

СЪДЪРЖАНИЕ

1.	Характеристики на пазара на далекосъобщителни услуги.....	1
1.1	Световно развитие.....	1
1.2	Структура и обем на българския далекосъобщителен пазар.....	6
1.3	Перспективи за развитие на българския далекосъобщителен пазар.....	13

1. ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПАЗАРА НА ДАЛЕКОСЪОБЩИТЕЛНИ УСЛУГИ

1.1 Световно развитие

През 2004 година телекомуникационният сектор продължава възходящата си тенденция на развитие и по прогнозни данни на Международния съюз по далекосъобщения (ITU) и ЕИТО¹ приходите се равняват приблизително на 1,43 трилиона долара, което представлява ръст от 3,9% спрямо 2003 г. След кризата от 2001-2002 година телекомуникационните компании и инвеститорите стават по-предпазливи, поради което за 2003 г. и 2004 г. темповете на растеж са по-ниски в сравнение с периодите преди кризата. Според прогнозите на Decision Etudes Conseil² очакваният среден темп на растеж на световния телекомуникационен пазар за периода 2002-2007 г. се очаква да бъде около 6%, което е по-ниска стойност от средния дългосрочен темп на растеж от 9,02% за периода 1991-2001 г.³ (по данни на ITU).

Ръстът на телекомуникационния сектор за периода 1991 - 2004 г. е представен на графиката по-долу:



Източник: ITU и ЕИТО

Фиг. 1

Ниските темпове на растеж се обуславят и от променената географска структура на телекомуникационния пазар. Традиционно развитите пазари в Европа, САЩ, Република Корея и Япония постепенно се насищат, а преходът към нови технологии и мрежи не се осъществява достатъчно бързо, за да компенсират намаляващите темпове на растеж. Засилването на пазарите в развиващите се страни, особено в Източна Европа и Китай, води до преразпределение на приходите от телекомуникационни услуги в световен мащаб. Промените в географската структура са резултат от влиянието на множество фактори, сред които най-съществени са, освен споменатото насищане на пазарите в развитите държави, също така и конвергенцията на мрежите и услугите, както и особеностите в икономическото развитие на отделните региони на света. Забавянето на растежа в сектора не се отнася за пазарите на нови услуги и приложения, особено в сферата на мобилните комуникации.

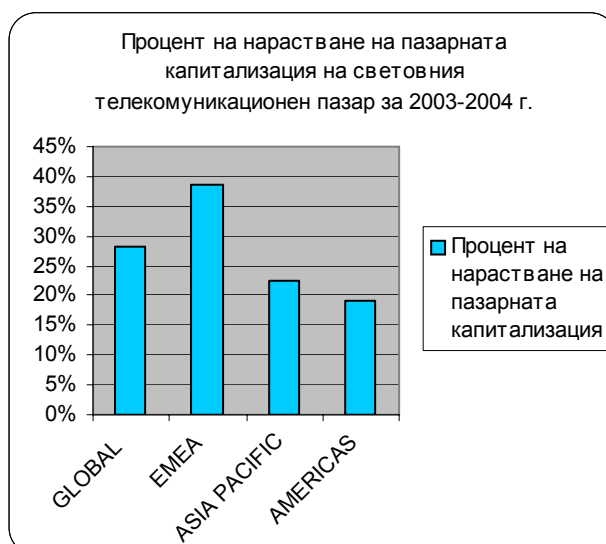
В тази сложна обстановка телекомуникационните компании се опитват да осигурят растеж чрез намаляване на разходите, привличане на инвестиции за финансиране на нови услуги, постигане на баланс между потребности на пазара и предлагане на услуги, както и окрупняване на бизнеса с цел увеличаване на пазарната стойност. По данни на Deloitte & Touche за периода от януари 2003 г. до декември 2004 г. пазарната стойност на световния телекомуникационен пазар е нараснала с 28%. Най-значителен дял в нарастването на пазарната стойност се пада на страните от Европа,

¹ European Information Technology Observatory 2004 u 2005 (www.eito.com)

² "World Electronics Industry Report 2002-2007" Decision Etudes Conseil

³ http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom99.html

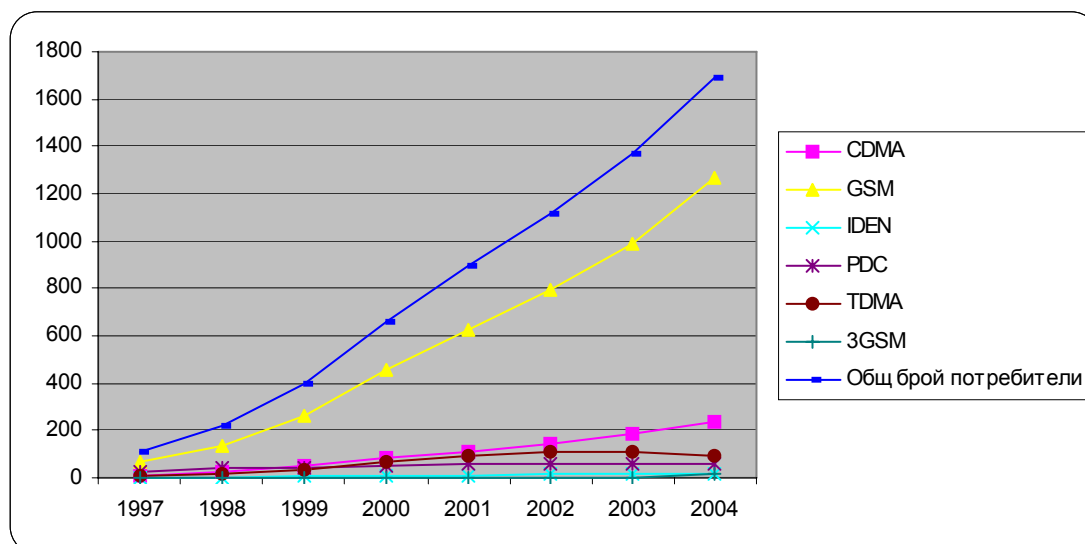
Африка и Средния Изток (ЕМЕА) - 38,7%. Ръстът на пазарната стойност за държавите от Северна и Южна Америка е 19,1%, а за страните от азиатско-тихоокеанския регион – 22,5%.⁴



