

СЪДЪРЖАНИЕ

5.	Мобилни клетъчни мрежи и услуги.....	52
5.1	Участници и пазарна конкуренция.....	52
5.2	Инфраструктура на мобилните клетъчни мрежи.....	53
5.3	Развитие на пазара на мобилни телефонни услуги.....	54
5.4	Предлагани услуги.....	58
5.5	Качество на обслужване.....	61
5.6	Цени и ценова политика.....	62

5. МОБИЛНИ КЛЕТЪЧНИ МРЕЖИ И УСЛУГИ

5.1. Участници и пазарна конкуренция

Към края на 2004 г. на пазара на мобилни клетъчни мрежи и услуги продължиха да извършват търговска дейност три далекосъобщителни оператора: един оператор на аналогова мобилна мрежа по стандарт NMT, РТК ООД, с търговско име "МОБИКОМ", и два GSM оператора: "МОБИЛТЕЛ" ЕАД с търговско наименование "М-ТЕЛ" и "КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД с търговско наименование "ГЛОБУЛ".

През годината "М-ТЕЛ" запази лидерска позиция на пазара при продължаващо засилване на пазарното присъствие на втория мобилен оператор "ГЛОБУЛ", което се дължи както на общия ръст на потребители на мобилни услуги, така и на привличането на абонати от другите два оператора. Следва да се отбележи и все по-затихващата функционалност на първия национален оператор "МОБИКОМ". Броят на абонатите на мобилни телефонни услуги, предоставяни посредством аналоговата мобилна мрежа по стандарт NMT, продължи значително да спада при силната конкуренция на цифровите мобилни мрежи на другите оператори, които предлагат по-широк набор от услуги.

През юни 2004 г. на пазара на мобилни клетъчни мрежи и услуги навлезе нов участник – БТК АД получи индивидуална лицензия за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна подвижна клетъчна мрежа по стандарт GSM с национално покритие като част от приключването на сделката по приватизацията на компанията. Очакваното стартиране на търговска дейност на третия цифров оператор до края на 2005 г. ще създаде предпоставки за нарастване на конкуренцията в сектора на мобилните услуги и преразпределение на пазарните дялове между операторите.

БТК АД обяви намерение за закупуване на аналоговия мобилен оператор "МОБИКОМ". Покупката на остатъчния пакет от "МОБИКОМ" (49% от "КЕЙБЪЛ И УАЙЪРЛЕС" и 12 % от "РАДИОЕЛЕКТРОННИ СИСТЕМИ") ще позволи на БТК АД да използва инфраструктурата на оператора като платформа за новата си цифрова мрежа. В края на годината австрийският далекосъобщителен оператор "ТЕЛЕКОМ АУСТРИЯ" АГ придоби опция за закупуване на 100 % от капитала на "МОБИЛТЕЛ" АД и се очаква сделката да бъде финализирана.

През годината бе проявен интерес към изграждането на GSM мрежи от трето поколение, базирани на технологията UMTS¹. UMTS технологията позволява високоскоростен обмен на данни между абонатите на мобилни мрежи и предлага допълнителни приложения като видеовръзка, видеоконференции, електронно банкиране и други. В началото на 2005 г. предстои КРС да стартира процедура за лицензиране на оператори на UMTS мрежи. Съгласно темповете за развитие на мрежите, които предстои да бъдат заложи, първите мобилни 3G услуги трябва да се появят на пазара най-късно до 2007 г.

¹UMTS - Universal Mobile Telecommunication System

5.2. Инфраструктура на мобилните клетъчни мрежи

В таблица 6 са посочени основните параметри, които определят нивото на развитие на инфраструктурата на цифровите мобилни клетъчни мрежи.

Таблица 6

Показател \ Оператор	"МОБИЛТЕЛ"			"ГЛОБУЛ"		
	31.12.2002 г.	31.12.2003 г.	31.12.2004 г.	31.12.2002 г.	31.12.2003 г.	31.12.2004 г.
Покритие по територия	80%	96%	99.1%	42%	77%	85%
Покритие по население	92%	99%	99.40%	78%	95%	98%

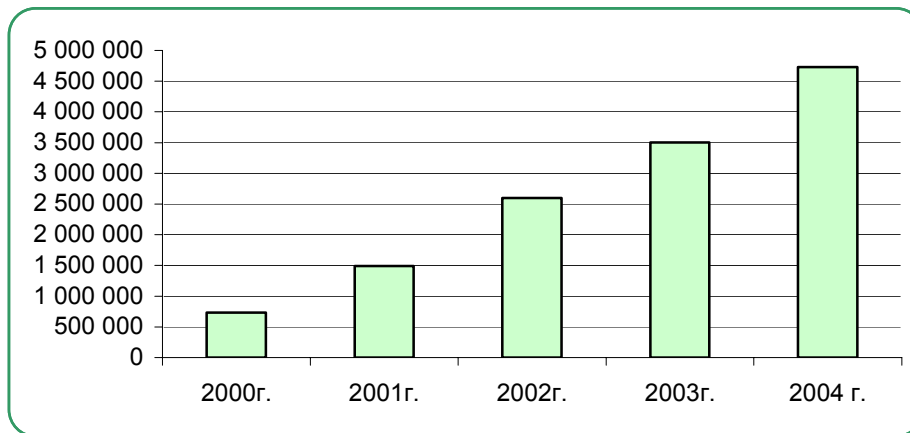
Източник: Данни, подадени в КРС

Увеличението на базовите станции и клетките създава необходимите условия за подобряване качеството на услугите. След отпадане на ограниченията, произтичащи от монопола на БТК АД, мобилните оператори ускорено изграждат собствена базова преносна инфраструктура.

