

# **Prenosivost broja**

## **Nova usluga na našem tržištu**

Thursday, December 17, 2009



# Šta je prenosivost broja?



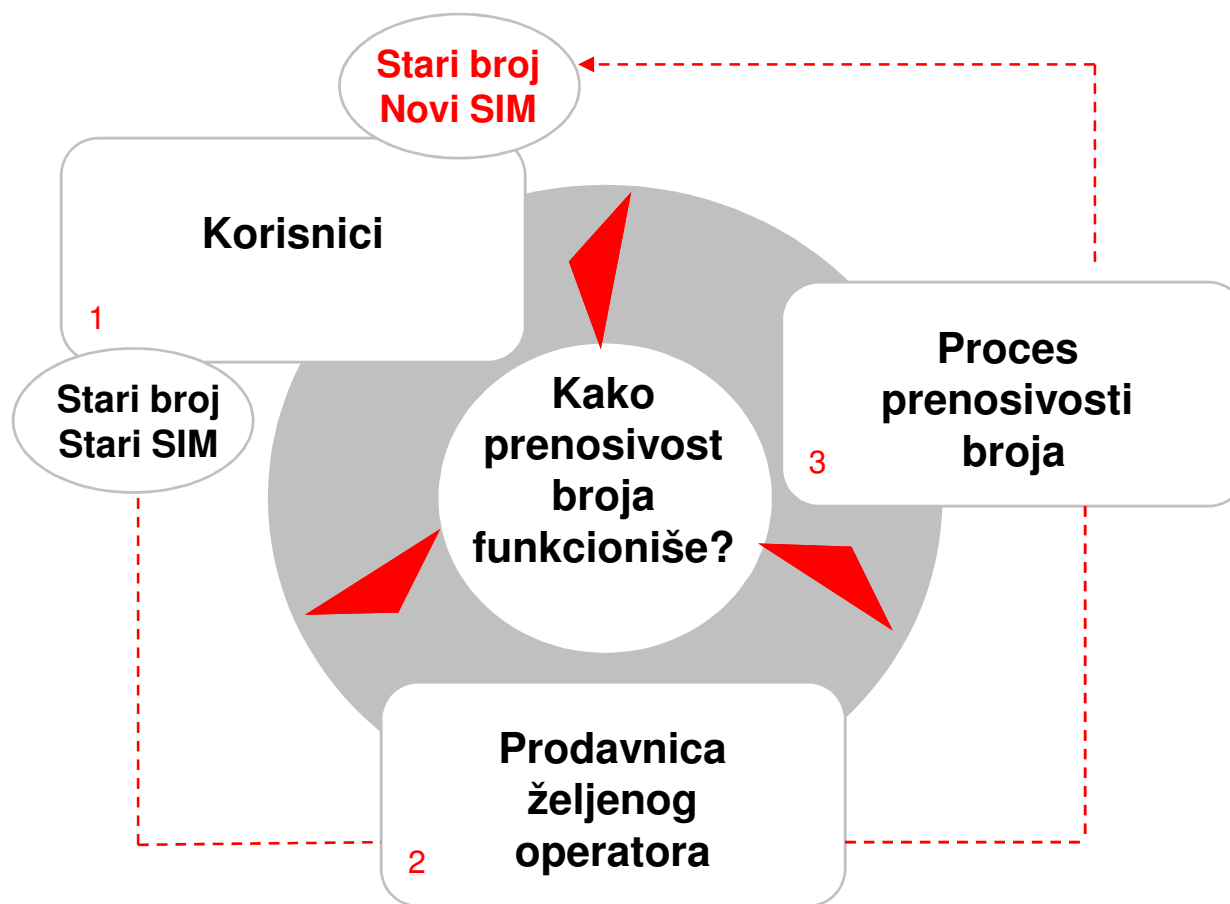
## Prenosivost broja

- Prenosivost broja **omogućava korisnicima da zadrže broj telefona** kada prelaze od jednog kod drugog operatora.<sup>1</sup>
- Prenosivost broja je **ključni faktor pri odlučivanju potrošača o promeni operatora**, kao i za **jačanje konkurentnosti na tržištu telekomunikacija**, jer je krajnjim korisnicima omogućeno da sačuvaju svoje brojeve telefona u javnoj telekomunikacionoj mreži nezavisno od kompanije pružaoca usluga.<sup>2</sup>
- Ova usluga **štedi korisniku novac, vreme i trud**, a smanjuje i probleme koji se obično javljaju prilikom promene broja telefona.
- **Jednostavna i brza procedura** usluge prenosivosti broja omogućava korisniku da iskusiti prednosti prelaska kod drugog operatora koji nudi niže cene, bolju ponudu, nove usluge ili neke druge pogodnosti.