Източник: Deloitte Touche Tohmatsu

Фиг. 2

През 2004 година мобилните комуникации продължават да бъдат най-динамично развиващия се сектор на телекомуникационния пазар в света. Броят на абонатите се е увеличил с 23,4% спрямо предходната година и достига 1 688,2 млн. Около 85,2% от този ръст се дължи на по-големия брой абонати на GSM операторите: 1 266,4 млн. към края на 2004 г. Най-голям растеж се наблюдава в броя на абонатите на мобилни услуги от трето поколение (3G) – 505,3%, но делът им в общия брой абонати за 2004 г. е едва 1%. След GSM най-популярна продължава да бъде CDMA технологията с ръст на абонатите от 26,6%.⁵



Източник: GSM Association (www.gsmworld.com)

⁴ "Reconnected to Growth, Global Telecommunications Industry Index 2005 – an increasingly interconnected sector" Deloitte Touche Tohmatsu report

⁵ http://www.gsmworld.com/news/statistics/pdf/gsm_stats_q4_04.pdf

Фиг. 3

Гласовата услуга все още има водещо значение в мобилния сектор – чрез нея се реализират над 80% от приходите в него⁶. На мобилния пазар се наблюдава значително нарастване в производството и продажбите на мобилни устройства и приложения. За 2004 г. общият обем на този пазар е около 71,6 млрд. долара, като са продадени 561 млн. мобилни телефони в сравнение с 482,5 млн. през 2003 година, което представлява ръст от 16%. До 2009 г. се очаква броят на продадените телефони годишно да достигне 767 млн. броя, но поради насищането на пазара темпът на растеж се очаква да бъде около 2,6%.⁷



Източник: OMSYC 2005 (www.omsys.com)

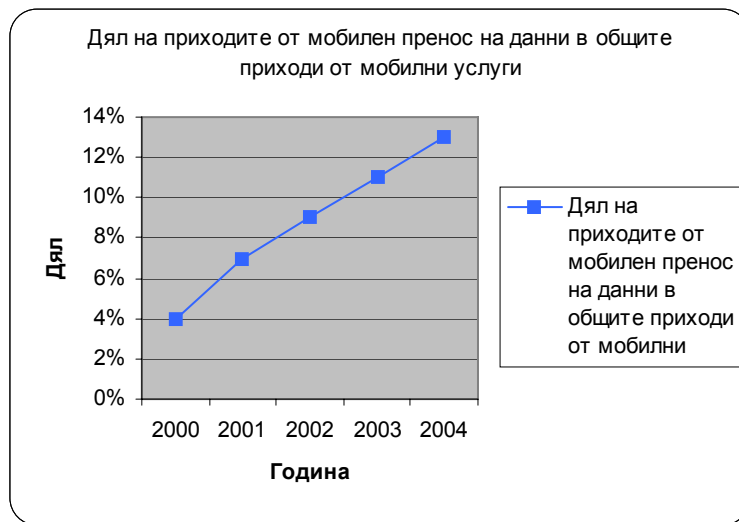
Фиг. 4

В резултат на навлизането на ново поколение технологии (2,5G и 3G) и интегрирането на гласови услуги и високоскоростен пренос на данни се наблюдава увеличение на приходите от услуги за пренос на данни в общите приходи от мобилни услуги над 3 пъти: от 4% през 2000 г. до 13% през 2004 г. Навлизането на преноса на данни и достъпа до Интернет в обхвата на мобилните услуги е добра възможност за допълнителен ръст на потенциала на този пазар, запазването на водещи му позиции в областта на телекомуникациите и отлагане на насищането за бъдещ период. Услугите за пренос на данни чрез мобилни мрежи са генерирали приходи в размер на 63,7 млрд. долара за 2004 година, като 44% от тези приходи се реализират в азиатско-тихоокеанския регион, където има голям потенциал за растеж и проникване на нови услуги сред населението. До 2010 г. може да се очаква броят на абонатите на мобилни оператори в Азия да надхвърли 1 млрд., предимно в Китай и Индия.⁸

⁶ "TMT Trends: Predictions 2005, a focus on the mobile and wireless sector" Deloitte Touche Tohmatsu report

⁷ <http://multichannelmerchant.com/opsandfulfillment/advisor/Handset-Market-Growth/>

⁸ "The World Mobile Market 1996-2010" – 2005 edition, 5th publication, www.omsys.com



Източник: OMSYC 2005 (www.omsyc.com)

Фиг. 5

Възходящата тенденция на мобилния пазар в световен мащаб е резултат от сегментацията на пазара и налагането на нова мобилна “култура” сред потребителите, която се изразява в персонализиране на мобилните услуги. Това включва възможности за изтегляне на мелодии и картинки от Интернет (над 2 млрд. долара приходи за 2004 г.), както и използване на съвременни Интернет приложения за чат и онлайн съобщения, които се очаква постепенно да изместят традиционните SMS и MMS съобщения като форма на комуникация. От гледна точка на предлагането, засилването на конкуренцията между операторите води до намаляване на възможностите за реализиране на печалби, но този ефект се компенсира от бързите темпове, с които нараства потреблението на мобилни услуги.