5.3. Развитие на пазара на мобилни телефонни услуги

През 2004 година пазарът на мобилни мрежи и услуги в България продължи да се развива интензивно, като делът на мобилните абонати и приходите от мобилни гласови услуги нарастваха с изпреварващи темпове спрямо абонатите и приходите от фиксираните мрежи. Преструктурирането, което се извършва на българския далекосъобщителен пазар през последните години, съответства на наблюдаваната в световен мащаб тенденция за бурно развитие на мобилните комуникации и постепенно намаляване на значението на традиционната фиксирана гласова услуга. Към края на годината фиксираните телефонни услуги с относителен дял от около 35 % в общия обем на българския далекосъобщителен пазар отстъпват на мобилните, чийто дял е половината от всички приходи в сектора за миналата година и възлиза на 1,23 млрд. лева, като е нараснал с 25% за периода.

Брой абонати на мобилни клетъчни мрежи в България



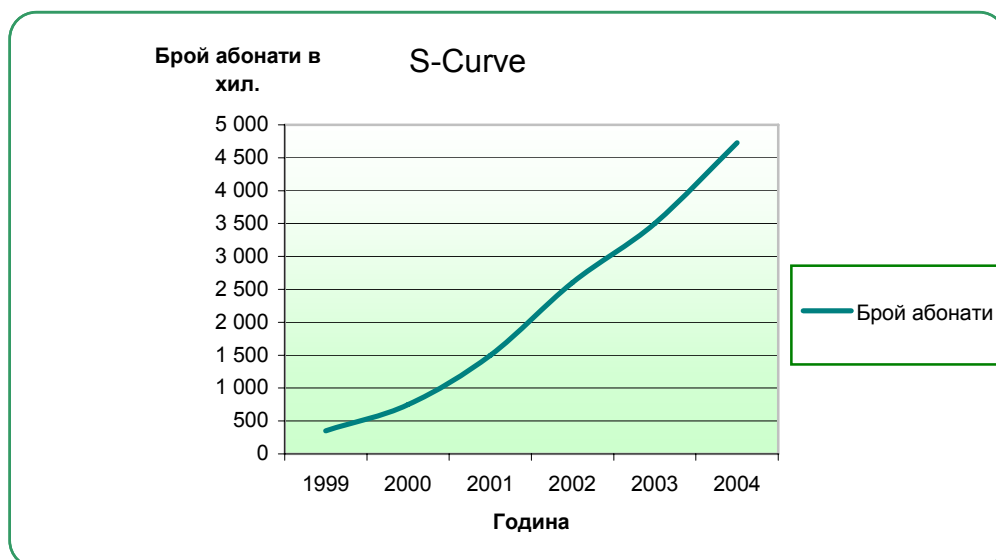
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 51

Броят абонати на мобилни мрежи продължи да расте и през 2004 г. и достигна 4 729 731 в края на годината. Все пак, отбелязаният ръст от 35% спрямо 2003 г. е по-малък в сравнение с тези за предходните две години, когато пазарът отчиташе почти двойно увеличение на новите абонатите.

На фиг. 52 е представена S-кривата на пазара на мобилни услуги у нас. Построяването на S-кривата показва, че годишният темп на нарастване броя на абонатите се стабилизира. Това е резултат от динамичното развитие на мобилния пазар у нас през последните няколко години и постепенното му насищане. Положителният импулс от очакваното навлизане на нов конкурент на пазара може да предизвика краткосрочно увеличаване на темповете, с които расте броят на абонатите, но като цяло в средносрочен период се очаква върху структурата на пазара да влияе преди всичко преразпределението на пазарните дялове чрез съществуващите абонати.

S-крива на пазара на мобилни услуги в България

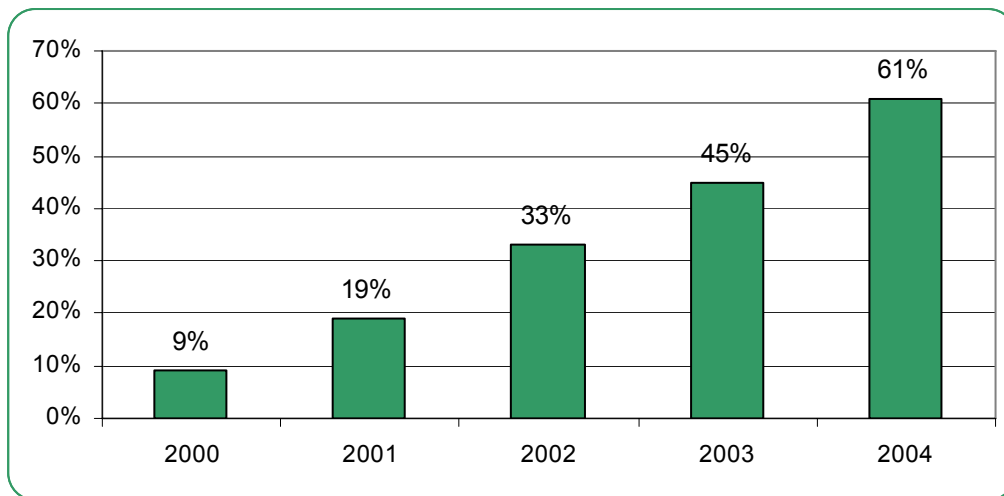


Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 52

Прогресивното нарастване на показателя мобилна телефонна плътност (мобилни абонати на 100 жители), наблюдавано на пазара на мобилни услуги в България, през последните години е видно от фиг. 53.