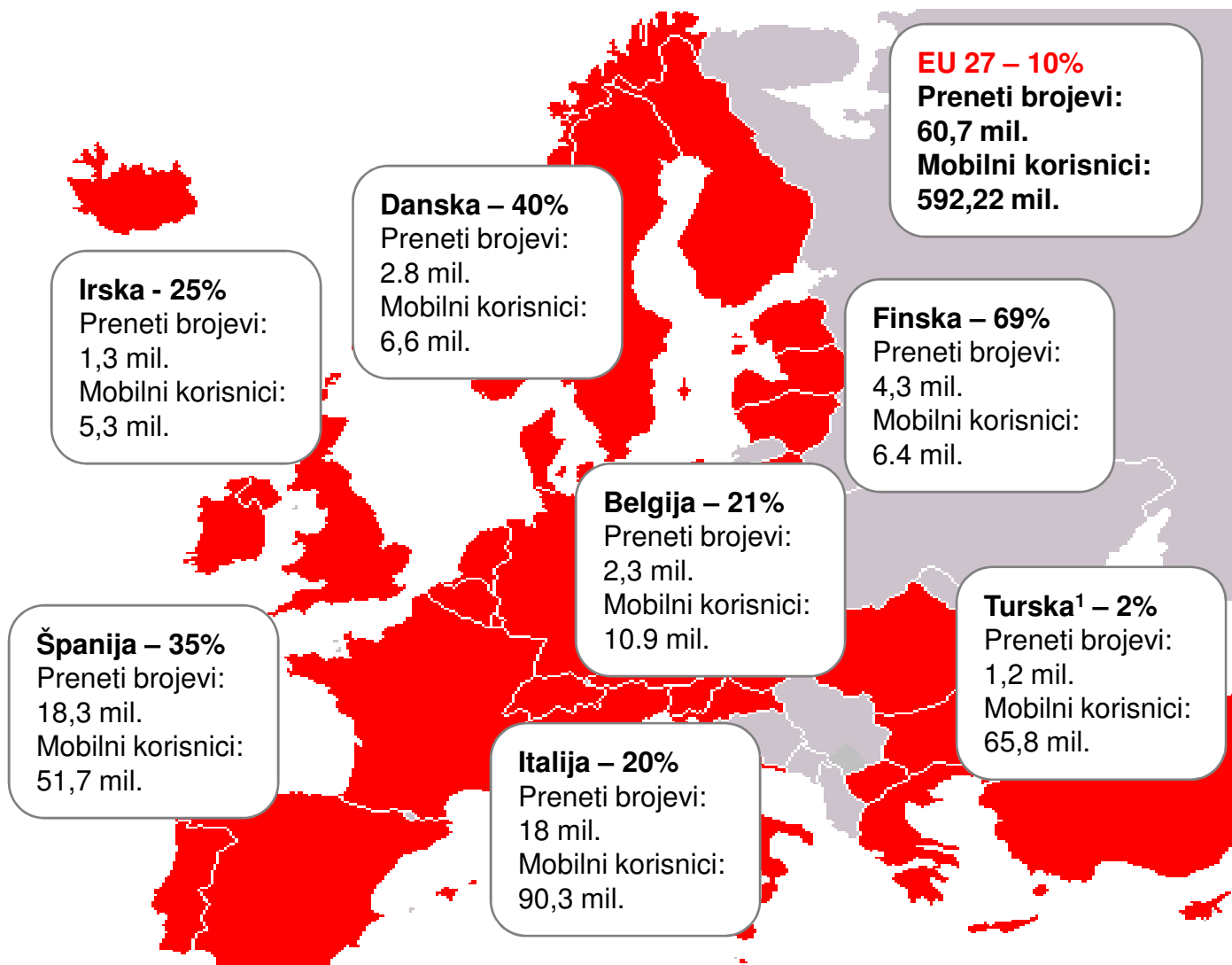
<sup>1</sup> Commission of the European Communities – Progress report on the single European electronic communications market 2008 (14<sup>th</sup> report)

<sup>2</sup> Universal Service Directive – Directive 2002/22/EC

# Proces prelaska kod drugog operatora



# Evropsko iskustvo



<sup>1</sup> Usluga prenosivosti broja za mobilnu mrežu je uvedena u novembru 2008

Izvor: Commission of the European Communities – Progress report on the single European electronic communications market 2008 (14<sup>th</sup> report), okt. 2008

## Usluga prenosivosti broja u Centralnoj i Istočnoj Evropi<sup>1</sup>

Zemlja	Fiksna - Fiksna	Mobilna - Mobilna
Estonija	√	√
Letonija	√	√
Litvanija	√	√
Poljska	√	√
Češka	√	√
Slovačka	√	√
Mađarska	√	√
Rumunija	√	√
Bugarska	√	√
Slovenija	√	√
Hrvatska	√	√
Makedonija	√	√

Prenosivost broja još nije uvedena u Srbiji, Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini i Albaniji.