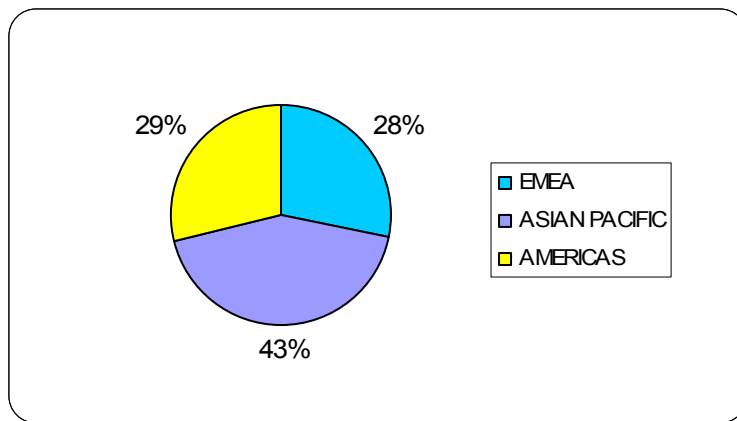
По прогнози на Deloitte&Touche през 2005 г. броят на абонатите на клетъчни мрежи ще надхвърли 2 млрд., а на някои регионални пазари проникването на мобилни услуги ще достигне 100%. Очаква се значителен ръст в производството на мобилни телефони за трето поколение мрежи.

На световните телекомуникационни пазари нараства значението на високоскоростния достъп до Интернет. Възможностите за бърз пренос на данни, достъп до разнообразни приложения за развлечение или бизнес, прехвърлянето на част от стоковите и финансовите пазари онлайн са само част от условията, които стимулират тази тенденция.

На съвременния етап на развитие на електронните комуникации се говори изключително за широколентов достъп до Интернет. По данни на IMS RESEARCH⁹ броят на абонатите на широколентов достъп до Интернет надхвърлят 150 милиона или това е повече от 50% ръст за 2004 г. В средносрочен период се очаква тази тенденция да се запази, като до 2009 година броят на абонатите на широколентов достъп ще достигне 400 млн. души. По данни на ITU за 2004 г. Азия е на първо място по проникване на широколентов интернет (Република Корея – 24,9% и Китай – 20,9%)¹⁰. Въпреки първоначалното изоставане, Европа е втора след Азия по проникване на широколентов интернет, а САЩ запазват своята позиция с най-голям брой широколентови линии.

⁹ <http://www.imsresearch.com/members/pr.asp?X=180>

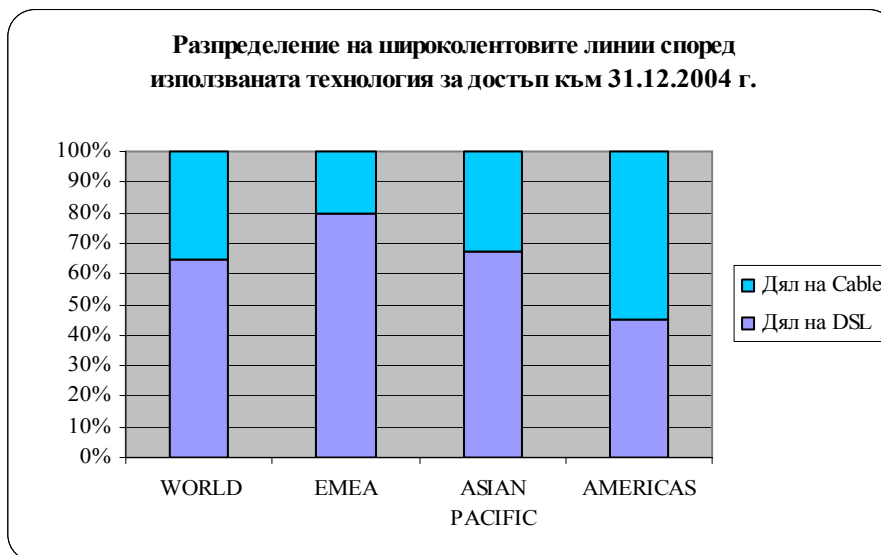
¹⁰ http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/top20_broad_2004.html



Източник: Point Topic Ltd.

Фиг. 6

DSL технологията има водещо значение за поддържането на стабилен растеж в сектора през 2004 г. Броят на DSL линиите в световен мащаб се е увеличил с 24,2% за втората половина на 2004 г., докато броят на кабелните линии за същия период е нараснал с 16,5%. Броят на DSL линиите достига 64% от общия брой широколентови линии за миналата година, а останалите 36% се падат на кабелния достъп и други технологии.¹¹



Източник: Point Topic Ltd.

