програми за конкретни мрежи/услуги⁷⁹	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Наличие на специфични програми, насърчаващи използването на мобилни или фиксирани услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Връзка между приемането на използването на мобилна/фиксирана услуга и съществуването на промоционалната програма	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

10. Специфични въпроси относно предлагането

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Широколентов и услуги	Гласови услуги	Широколентови услуги	Гласови услуги
Специфични въпроси относно предлагането	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Равнище на разликите в разходите между мобилни и фиксирани услуги	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разлики в капацитета между фиксирани и мобилни мрежи	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Инвестиционни планове на операторите	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Наличие на LTE	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Наличие на продукти за достъп от следващо поколение (напр. оферти за 100 Mbps)	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Различия в мрежовото покритие	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Географски разлики в капацитета на мобилните и фиксираните мрежи	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

⁷⁸ Например разлики в размера на екрана, размера на клавиатурата и др.

⁷⁹ Имаме предвид промоционални програми на трети страни (напр. правителства, насърчаващи използването на мобилни ширококолентови услуги).

11. Удовлетвореност на крайните потребители

Информация	Значение за		Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Ширококоленови и услуги	Гласови услуги	Ширококоленови услуги	Гласови услуги
Удовлетвореност на крайните потребители	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Ниво на удовлетвореност от мобилната/фиксираната услуга	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Ниво на неудовлетвореност от мобилната/фиксираната услуга	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Разлики между фиксирани и мобилни услуги във възприеманото качество	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Основни причини за удовлетвореността от мобилната/фиксираната услуга	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Основни причини за неудовлетвореността от мобилната/фиксираната услуга	Изберете	Изберете	Изберете	Изберете
Бележки и допълнителна информация				

1. Допълнителна обща информация, която трябва да се вземе предвид при анализа на взаимозаменяемостта между мобилните и фиксираните услуги на **пазарите на дребно: за гласови услуги**:

2. Допълнителна обща информация, която трябва да се вземе предвид при анализа на взаимозаменяемостта между мобилните и фиксираните услуги на **пазарите на дребно: за ширококоленови услуги**:

3. Какви са основните разлики между анализа на взаимозаменяемостта на пазарите **на дребно** между мобилни и фиксирани гласови и ширококоленови услуги?

4. Обща информация, която да се вземе предвид при анализа на взаимозаменяемостта между мобилни и фиксирани услуги на **пазарите за гласовите услуги на едро** (ако е уместно посочете кои пазари на едро имате предвид):

5. Обща информация, която да се вземе предвид при анализа на взаимозаменяемостта между мобилни и фиксирани услуги на пазарите за **ширококоленови услуги на едро** (ако е уместно посочете кои пазари на едро предвид):

6. Какви са основните **разлики** между анализа на взаимозаменяемостта между мобилни и фиксирани услуги на пазарите **на дребно и на едро**?

БЛАГОДАРИМ ЗА ПОМОЩТА ВИ!

ПРИЛОЖЕНИЕ 4 – ОТГОВОРИ НА ВЪПРОСНИКА

Раздел 1 – Резюме и информация за пазара

Въпрос 1: Анализирали ли сте някога в рамките на пазарния анализ интеграцията на мобилни и фиксирани услуги в един и същи пазар?

Брой НРО, отговорили с ДА	Брой НРО, отговорили с НЕ
22	3 ⁸⁰

Раздел 2 – Анализ на взаимозаменяемостта

Какъв тип анализ сте извършили при анализиране на евентуалната интеграция на фиксирани и мобилни услуги в един и същи пазар на едро/дребно?

ВАРИАНТ	Брой НРО, избрали този вариант
Анализ на качеството	22
Проучване	18
Иконометричен анализ	5
Количествен анализ	5
Експериментална икономика	1

Раздел 3 – Източници на информация

Какви източници на информация взехте предвид при анализа на възможната интеграция на фиксирани и мобилни услуги в един и същи пазар на едро/дребно?