<sup>1</sup>Izvor: Cullen International

Commission of the European Communities – Progress report on the single European electronic communications market 2008 (14<sup>th</sup> report)

## Faktori uspešnosti primene usluge prenosivosti broja za mobilnu mrežu<sup>1</sup>

Zemlja	Datum uvođenja	Inicijator postupka	Naknada (EUR)	Potrebno vreme	Preneti brojevi (%) <sup>2</sup>
Irska	Jul 2003.	Primalac	0	1 dan	24,60%
Belgija	Okt 2002.	Primalac	0	2 dana	21,10%
Danska	Jul 2001.	Primalac	0	3 dana	39,97%
Turska <sup>3</sup>	Nov 2008.	Primalac	0	3 - 5 dana	2,00%

Zemlja	Datum uvođenja	Inicijator postupka	Naknada (EUR)	Potrebno vreme	Preneti brojevi (%) <sup>2</sup>
Poljska <sup>4</sup>	Jun 2006.	Primalac	0	38 dana	0,59%
Slovačka	Maj 2006.	Primalac	13 - 20	14 dana	0,42%
Mađarska	Maj 2004.	Primalac	0	6 dana	1,93%
Makedonija <sup>3</sup>	Sep 2008.	Primalac	10	14/4 dana	0,06%

<sup>1</sup> Izvor: Commission of the European Communities – Progress report on the single European electronic communications market 2008 (14<sup>th</sup> report)

<sup>2</sup> Procenat ukupno preseljenih brojeva u odnosu na broj mobilnih korisnika

<sup>3</sup> Podaci su zaključno sa martom 2009

<sup>4</sup> Za postpaid - Januar 2006 ; za prepaid - Jun 2006

# Šta kažu potrošači?







Strategic Marketing Research

Part of StrategicPuls Group and Member of ESOMAR

# PRENOSIVOST BROJA MOBILNOG TELEFONA

Obaveštenost, stavovi i očekivanja korisnika mobilne telefonije

StrategicPuls Group

---

Serbia | Croatia | Slovenia | Bosnia and Herzegovina | Montenegro | Macedonia | Albania

## Metodologija

### **Metod prikupljanja podataka:**

CATI istraživanje putem fiksnog telefona

### **Penetracija fiksne linije:**

75% domaćinstava (92% u urbanim naseljima i 65% u drugom tipu naselja)

### **Okvir uzorka:**

Zasnovan na zvaničnoj statistici i SMR procenama

### **Veličina uzorka:**

211 kompanija korisnika mobilne telefonije i 1020 građana korisnika mobilne telefonije (uzrasta 15-65 godina)

### **Kontrola terenskog rada:**

Sprovedena na 12% ukupnog broja ostvarenih anketa, uz logičku kontrolu i kontrolu doslednosti podataka na 100% ostvarenih anketa

### **Datum sprovođenja istraživanja:**

1-9. septembar 2008.

### **Interval poverenja\*:**

95% interval poverenja za incidencu 05% (03.3%, 06.7%)

95% interval poverenja za incidencu 20% (16.8%, 23.2%)