Фиг. 7

През 2004 г. все по-популярни за бизнес абонатите стават VoB (Voice over Broadband) услугите, които се реализират посредством peer-to-peer мрежова архитектура. Компанията Skype например предлага конкурентни цени за провеждане на разговори с потребители по целия свят (включително и на други мрежи), а разговорите между потребителите на Skype са напълно безплатни. Това ново поколение услуги се вписва изключително добре в широко използваните приложения за предаване на съобщения. От друга страна VoB услугите съчетават възможностите на широколентовия достъп до Интернет с нарастващия интерес на потребителите към услугите за пренос на глас чрез интернет протокол (VoIP). Най-голям интерес към тези услуги се наблюдава сред бизнес потребителите в САЩ, където приходите за 2004 г. достигат 1,3 млрд. долара, а до 2009 г. се очаква да нараснат с 1431% до 19,9 млрд. долара.¹² Според пазарно проучване на Yankee Group през 2004 г. около 10% от бизнес абонатите в САЩ използват IP телефония, като се очаква през 2005 г. половината от

¹¹ "World Broadband Statistics: Q4 2004", Point Topic Ltd. report

¹² <http://www.infonetics.com/resources/purple.shtml?ms05.vip.nr.shtml>

новите линии да се базират на VoIP технологията. Услугата се предпочита предимно от големи компании, тъй като дава възможност за по-малки разходи и по-голяма гъвкавост при потреблението.

1.2. Структура и обем на българския далекосъобщителен пазар

През 2004 г. за трета поредна година при изчисляване на обема на българския далекосъобщителен пазар са използвани два подхода. Първият следва методиката на европейския мониторинг¹³, а вторият е по-детайлен и обхваща всички пазарни сегменти.

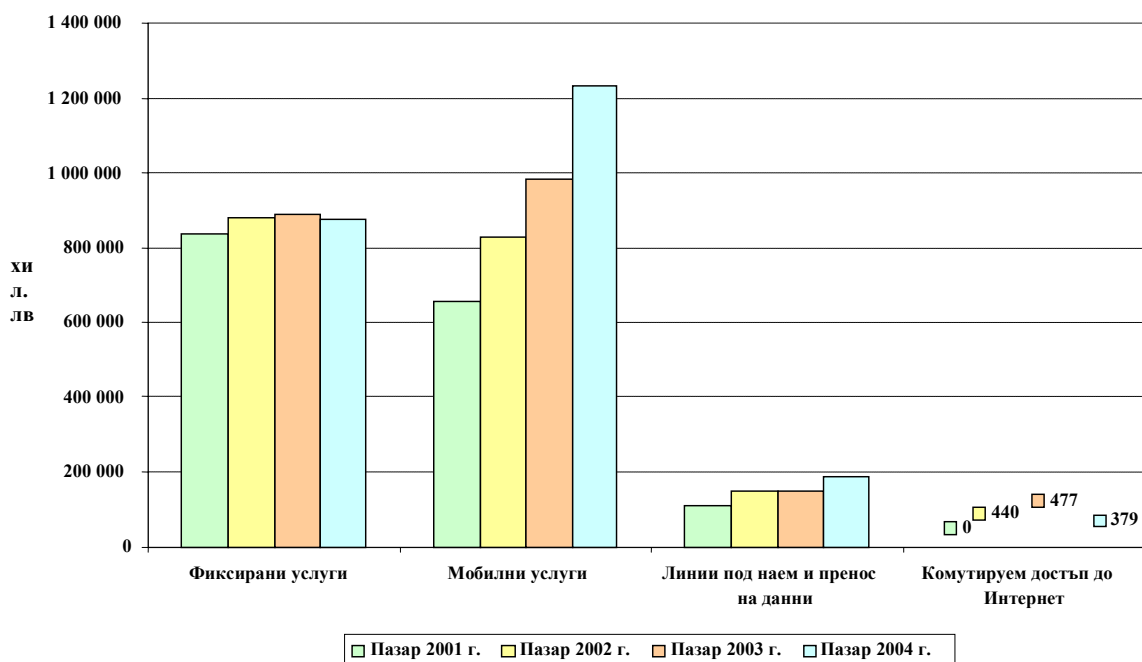
- предоставяне на фиксирани телефонни услуги чрез фиксирани телефонни мрежи;
- предоставяне на мобилни услуги чрез мобилни телефонни мрежи;
- предоставяне на услугите “линии под наем” и пренос на данни чрез обществени далекосъобщителни мрежи;
- предоставяне на услугата достъп до Интернет през обществената комутируема телефонна мрежа¹⁴.

На фиг. 8 е представено изменението на приходите от четирите сегмента на българския далекосъобщителен пазар за периода 2001-2004 г.

¹³ Проект на Европейската комисия за оценка на състоянието и развитието на далекосъобщителните пазари в страните-кандидатки за членство в ЕС

¹⁴ В подновения от края на 2004 г. проект за мониторинг на държавите-кандидатки от Югоизточна Европа в структурата на пазара вместо „комутируем достъп до Интернет чрез обществената комутируема телефонна мрежа” е включен сегментът „фиксиран Интернет”. В рамките на проекта се установи, че различните държави интерпретират различно този сегмент и с цел съпоставимост на данните подлежи по-нататъшно уточняване какво следва да включва той. По тази причина в доклада е използвана структурата на далекосъобщителния пазар от предходните етапи на проекта, като за първи път е възможно отделянето на приходите от комутируем Интернет.