Мобилна телефонна плътност в България 2000 - 2004 г.

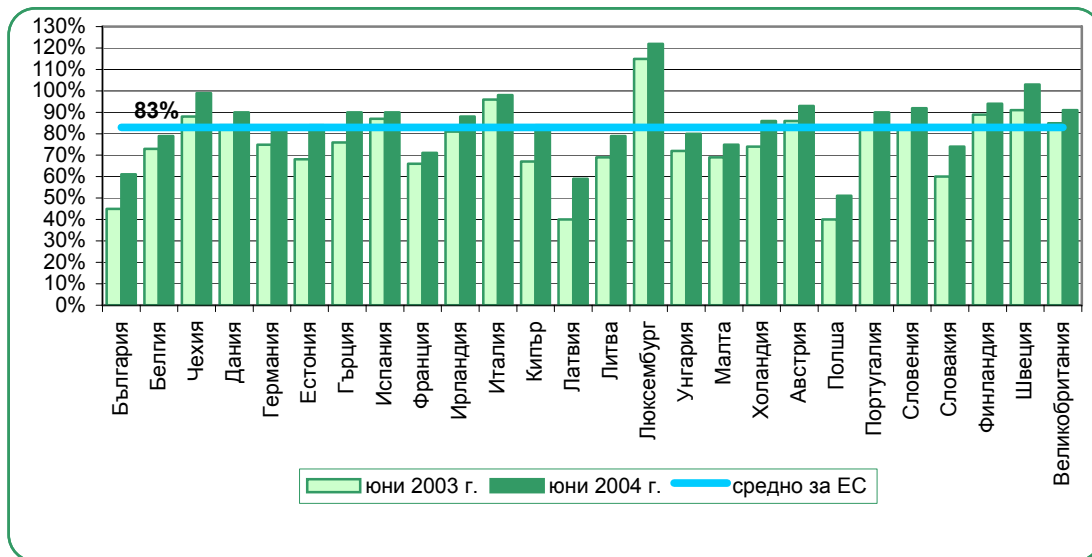


Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 53

Към края на 2004 г. показателят мобилна телефонна плътност достигна 61 %. Въпреки 16-процентното нарастване спрямо края на 2003 г., той все още е значително под средната стойност за страните-членки на ЕС, която е 83 % (фиг. 56). С оглед тенденцията на насищане, която се наблюдава на мобилният пазар, е трудно да се прогнозира дали мобилната плътност в България ще достигне европейските равнища.

Мобилна телефонна плътност в България и страните от ЕС



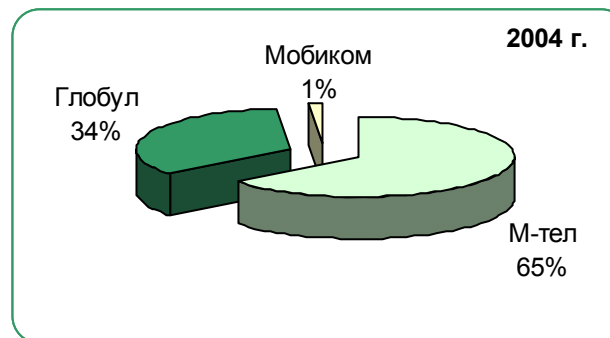
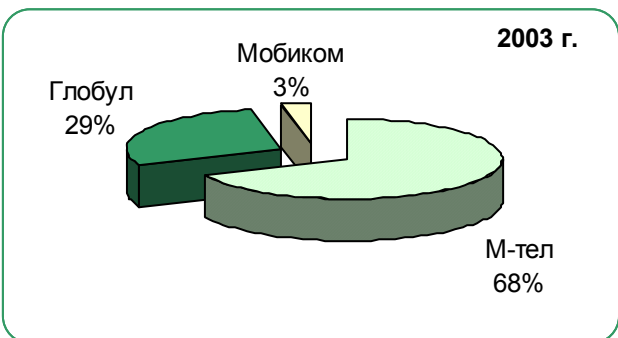
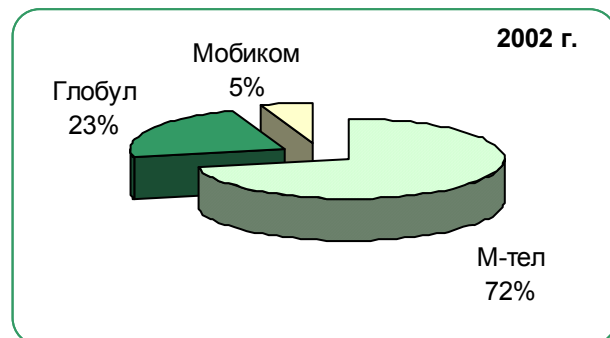
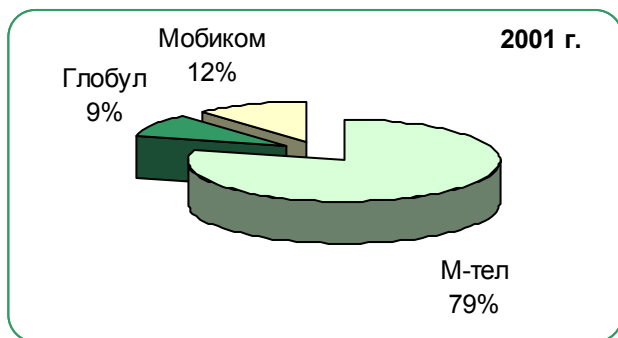
* данните за България са към 31.12.2004 г.