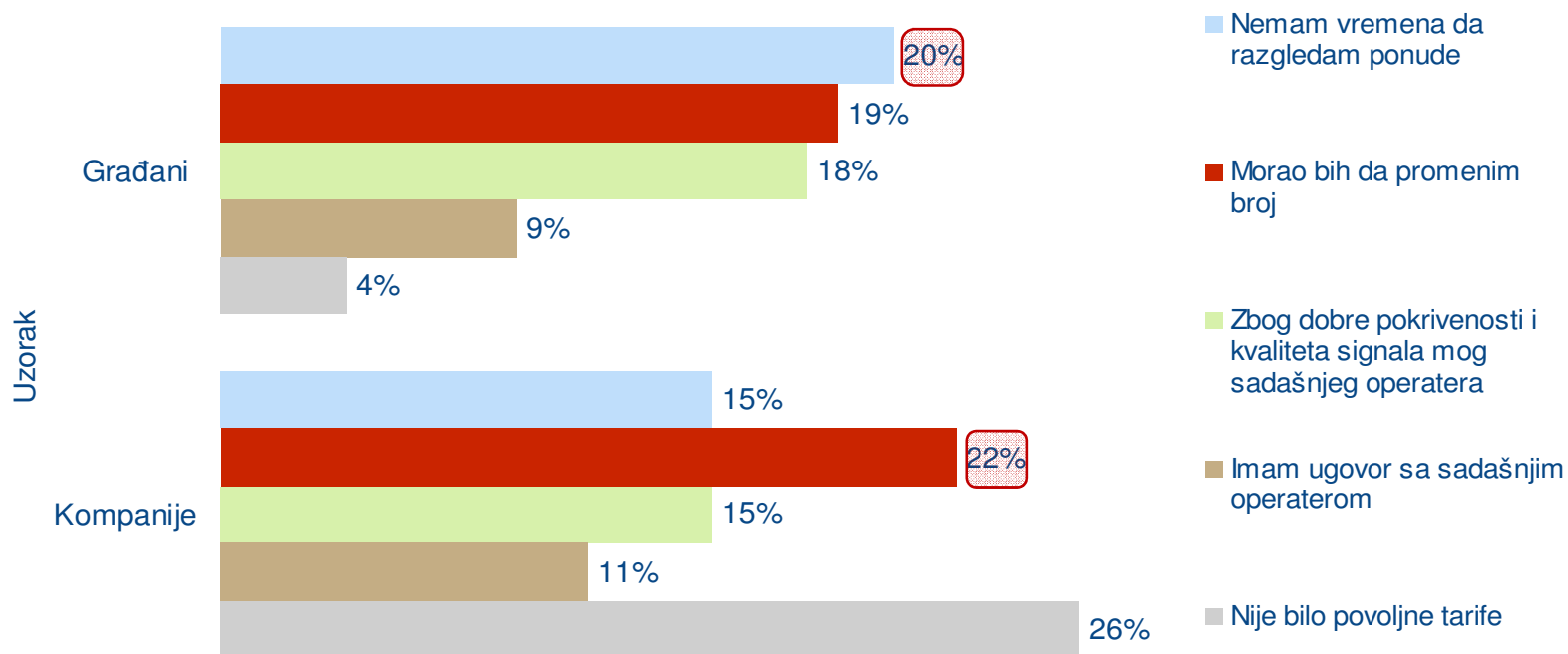
95% interval poverenja za incidencu 40% (36.0%, 44.0%)

\*važi samo za uzorak građana korisnika mobilne telefonije

## Uslov promene broja mobilnog telefona druga je po važnosti prepreka za one korisnike koji su do sada razmatrali promenu operatera, ali se za ovaj korak još uvek nisu odlučili

P: Molim Vas, recite zbog čega još uvek niste promenili operatera ? *Otvoren odgovor*

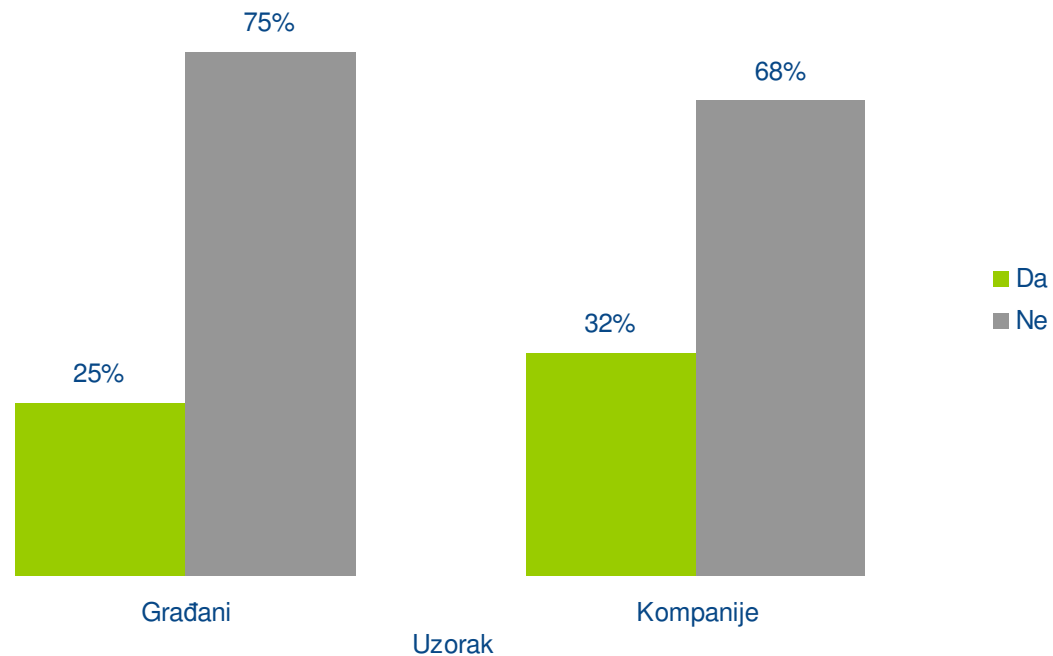
Osnova: Populacija korisnika mobilne telefonije koju su ikada razmatrali promenu operatera