Структура на далекосъобщителния пазар за периода 2001-2004 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Забележка: за 2001 г. липсват данни за приходите от комутируем достъп до Интернет

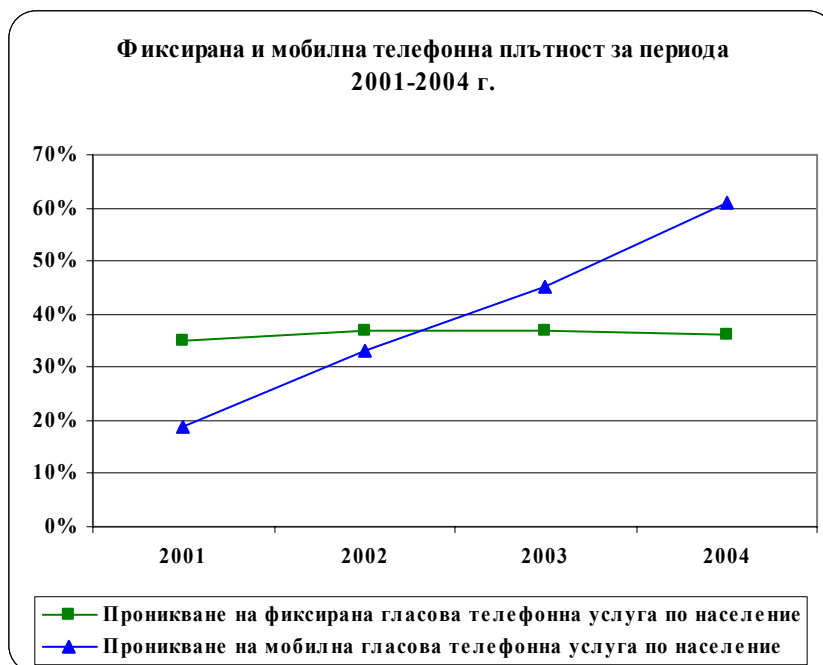
Фиг. 8

Анализът на данните, позволява да се проследят основните тенденции в развитието на пазара през последните години:

- Размерът и делът на приходите от мобилните услуги продължават да нарастват, а тези на фиксираните услуги плавно да намаляват (Фиг. 8);
- За разлика от 2003 г. спрямо 2002 г., когато сегментът линии под наем и пренос на данни запазват сравнително постоянен дял в абсолютно и относително изражение, през 2004 г. спрямо 2003 г. е налице ръст от 27% на този сегмент;
- През 2004 г. приходите от достъп до Интернет през обществената комутируема телефонна мрежа намаляват спрямо предходните две години, но като цяло за разглеждания период са сравнително устойчиви.

Въпреки че проникването на мобилни услуги в България отбеляза сериозен ръст за последната година и достигна 65%, то все още остава твърде ниско в сравнение с нивата в страните от Европейския съюз, където през последните години в някои от държавите дори надхвърли 100% поради факта, че потребителите на мобилни услуги притежават повече от един мобилен телефон. Следва да се отбележи и големия брой предплатени абонати на мобилни услуги – 2/3 от всички абонати.

Съпоставянето на мобилната плътност с нивата на фиксираната плътност на пазара в България за последните четири години, в съответствие с европейските и световни тенденции, потвърждава нарастващата популярност на мобилните услуги сред българските потребители при плавна тенденция на намаление броя на фиксираните линии на 100 жители (Фиг. 9)



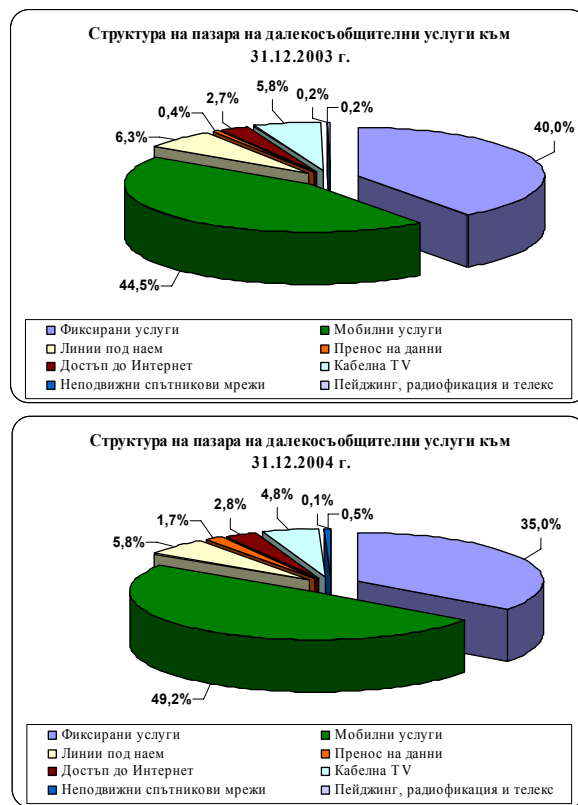
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 9

Българският далекосъобщителен пазар се приближава към насищане по отношение на потреблението на телефонни услуги при все още липса на значим потребителски интерес към широколентови услуги при условията на специфичен и ограничен broadband пазар. БТК АД стартира услугата ADSL през 2004 г. при трудно измеримата конкуренция от страна на нерегламентирани LAN мрежи и стартираща конкуренция от страна на кабелните мрежи. Може да се очаква, че през следващите години нараснало търсене и предлагане на широколентов достъп до Интернет и пренос на данни ще създаде допълнителен потенциал за по-голям пазар (в това число на мобилния сегмент, като би отложило насищането му напред във времето).