Източник: 10th Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package, IBM Business Consulting Services, 4th Report on Monitoring of EU Candidate Countries (Telecommunication Services Sector), данни, подадени в КРС

Фиг. 54

Изменението на пазарните дялове на трите мобилни далекосъобщителни оператора, изчислени според броя на абонатите за периода от 2001 г. до 2004 г., са представени в следващата фигура.

Пазарен дял на операторите на мобилни мрежи според броя абонати



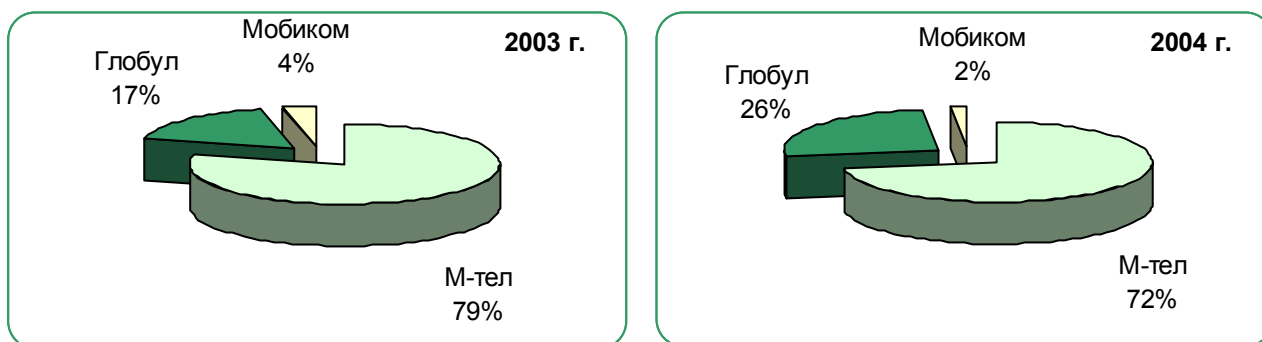
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 55

Въпреки загубата на относителен дял през 2004 г., в абсолютно изражение “М-ТЕЛ” е успял да привлече близо 650 000 нови клиенти и остава безспорен лидер на пазара с близо 65 % от всички абонати на мобилни услуги в страната. От друга страна “ГЛОБУЛ” е успял да разшири дела си от 29 % на 34 %. В сравнение със същия период на предходната година броят на абонатите на “М-ТЕЛ” се е увеличил с 27 %, а на “ГЛОБУЛ” - с 67 %. За същия период броят на абонатите на “МОБИКОМ” е намалял с 33%, като към края на 2004 г. аналоговият оператор е с незначителен пазарен дял от 1 %. Наред със силната конкуренция на цифровите мобилни мрежи, предлагащи по-високо качество и по-широк набор от услуги, съществен негативен фактор за развитието на NMT мрежата от технологична гледна точка е и фактът, че аналогово оборудване и крайни устройства вече не се произвеждат.

Пазарните дялове на трите мобилни оператора, определени според размера на приходите от предоставяне на услуги чрез лицензирана мрежа, са представени на следващата фигура.

Пазарен дял на операторите на мобилни клетъчни мрежи в България според приходите от предоставяне на мобилни далекосъобщителни услуги²



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 56

“М-ТЕЛ” продължава да бъде пазарен лидер и по отношение на приходите. Въпреки лекия спад от 5 % в общата структура на пазара, приходите на компанията отбелязаха ръст от 15 % спрямо 2003 г. Годишните приходи на “ГЛОБУЛ” са се увеличили с 84 %. Нарастването на дяловете на цифровите мрежи е и за сметка на приходите на “МОБИКОМ”, които са намалели с 42 %, като пазарният им дял продължава да спада.

В края на октомври КРС определи “МОБИЛТЕЛ” АД за оператор със значително въздействие на пазара на мобилни далекосъобщителни мрежи и предоставяне на гласови телефонни услуги чрез тях. Решението бе взето в съответствие със ЗД и Методиката за условията и реда за определяне на оператори със значително въздействие въз основа на анализ на информация за реализираните от операторите нетни приходи за предходната година, общия обем на пазарния сегмент мобилни гласови услуги и пазарния дял на всеки от участниците в този сегмент, като към 31.12.2003 г. тези дялове са съответно: РТК ООД – 2,3%, “КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ ЕАД” – 15 % и “МОБИЛТЕЛ” АД – 82,7 %.

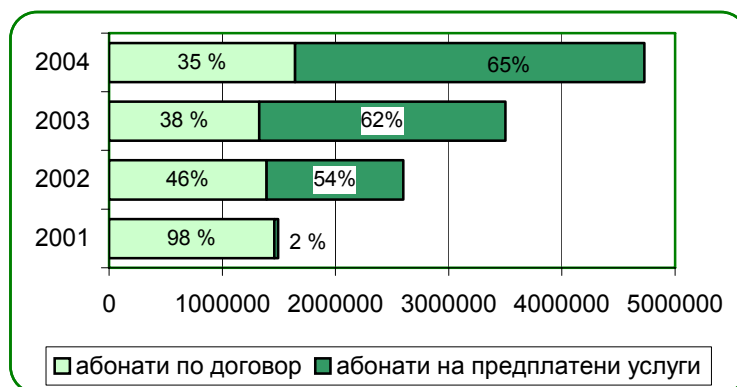
Като оператор със значително въздействие върху пазара на мобилни гласови услуги, на “МОБИЛТЕЛ” АД се налагат специфични задължения по отношение на

² Обемът на приходите е изчислен въз основа на данни за приходите от предоставяне на гласова телефония и други услуги посредством мобилните клетъчни мрежи.