ВАРИАНТ	Брой НРО, избрали този вариант
Информация от историческия оператор/оператора със ЗВП	20
Информация от алтернативни оператори	19
Обществено достъпна информация	19
Налични проучвания	15
Специфични проучвания	14
Информация от други пазарни субекти	6
Информация от други НРО	2

Раздел 4 – Използвана информация и относимост

Националните регулаторни органи трябваше да преценят дали информацията е:

- Неприложима;
- От значение за оценката на ВФМУ, но не и ключов параметър в национален контекст; или
- От значение е за оценката ВФМУ и е ключов параметър в национален контекст.

⁸⁰ Един от НРО, отговорили на въпросника, е посочил, че не извършва пазарен анализ

Националните регулаторни органи трябваше също да посочат дали вече са използвали всеки от видовете информация при определянето на пазара на дребно⁸¹.

Таблица 1. Различие характеристиките на офертите между фиксирани и мобилни услуги

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Различие в характеристиките на офертите между фиксирани и мобилни услуги	1	2	19	1	4	17	19	19
Цена (равнище)	0	1	22	0	1	22	18	18
Ценова структура	0	9	13	1	6	15	14	15
Входящ капацитет	0	2	20	Не е приложимо	Не е приложимо	Не е приложимо	17	Не е приложимо
Изходящ капацитет	2	11	9	Не е приложимо	Не е приложимо	Не е приложимо	13	Не е приложимо
Лимит на потребление (Mb/минути)	0	8	15	9	9	4	15	3
Ограничения при използването на приложения (например Скайп)	6	14	3	Не е приложимо	Не е приложимо	Не е приложимо	4	Не е приложимо
Включени в офертата за фиксирани услуги „безплатни“ минути на месец	15	5	1	6	11	5	0	6
Включени в офертата за мобилни услуги „безплатни“ минути на месец	14	5	1	5	12	6	1	7

Таблица 2. Структура и стратегия на пазара

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Структура и стратегия на пазара	2	13	9	2	13	9	11	7
Дали основните оператори на мобилни и фиксирани мрежи принадлежат към една и съща група или са сключили	2	11	7	3	12	6	9	5

⁸¹ Някои НРО могат да считат информацията за приложима или дори значим и ключов параметър, но не са я използвали при пазарния анализ, тъй като при извършването му тя не е била налична или по това време не е имала отношение към анализа.

конкретно споразумение?								
Ниво на конкуренция в сегмента на фиксирани/мобилните услуги	2	9	10	2	8	9	6	7
Наличие на агресивна стратегия на мобилен/фиксиран оператор за натрупване на критична маса на пазара	5	12	4	4	10	6	6	4

Таблица 3. Анализ на пакетни оферти

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Анализ на пакетни оферти	3	13	8	4	10	9	11	7
Разпространение на самостоятелни и пакетни оферти (всички варианти)	1	12	6	2	9	9	7	6
Разпространение и условия на пакетни оферти, включително фиксирани и мобилни услуги едновременно	1	13	5	2	10	8	7	5
Наличие/разпространение на оферти за четворни пакети или оферти, които включват фиксиран и мобилен достъп	2	15	2	3	12	4	5	3

Таблица 4. Сравнение на броя достъпи

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Сравнение в изменението на броя достъпи/проникването	1	7	15	1	7	15	16	17
Сравнение на изменението в броя достъпи	1	5	16	1	7	15	15	15
% домакинства, които използват само фиксирана услуга	1	8	13	1	7	15	7	11
% домакинства, които използват само мобилна услуга	0	9	13	1	8	14	8	11
% домакинства, които използват както фиксирана, така и мобилна услуга	1	6	15	1	8	14	8	10

Таблица 5. Оценка на евентуалното използване на телевизионни (или подобни) услуги в мобилните мрежи

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Оценка на евентуалното използване на телевизионни (или подобни) услуги в мобилните мрежи	7	11	5	13	9	0	6	3
Наличие на приложения и услуги, които позволяват разпространение на телевизионни (или подобни) услуги в мобилните мрежи?	7	11	3	11	6	2	4	1
Разпространение на пакети, включващи телевизионни услуги във фиксирани и мобилни мрежи	5	8	7	8	9	2	7	4
Разпространение на телевизионна услуга като самостоятелно предложение	8	10	2	11	8	0	4	1

Таблица 6. Съществуваща и потенциална взаимозаменяемост при фиксирани и мобилни услуги