През май миналата година десет от тринадесетте страни-кандидатки за ЕС бяха приети за равноправни членки на съюза. По тази причина проектът за мониторинг на страните-кандидатки завърши през декември 2003 г. и бе подновен към края на 2004 г., като в него, освен България, Румъния и Турция – участници по предишния проект, бяха включени и останалите страни-кандидатки от региона на Югоизточна Европа. Първият доклад по проекта се очаква през юли 2005 г. По тези причини към момента на изготвяне на доклада липсват данни за пазарното развитие на страните-кандидатки за последната година и в рамките на настоящия анализ не са възможни сравнения между България и страните от ЮИЕ по отношение на обема и нарастването на далекосъобщителния пазар, както и по други показатели. В анализа са използвани основно сравнения със страните от Европейския съюз по данни от доклади на ЕК.

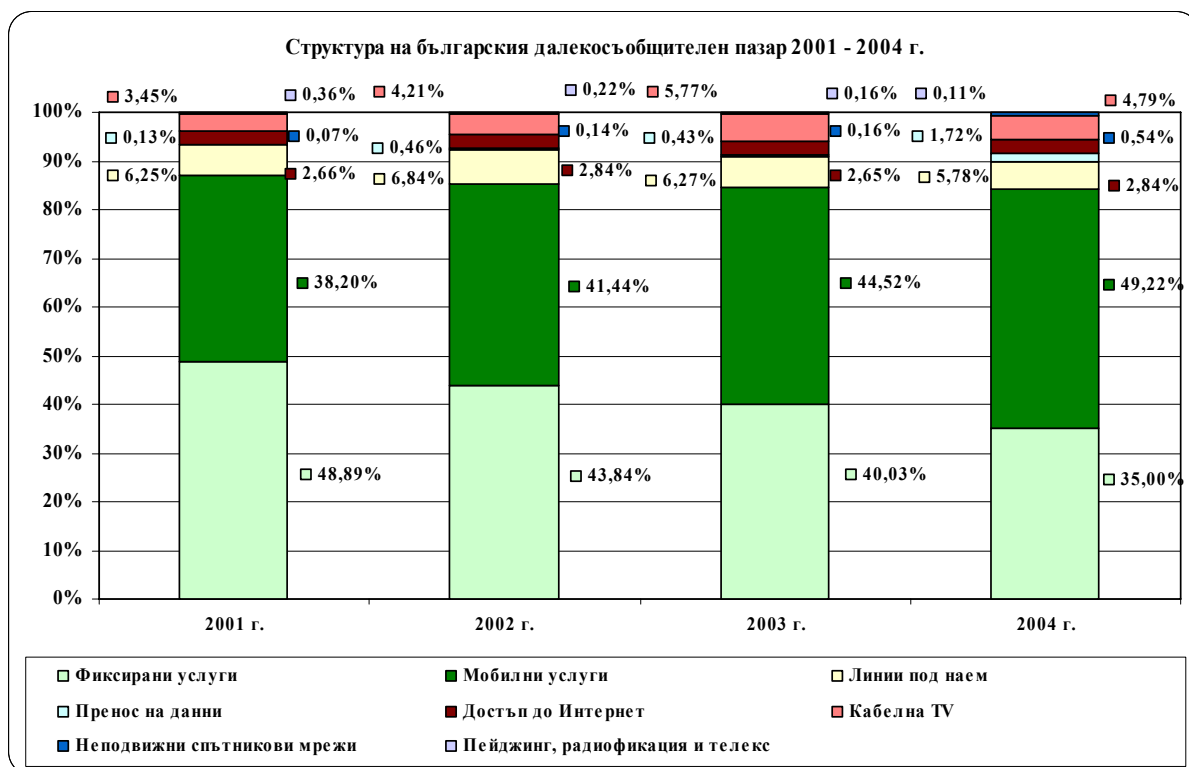
С цел по-пълнен анализ е възприет и втория подход, при който в обема на далекосъобщителния пазар са включени приходите от сегментите кабелна телевизия, спътникови системи, пейджинг услуги и предоставяне на услугата достъп до Интернет. При този подход обемът на българския далекосъобщителен пазар за 2004 г. възлиза на 2,503 млрд. лв. или 1,280 млрд. евро, което представлява 13% увеличение спрямо предходната година.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 10

През 2004 г. обемът на българския далекосъобщителен пазар съставлява около 7% от общата стойност на БВП за България и за поредна година изпреварва ръста на БВП (10% за последната година). На фигурата по-долу е представено реструктурирането на пазара през последните четири години.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 11

Тъй като в България дейността по предоставяне на услуги за достъп до Интернет е на свободен режим, точното определяне на размера на сегмента "достъп до Интернет" не е възможно. По експертна оценка на КРС, базирана на данни, получени от 124 доставчици на достъп до Интернет, обемът на приходите от предоставяне на услугата през 2004 г. възлиза на 71 млн. лв. и е нараснал спрямо 2003 г. с 21% в абсолютно изражение, като е запазил дела си в общата структура на пазара.