взаимното свързване - спазване принципите на равнопоставеност, прозрачност и конфиденциалност при предоставянето на услуги по взаимно свързване.

И през 2004 г. пазарът на предплатени мобилни услуги продължи значително да се разраства. Страната ни се съизмерва със световните тенденции - броят на потребителите, ползващи предплатените мобилни услуги, надвишава броя на абонатите по договор. Към края на 2004 г. броят на абонатите на предплатени услуги е 65 % от общия брой абонати на мобилни услуги. Въпреки широкото разпространение на предплатените услуги, те са генерирали едва 15 % от приходите на операторите.

Потребители на предплатени услуги и абонати по договор на мобилните оператори



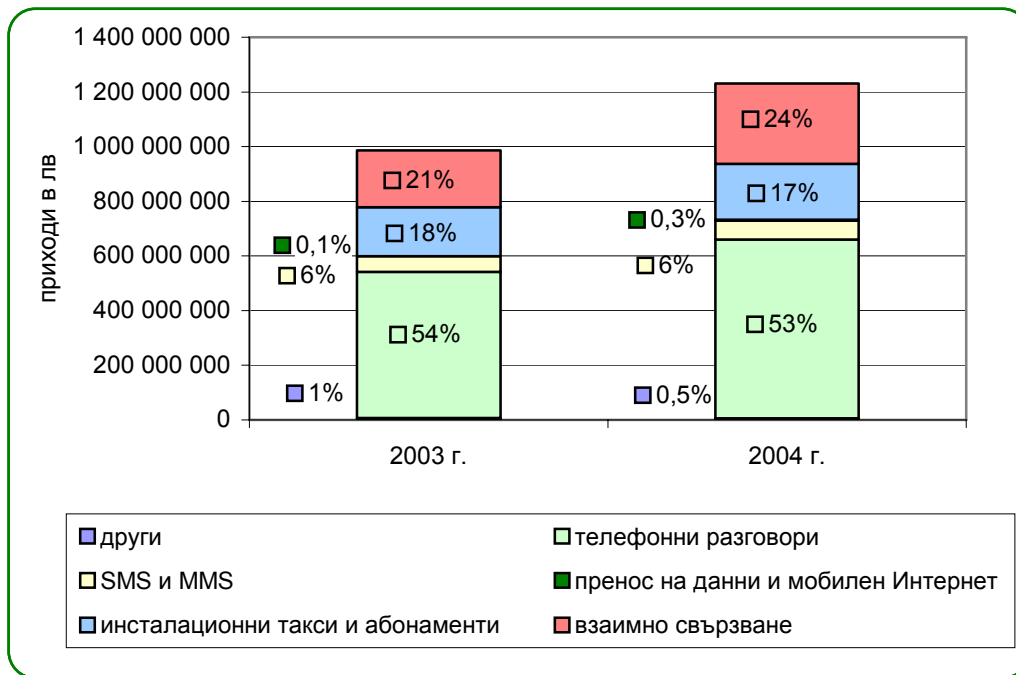
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 57

5.4. Предлагани услуги

Мобилните клетъчни мрежи предлагат широка и разнообразна гама от услуги. Освен телефонни разговори, потребителите имат достъп и до услуги като гласова поща, конферентна връзка и спешни повиквания, услуги, свързани с пренос на данни: обмен на кратки текстови и мултимедийни съобщения (SMS и MMS), получаване и изпращане на факс съобщения, асинхронно и синхронно предаване на данни. Съществува възможност за активиране и на голям брой допълнителни услуги като пренасочване на повикванията, забрана за повиквания, идентификация на повикванията, изчакване и задържане на повикване, пренабиране на последния избран номер, известяване за наличие на гласова поща или пропуснати повиквания, проверка на сметката, информационни услуги и други. Разширява се наборът от услуги с добавена стойност с информационен и развлекателен характер. В началото на 2004 г. "М-ТЕЛ" предложи на своите абонати и потребители информационните услуги "МТЕЛ +", които дават възможност да се получават чрез SMS специализирани новини, хороскопи и други, а от средата на годината потребителите на оператора имаха възможност да получават и мултимедийни новини (съдържащи освен текст и снимки) посредством услугата "Абонамент за MMS новини". "ГЛОБУЛ" въведе услугата "Global chat" чрез SMS или WAP, която позволява изпращане на чат-съобщения.

Разпределение на приходите от предоставяне на далекосъобщителни услуги предоставяни чрез мобилни клетъчни мрежи