Pojam prenosivosti broja mobilnog telefona još uvek je nepoznat većini korisnika i samo je četvrtina građana odnosno trećina kompanija navela da je upoznata sa ovim pojmom

P: Da li ste čuli za prenosivost broja mobilnog telefona? *Zatvoren odgovor – da/ne*

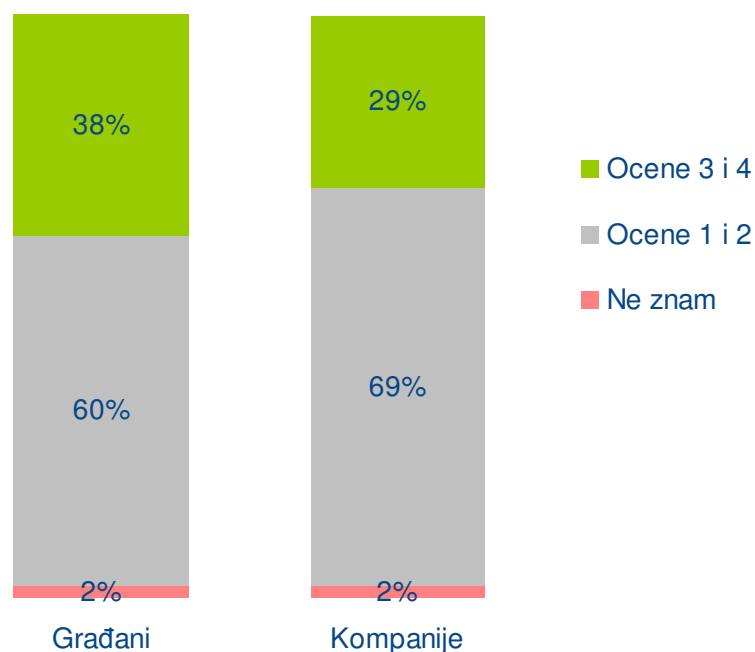
Osnova: Celokupna ciljna populacija



Mogućnost prenosivosti broja mobilnog telefona, prethodno pojašnjena, a zatim ponuđena, budi veliko interesovanje korisnika - 38% građana i 29% kompanija koristilo bi ovu uslugu

P: Da li biste zamenili mobilnog operatera ako biste mogli da zadržite svoj sadašnji broj telefona i svoj sadašnji prefiks? To znači da ne biste zadržali isti tarifni plan i da biste odabrali novi kod novog operatera. *Zatvoren odgovor – četvorostepena skala; 1-sigurno ne, 4-sigurno da*