Както беше отбелязано, продължава тенденцията на растеж в обема на приходите от мобилни услуги за сметка на дела на фиксираните услуги. За втора поредна година дялът на мобилните услуги в страната е по-голям от този на фиксираните услуги. През 2004 г. пазарът на мобилни услуги е нараснал в абсолютна стойност с 25% и съставлява половината от целия обем приходи от далекосъобщителни услуги. Конкуренцията продължи да се развива основно между двата оператора на цифрови мрежи, при запазване на лидерските позиции на "МОБИЛТЕЛ", засилващо се присъствие на втория GSM оператор – "КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД и почти отшумяващо пазарно присъствие на първия мобилен оператор в страната, РТК ООД. Продължава да се развива пазарът на предплатени мобилни услуги и услуги с добавена стойност при начеващ интерес на българския потребител към услуги като мобилен Интернет и мултимедийни съобщения.

Макар и с по-нисък темп, в абсолютно изражение нараства и обемът на сегмента "линии под наем". Въпреки че през 2004 г. са лицензирани 11 нови оператора за предоставяне на услугата „линии под наем“ и 6 за изграждане, поддържане и използване на обществени далекосъобщителни мрежи от неподвижна радиослужба, все още единствено БТК АД, „РАКОМ НТ“ ЕООД, „КЕЙБЪЛТЕЛ“ АД и „МОБИЛТЕЛ“ АД предлагат активно услугата и реализират приходи от нея. Поради това и увеличението на приходите от услугата „линии под наем“ в абсолютно изражение е едва 4%, а в относително изражение дори е налице спад с 0,5% .

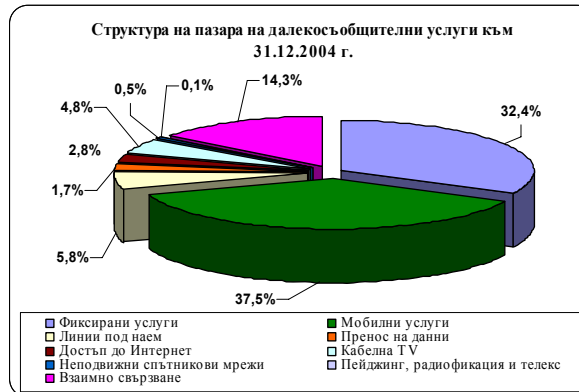
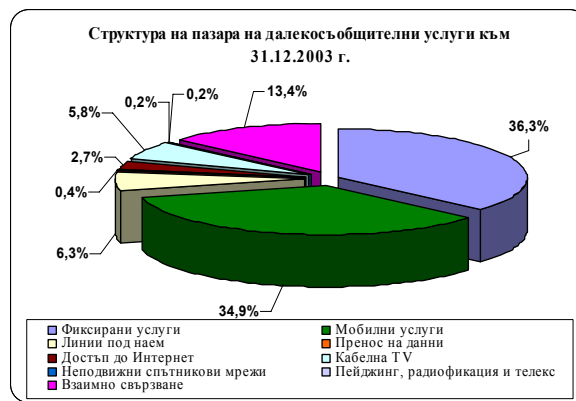
Оценката на приходите от дейността по разпространение на радио- и телевизионни сигнали чрез кабелни далекосъобщителни мрежи е направена на базата на 75% от регистрираните оператори. През 2004 г. дейността по осъществяване на

далекосъобщения чрез обществена кабелна далекосъобщителна мрежа за разпространение на радио- и телевизионни програми премина от лицензиран на по-облекчен - регистрационен режим и бяха пререгистрирани 562 кабелни оператора. През годината са регистрирани и 101 нови оператора. Данните, получени в КРС от кабелните оператори за дейността им през 2004 г., са в разрез с общата тенденция на развитие на този сегмент от пазара. Поради това данните за обема на приходите, получени от операторите, са преизчислени на основата на оценки от други източници за обема и ръста на този сегмент (12% за последната година). Според КРС приходите от кабелни далекосъобщителни мрежи като цяло запазват дела си в общата структура на пазара. Над 25 кабелни оператора са декларирали, че предоставят достъп до Интернет на абонатите си в повече от 22 населени места. През 2004 г. на българския пазар "КЕЙБЪЛТЕЛ" АД и някои други оператори стартираха интегрираната услуга "triple play", която осигурява достъп до кабелна телевизия, фиксирана гласова телефонна услуга и високоскоростен Интернет за потребителите по един кабел.

През 2004 г., спрямо предишната приходите от предоставяне на фиксирани телефонни услуги намаляват с 1 % в абсолютна стойност и с 5% в общия обем на пазара. От лицензираните шест нови оператора на фиксирани телефонни мрежи 6 имат право да осъществяват далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа и да предоставят фиксирана гласова телефонна услуга, а четири - да предоставят достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор“. В края на 2004 г. от алтернативните фиксирани оператори в страната само "ГЛОБАЛТЕХ БЪЛГАРИЯ" ЕООД (лицензиран през 2003 г.) е декларирал, че е стартирал дейност по предоставяне на услугата, но абонатите и приходите на оператора са сравнимо малко в общия обем на пазара. Въпреки това традиционната фиксирана услуга на историческия оператор в последните години търпи конкуренция от страна на доставчиците на VoIP (Интернет телефония), които предлагат отстъпки спрямо тарифите на БТК АД за междуселищни и международни разговори, както и разговори с мобилни мрежи.

Тъй като у нас няма самостоятелно обособен сегмент "взаимно свързване", при определянето на размера на сегментите фиксирани и мобилни услуги са включени и приходите, реализирани от фиксираната и мобилните мрежи при взаимното свързване.