Източник: Данни, подадени в КРС

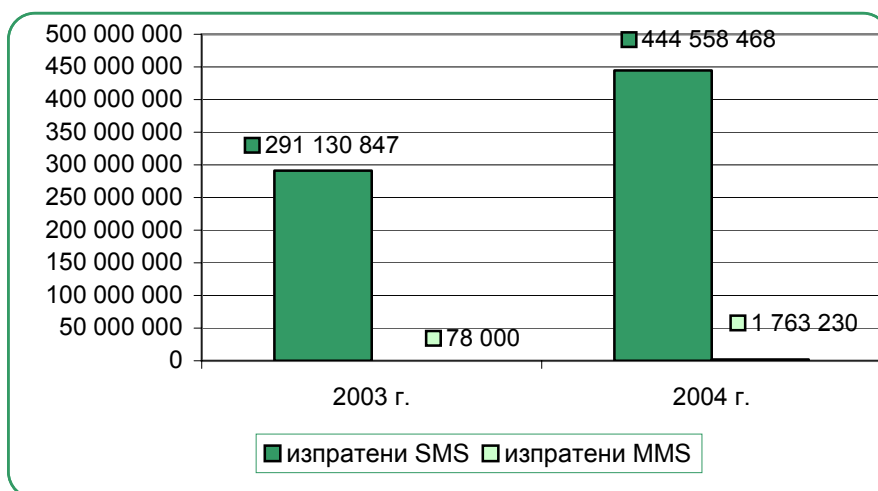
Фиг. 58

На фигура 58 е показано разпределението на приходите от мобилни мрежи за последните две години. Повече от половината от приходите от предоставянето на услуги чрез мобилни клетъчни мрежи се формират от предоставянето на гласови телефонни услуги в рамките на съответната мрежа и изходящи повиквания към други мрежи при 17-18% приходи от инсталационни такси и абонамент. Услугите текстови и мултимедийни съобщения са генерирани 6 % от приходите на операторите за 2004 г. Новите услуги пренос на данни и мобилен Интернет все още са с незначителен дял под 1 %. Делът на приходите от взаимно свързване е нарастнал до 24% в рамките на структурата на приходите от мобилни мрежи и услуги. Обемът му е нараснал и в рамките на общия обем на взаимното свързване в страната, като може да се направи извод за нараснал трафик между мобилните мрежи в страната за сметка на трафика от фиксирани към мобилни мрежи и обратно.

Според международно изследване на Ти Джи Ай и агенция "Маркет тест" изпращането на кратки текстови съобщения е често използвана услуга от българските потребители: 68 % от абонатите на мобилни услуги в България я използват, а само 5 % от тях използват мобилния си телефон, за да проверяват електронната си поща.

Както е видно от фиг. 59, броят на изпратените кратки текстови съобщения е нараснал почти два пъти за едногодишен период. След старта на услугата MMS през 2003 г. броят на изпратените мултимедийни съобщения през 2004 г. е повече от 1,7 млн., което говори за потребителски интерес към този вид услуга.

Брой изпратени SMS-и и MMS-и през 2003 г. и 2004 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 59

Процентът на негласовите съобщения се очаква да нараства с разрастването на пазара на съдържание от страна на специализирани компании и доставчици.

С развитието на мобилните мрежи операторите започнаха предоставянето на услуги за достъп до Интернет, предаване на данни и факс чрез мобилния телефон.

През 2004 г. “М-ТЕЛ” и “ГЛОБУЛ” стартираха услугата “мобилен Интернет през GPRS” и “WAP през GPRS”, която дава възможност за достъп до Интернет с помощта на мобилен телефон, поддържащ GPRS или PCMCIA карта, през преносим компютър, PDA или смартфон. С мобилния интернет могат да се ползват всички услуги, които се използват през уеб, като проверка на електронна поща, изтегляне и изпращане на файлове, търсене на информация в уеб страници и др. През септември услугата стана достъпна за абонатите на “М-ТЕЛ” и в условията на международен роуминг. През 2005 г. “ГЛОБУЛ” също планира да въведе услугата GPRS роуминг.

“МОБИКОМ” предложи услугата “Мобификс Плюс”, която съчетава мобилната услуга Мобифон и VoIP услугата МобиВойс. Услугата е предназначена за всички клиенти в градовете, където МобиВойс няма локална точка, като в същото време е подходяща и за големи корпоративни клиенти, разполагащи с телефонна централа.

През 2005 г. “М-ТЕЛ” планира въвеждане на услуги, базирани на EDGE приложения. EDGE³ е технология, която осигурява на GSM устройствата скорост за пренос на данни, близка до тази при мобилните мрежи от трето поколение и дава възможност на абонатите да обменят информация: (уеб страници, цифрови изображения и други) до три пъти по-бързо от стандартната GSM/GPRS връзка. Технологията позволява висока ефективност и при различните бизнес приложения (Интернет, мобилен офис, електронно банкиране, достъп до частни корпоративни мрежи и други) със скорост за пренос на данни до 240 Kbits.

Значение за успешното развитие на пазар с широк набор от услуги имат и възможностите за облекчен достъп на потребителите до интересующите ги услуги, които операторите предлагат, като зареждане на карти за предплатени услуги през Интернет, поръчка или абонамент за дадена услуга чрез изпращане на кратко текстово съобщение или чрез уеб страницата на оператора и други.

С изграждането на мрежи от трето поколение, мобилните оператори ще могат да предложат нови услуги на потребителите като видеотелефония, високоскоростен пренос на данни, видео/аудио – телевизия, видео- и фотоснимки, мобилна електронна търговия, забавления – игри и др. Икономическата ефективност и търсенето на новите услуги, базирани на UMTS технологията ще зависят от множество фактори – икономическото развитие на страната в следващите няколко години, развитието на

³ Enhanced Data Rates for Global Evolution

технологиите и съответно цените на техническите средства и услуги свързани с 3G, както и от пазарните политики и стратегии на операторите.

5.5. Качество на обслужване

В следващата таблица са представени данни за броя на постъпилите жалби от абонатите на мобилните мрежи и причините, които са ги предизвикали, както и представената от операторите информация по наблюдаваните параметри за качество на обслужването.