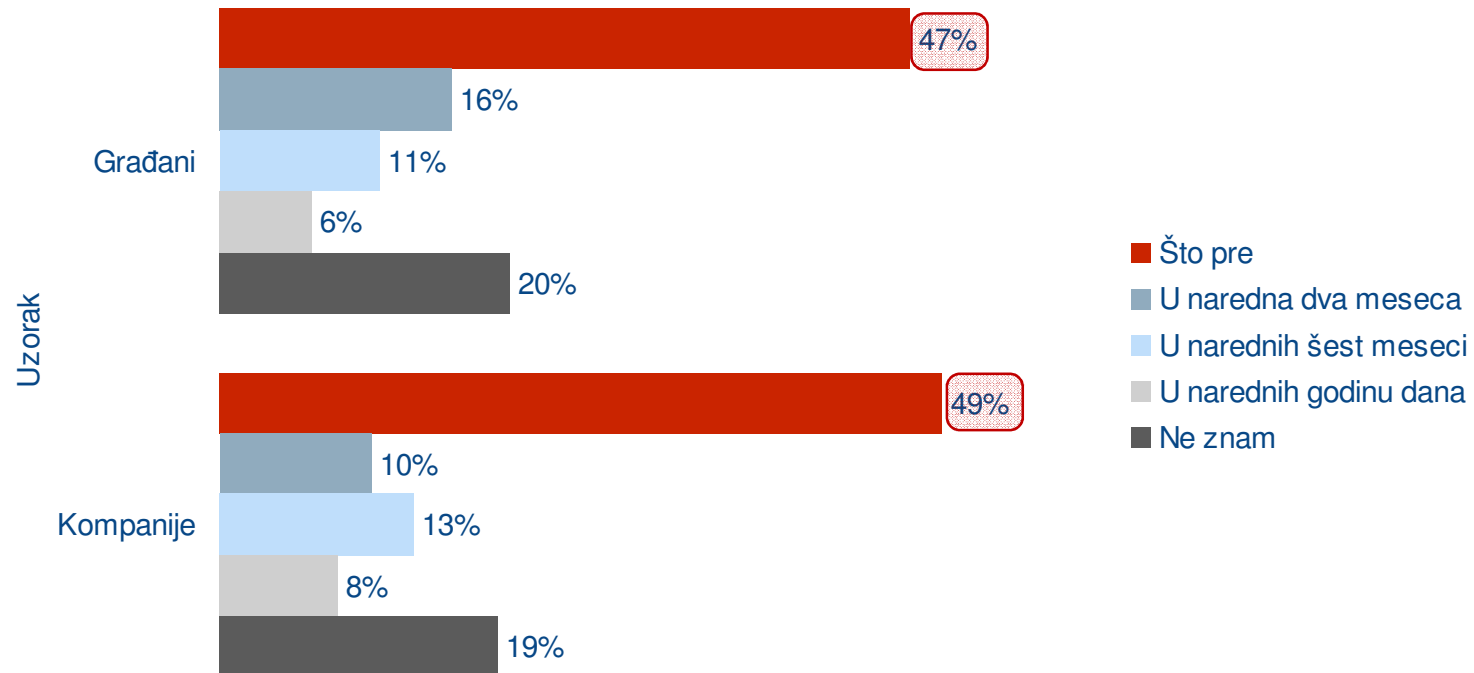
Osnova: Celokupna ciljna populacija



## Gotovo 50% kako građana tako i kompanija smatra da bi usluga prenosivosti broja mobilnog telefona trebalo da bude uvedena što pre

P: U kom roku bi nadležne institucije trebalo da omoguće prenosivost broja mobilnog telefona u Srbiji?  
*Otvoren odgovor*