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Съществуваща и потенциална взаимозаменяемост при фиксирани и мобилни услуги	1	6	15	1	6	16	11	13
Съществуващи данни за преминаване между мобилни и фиксирани услуги	3	7	12	2	10	11	10	12
Причини за предишно преминаване между фиксирани и мобилни услуги	4	9	9	3	10	11	8	10
Данни относно възможността за преминаване между мобилни и фиксирани услуги в отговор на увеличение на цената	2	4	15	1	4	17	11	12
Причини крайните потребители да преминат от фиксирана към	3	6	12	2	7	13	8	11

мобилна услуга? И обратно								
Бариери при преминаване от фиксирани към мобилни услуги и обратно	1	9	11	1	9	12	10	13
Сравнение в продължителността на договора за фиксирани и за мобилни услуги	5	13	3	7	10	4	4	4

Таблица 7. Различия в крайните устройства

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Различия в крайните устройства	5	11	5	5	12	5	5	5
Разлика в цените на крайните устройства за мобилни услуги и тези за фиксирани услуги	4	12	5	6	12	3	4	3
Наличие на оферти, които обединяват необходимите крайни устройства	3	14	3	6	13	2	5	3
Процент домакинства с повече от един компютър	11	7	1	Не е приложимо	Не е приложимо	Не е приложимо	4	
Разлики в характеристиките на крайните устройства ⁸²	6	9	6	6	12	4	7	7

Таблица 8. Разлики в характеристиките на крайните потребители или използването на услугите

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Разлики в характеристиките на крайните потребители или използването на услугите	2	13	7	2	11	10	12	13
Различия в модела на потребление между потребители на фиксирани и мобилни услуги	3	10	9	2	10	10	11	12

⁸² Например разлики в размера на екрана, размера на клавиатурата и др.

Разлики в използването на достъпа за крайния потребител	4	8	10	9	6	7	10	7
Различия в характеристиките на крайните потребители, използващи мобилни спрямо тези, използващи фиксирани услуги	9	10	2	8	11	4	6	7
Разлики в сигурността при използване на някои приложения между мобилни и фиксирани услуги	8	11	1	10	8	2	4	3

Таблица 9. Удовлетвореност на крайните потребители

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Удовлетвореност на крайните потребители	3	14	5	4	12	4	8	4
Ниво на удовлетвореност от мобилната/фиксираната услуга	3	12	5	4	10	5	6	2
Ниво на неудовлетвореност от мобилната/фиксираната услуга	4	14	2	4	12	3	6	1
Разлики между фиксирани и мобилни услуги във възприеманото качество	3	11	6	2	9	8	6	4
Основни причини за удовлетвореността от мобилната/фиксираната услуга	6	10	4	5	10	4	6	3
Основни причини за неудовлетвореността от мобилната/фиксираната услуга	5	11	4	4	11	4	6	3

Таблица 10. Наличие на насърчаващи програми за конкретни мрежи/услуги

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Наличие на насърчаващи	12	8	3	14	7	1	4	1

програми за конкретни мрежи/услуги								
Наличие на специфични програми, насърчаващи използването на мобилни или фиксирани услуги	9	7	3	10	7	1	3	0
Връзка между приемането на използването на мобилна/фиксирана услуга и съществуването на насърчаваща програма	11	7	1	12	6	0	2	0

Таблица 11. Специфични въпроси относно предлагането

Характеристика	Широколентови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Гласови услуги – брой НРО, отговорили на всяка от категориите			Вече използвана в определянето на пазара на дребно?	
	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 0	Вариант 1	Вариант 2	Широколентови услуги	Гласови услуги
Специфични въпроси относно предлагането	0	8	13	2	8	12	14	11
Равнище на разликите в разходите между мобилни и фиксирани услуги	2	8	12	2	8	9	12	7
Разлики в капацитета между фиксирани и мобилни мрежи	0	11	12	5	10	5	14	4
Инвестиционни планове на операторите	3	15	4	5	11	3	8	5
Наличие на LTE	4	12	6	9	7	3	6	2
Наличие на продукти за достъп от следващо поколение (напр. офери за 100 Mbps)	4	9	8	9	7	3	7	3
Различия в мрежовото покритие	1	9	12	2	10	8	12	7
Географски разлики в капацитета на мобилните и фиксираните мрежи	2	11	11	10	6	5	10	2