Таблица 7

	М-Тел	ГлоБул	Мобиком
<i>Общ брой депозиран писмени жалби</i>	2.566	2.307	117
<i>- брой основателни жалби</i>	315	438	117
<i>- брой жалби, на които е отговорено писмено</i>	2.217	1.397	117
<i>Разпределение на жалбите по причини:</i>			
<i>- техническа неизправност</i>	52	126	14
<i>- коректност на сметките</i>	1.608	1.401	72
<i>- проблеми при активиране и администриране /качество на услугите</i>	273	211	
<i>- неудовлетворение от обслужване в търговската мрежа</i>	304	46	
<i>- коректност на документи</i>		159	31
<i>- политика на компанията</i>		77	
<i>- други</i>		287	
<i>Неуспешни повиквания (в %), в т.ч. :</i>	0,95 %		
<i>- поради претоварване на мрежата</i>	0,90%	0,80%	0,05%
<i>- поради техническа неизправност</i>	0,05%	0,10%	0,004%
<i>Средно време за отстраняване на повреди</i>	42,15 мин.		3,53 ч.
<i>Средно време за активиране на услугите (в часове)</i>			
<i>- включване на абонат</i>	0,25	-	2
<i>- предоставяне на достъп до Интернет</i>	0,25	2	-
<i>- роуминг</i>	0,25	1	24

Източник: Данни, постъпили в КРС

Различията в посочените данни произтичат главно от различия в броя на абонатите, количествените характеристики и териториалното покритие на мрежите на трите мобилни оператора. В сравнение с предходната година "ГЛОБУЛ" отчита почти двойно увеличение на броя на депозираните от потребителите писмени жалби, за "М-ТЕЛ" увеличението е 5%, докато "МОБИКОМ" отчита намалението им с 10%. По отношение на броя неуспешни повиквания "М-ТЕЛ" запазва нивото от миналата година. "ГЛОБУЛ" са успели да понижат неуспешните повиквания поради технически причини с 93,3%, а "МОБИКОМ" - неуспешните повиквания поради претоварване на мрежата – с 50 %. В сравнение със своите конкуренти "МОБИКОМ" има значително по-дълъг срок за отстраняване на повреди.

5.6. Цени и ценова политика

Операторите на мобилни клетъчни мрежи формират цените и ценовата си политиката свободно и ги представят за сведение в КРС.

Формирането на ценовите пакети и на трите мобилни оператори се базира на два основни компонента: абонаментна такса и такса за минута разговор.

“МОБИКОМ” продължи да предлага услугите си на своите абонати чрез четири тарифни плана: “Моби L”, “Моби XL”, “Мобификс” и “Ситифон”.

Двата GSM оператора са чувствителни един спрямо друг по отношение на цените и маркетинговите си стратегии. Те взаимно следят действията си и своевременно реагират при промяна в конкурентното поведение на другия. При очакваното навлизане на нов играч на пазара двата GSM оператора се стремят да се възползват от положението си, като задържат абонатите си чрез намаление на цените на предлаганите услуги, по-изгодни условия при сключване на договори с фиксиран срок и други.

През 2004 г. “ГЛОБУЛ” и “МТЕЛ” предложиха на своите абонати и потребители намаления в тарифите си и продължиха да сегментират пазара, предлагайки пакети с обеми минути за разговори, които отговарят на специфичните потребности на различните групи клиенти.

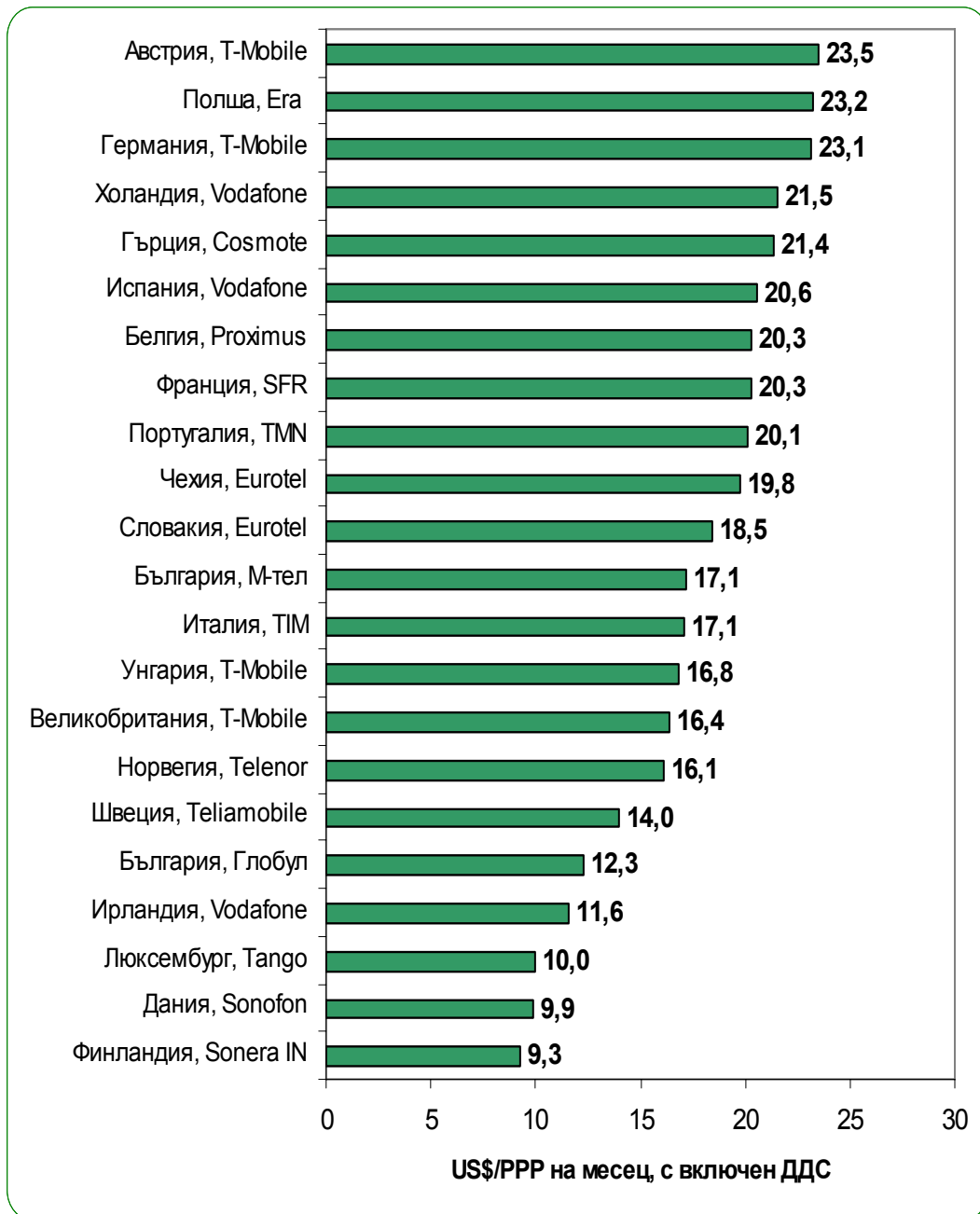
“ГЛОБУЛ” продължи да залага на стратегията на еднакви тарифи на минута разговор към всички мрежи в страната без пикови часови зони. В самото начало на 2004 г. “МТЕЛ” въведе пети промоционален абонаментен план, включващ намален месечен абонамент и единен тарифен план за разговори към всички национални мрежи. През май 2004 г. първият GSM оператор обяви нови по-ниски цени и също предложи на своите клиенти тарифни планове, включващи пакети с минути за разговори и стандартни цени, валидни извън пакета. Бе изменен начинът на тарифиране на разговорите – на всеки 30 секунди, вместо на първоначалните 15, а след това на всяка секунда.