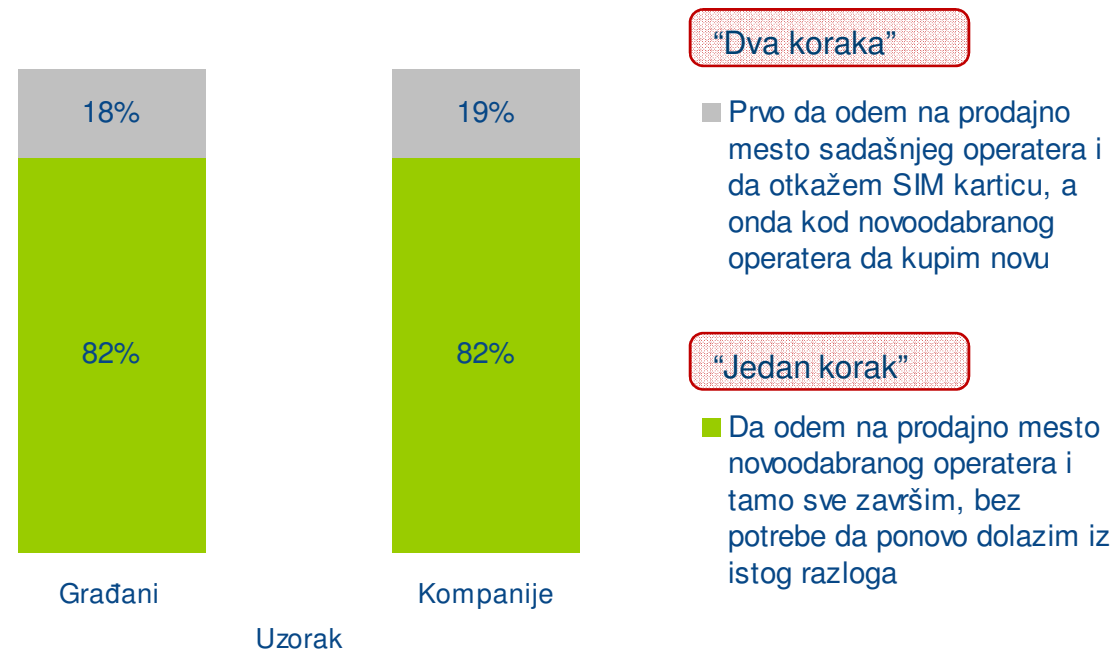
Osnova: Celokupna ciljna populacija



## Procedura od “jednog koraka” jasan je izbor i to za 82% kako građana tako i kompanija

P: U slučaju promene operatera morali biste da posetite prodajno mesto operatera uključenih u proces. Šta biste više voleli...? *Ponuđen odgovor*

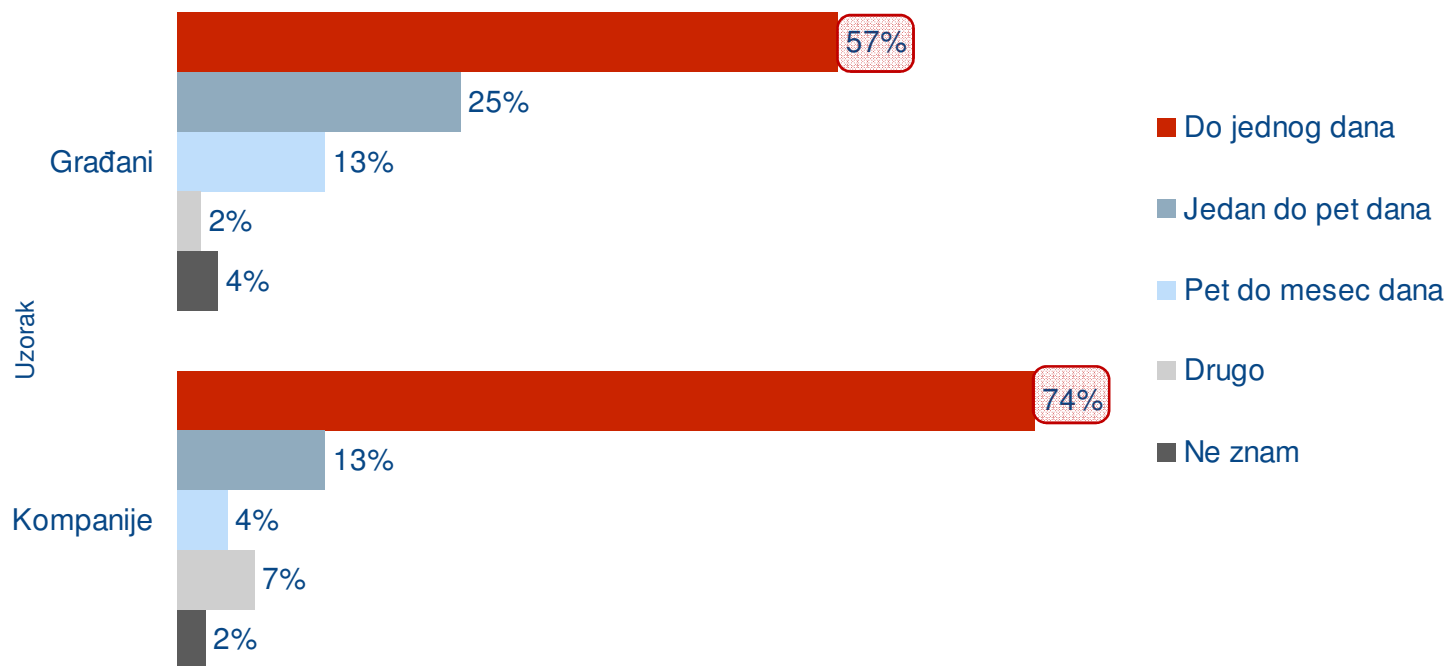
Osnova: Celokupna ciljna populacija



## 57% građana i 74% kompanija prihvatilo bi rok od najviše jednog dana za celokupan proces prenošenja broja mobilnog telefona

P: U slučaju prenosa broja kod drugog operatera, moguće je da ćete biti nedostupni neko vreme. Koji je po Vašem mišljenju najduži prihvatljivi period tokom kog biste bili nedostupni?  
*Otvoren odgovor*