С отпадането на монопола на БТК АД и либерализирането на далекосъобщителния пазар в страната все повече нараства значението на взаимното свързване на мрежи. При навлизането на далекосъобщителния пазар новолицензираните оператори имат ограничен брой собствени абонати. Привличането на нови абонати би било немислимо, ако те не могат да се свързват с абонати на други оператори, особено с абонатите на мрежата на историческия оператор. Осигуряването на условия за взаимно свързване на мрежите на новолицензираните оператори с мрежите на вече установили се на пазара оператори е предпоставка за създаването на реална конкурентна среда на далекосъобщителния пазар у нас. Поради значението, което взаимното свързване на мрежи има за потребителите, операторите и пазара като цяло, на следващите фигури в структурата на далекосъобщителния пазар взаимното свързване е представено като отделен пазарен сегмент.



Забележка: При изчисляване на обема на сегмента взаимно свързване са включени приходите от физическа реализация на взаимното свързване (портове, линии и точки на свързване); терминиране на трафик (произхождащ от други фиксирани/мобилни оператори в страната и в чужбина, включително SMS и MMS трафик), транзитен трафик и колокиране.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 12

От графиките е видно, че делът на взаимното свързване е нараснал с 21%¹⁵ в абсолютна стойност спрямо 2003 г. Данните потвърждават наложилата се от последните години тенденция все повече трафик да се затваря в мобилните мрежи. Все по-рядко трафик, генериран във фиксирана мрежа, завършва в мобилна и обратно.

Инвестициите, вложени от основните далекосъобщителни оператори за изграждане и поддържане на мрежите и развитие на услугите, възлизат на около 600 млн. лв. Намалението от 4% спрямо 2003 г. се дължи главно на резкия спад – с 44%, в размера на направените през годината от БТК АД инвестиции. Този спад може да се обясни с въздържане от влагане на средства в мрежата до приключване на сделката за приватизация на компанията през май 2004-та. За сравнение, през 2003 г. спрямо 2004 г. ръстът на инвестициите на БТК АД е бил 45% и те са били насочени предимно за цифровизация на мрежата.

¹⁵ Приходите са брутни, без приспадане на разплащанията между операторите

1.3. Перспективи за развитие на българския далекосъобщителен пазар

Непосредствено в краткосрочен план може да се очаква засилване на конкуренцията между операторите и доставчиците на услуги в условията на либерализиран пазар. С напредване на процеса на сключване на договори за взаимно свързване между БТК АД и новолицензираните оператори, в съответствие със съществуващата законова уредба и одобреното от КРС Типово предложение за взаимно свързване, се очаква новите оператори да развият своята инфраструктура и да бъдат реална конкуренция по отношение на предоставянето на фиксирани гласови телефонни услуги и линии под наем.

По-нататъшните етапи от цифровизацията на мрежата на БТК АД и влязлото в сила Типово предложение за необвързан достъп до абонатната линия ще създадат условия за разрастването на пазара на широколентови услуги. Очаква се да засилят позициите си големите кабелни оператори с изградени инфраструктури и нараснали възможности да предлагат качествени услуги и пакети от интегрирани услуги, включващи телевизия, високоскоростен Интернет и гласова телефония.

Навлизането на нови технологии и възможността за предоставяне на широк набор от услуги чрез тях са фактор с все по-нарастващо значение за бъдещия потенциал на българския далекосъобщителен пазар. По данни от проучване на GfK по поръчка на КРС за мнението и нагласите на бизнес потребителите относно пазара на далекосъобщителни услуги в България, българският бизнес дава висока оценка на степента на навлизане на новите технологии на българския далекосъобщителен пазар: 44% от респондентите я оценяват като висока.

През следващата година ще продължи интензивното развитие на пазара на мобилните комуникации. След издаването на трети GSM лиценз на БТК АД, през 2005 г. се очаква да стартира търговска дейност БТК МОБАЙЛ. В началото на годината предстои търг и издаването на лицензии за UMTS мрежи и услуги, като българският потребител би могъл да ползва трето поколение мобилни услуги до две години.

От края на 2004 г. стартира и първата цифрова телевизия чрез наземно цифрово радиоразпръскване на БТК АД на територията на София. След проявен интерес от страна на потенциални оператори, през 2005 г. се планира лицензионна процедура за предоставяне на същата услуга и за други населени места. Чрез цифровата телевизия потребителите ще получат достъп до високо качество на излъчваните програми, както и набор от допълнителни интерактивни услуги (видео по заявка, електронна търговия и банкови операции, достъп до Интернет, електронна поща, информационни услуги и др). В средносрочен план се очаква появата на мрежи, базирани на РМР технологията. Те могат да бъдат алтернатива на достъпа до традиционната инфраструктура и услуги на БТК АД - както за новите оператори, така и за крайните потребители, особено в отдалечени и труднодостъпни географски райони.

Ограничен от демографското и икономическо развитие на страната, потребителският интерес по отношение на телекомуникационните услуги естествено ще се насочва към високоскоростен Интернет, мултимедия и он-лайн услуги. Освен цената, която е решаващ фактор при избора на българският потребител, все по-голямо значение при търсенето ще имат качеството и клиентската ориентация на услугите.

С оглед очертаните тенденции на развитие на българския далекосъобщителен пазар, от особена важност ще бъде прилагането на регулиране, което да стимулира развитието на конкуренцията и насърчаването на инвестициите в сектора, защитата на потребителските интереси и стимулирането на нови технологични решения. Това ще се гарантира с предстоящото създаване и прилагане на хармонизирана с новото европейско законодателство нормативна рамка.