Osnova: Celokupna ciljna populacija

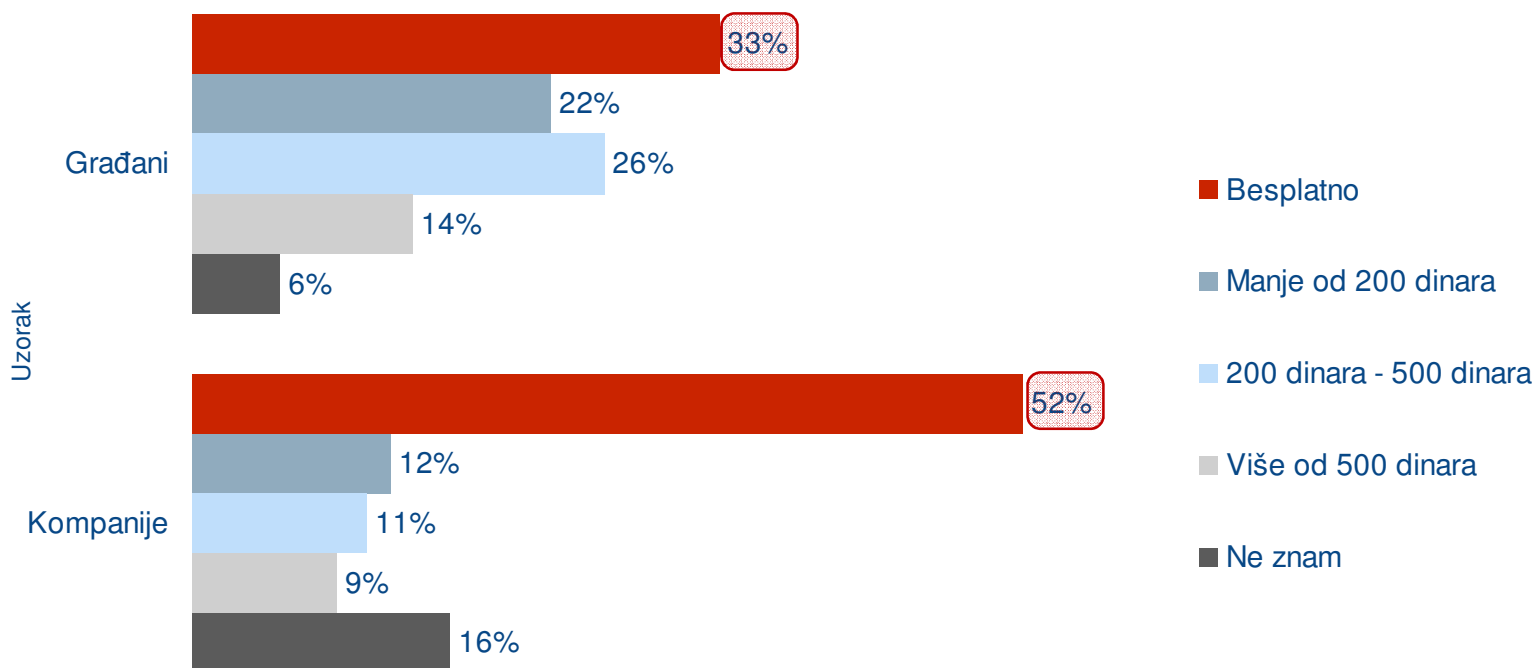




## 55% građana očekuje da prenos broja mobilnog telefona bude omogućen ili besplatno ili uz nadoknadu manju od 200 dinara

P: Kada je u pitanju proces i usluga prenosa broja mobilnog telefona, koliko biste bili voljni da platite? *Otvoren odgovor*

Osnova: Celokupna ciljna populacija



# Zaključak



## Zaključak

- Korisnici **u preko 30 evropskih zemalja** koriste prednosti usluge prenosivosti broja.
- Evropski parlament je usvojio amandmane Evropske komisije na Direktivu o univerzalnom servisu 2002/22/EC kojom se obavezuju sve zemlje članice Evropske Unije da obezbede prenos broja iz jedne mreže u drugu **u roku od jednog dana**.
- **Usluga prenosivosti broja treba da bude jednostavna:**
  - Vreme prenošenja u trajanju **do 1 dana**;
  - Naknada **manja od 200 dinara**;
  - Ceo postupak obavljen **na jednom mestu**;
  - **Što manje prepreka** za prenos.
- **Korisnici očekuju** da im ova usluga bude **što pre dostupna**.
- **Tehnička rešenja mogu da budu brzo implementirana** (do 6 meseci, primer Slovenije).
- Vip je spreman da pruži punu podršku nadležnim organima u regulisanju usluge prenosivosti broja, kao i u njenoj brznoj primeni.

**Hvala na pažnji!**