“ГЛОБУЛ” предложи през април нови по-ниски цени за пакети с минути за разговори, предназначени за корпоративни клиенти, а през септември - планове с нови пакети минути за разговори за физически лица при намаление на тарифите с до 18 %.

В рамките на отделните ценови планове и двата цифрови оператора предложиха на потребителите възможност за разговори на намалени цени с ограничен брой предварително избрани номера – “М-ТЕЛ” чрез услугата “Семейство и приятели”, при която абонатите ползват 50 % намаление при разговори с два предварително избрани номера в мрежата “М-ТЕЛ”, а “ГЛОБУЛ” чрез услугата “За приятели”, позволяваща по-евтини разговори с до три избрани номера.

На фиг. 60 са представени потребителски цени за мобилни услуги на оператори от ЕС и България, включени в мобилната кошница на ОИСР за слабо потребление. Кошницата за слабо потребление се базира на средни цени и обобщена информация, предоставена от оператори и регулатори от страните-членки на ОИСР и съдържа една трета от инсталационната такса, цената на месечния абонамент, цената за 30 кратки текстови съобщения и 25 изходящи обаждания месечно. В потребителската кошница са включени само национални разговори, от които 42 % са обажданията към фиксираната мрежа, а 58 % - към мобилни мрежи (в т.ч. 18 % в мрежите на други мобилни оператори и 40 % в същата мобилна мрежа). Обажданията към фиксираната мрежа са с продължителност 1,6 мин, а тези към други мобилни абонати – 1,4 мин. 38 на сто от обажданията са в часове и дни на силен трафик - в най-скъпите часови зони в делнични дни. При изчислението на кошниците се изваждат отстъпките и включените в месечния абонамент безплатни минути и SMS.

**Потребителски цени на мобилни услуги в ЕС-25 и България -
мобилна кошница на ОИСП - слабо потребление**



Източник: Teligen, данни подадени в КРС

Фиг. 60

Между двата GSM оператора се наблюдава неценова конкуренцията, която се изразява в надпревара и съперничество за спечелване на потребители чрез диференциране на предлаганите от тях услуги: възможност за активиране на голям брой допълнителни услуги, промоционални пакети от телефонен апарат и абонамент и др. “ГЛОБУЛ” и “М-ТЕЛ” стартираха програми за лоялност, при които редовните клиенти получават бонус точки с възможност да ги използват за отстъпки от месечните сметки, допълнителни безплатни минути разговори, текстови съобщения, получаване на ценови отстъпки при пазаруване в определени търговски обекти и др.

И трите мобилни оператора продължиха политиката си на организиране на различни промоционални кампании за ценови намаления на телефонни апарати, бонуси и отстъпки при предлагането на услугите си чрез предплатени карти.

Крайните потребителски цени на мобилните услуги зависят както от ценовите стратегии на самите компании, така и от договорените цени за взаимно свързване с фиксираната мрежа на БТК АД и мобилните мрежи.

В таблицата по-долу са представени цените за терминиране на повиквания от фиксираната мрежа към мрежите на мобилните оператори в страната за периода 2000 - 2004 г.:

Таблица № 8

дата на влизане в сила:	цена за минута в силен трафик* (лв./мин.)	цена за минута в слаб трафик** (лв./мин.)
01.11.2000 г.	0,425 лв.	0,366 лв.
01.10.2001 г.	0,425 лв.	0,346 лв.
01.05.2002 г.	0,385 лв.	0,391 лв.
01.07.2003 г.	0,381 лв.	0,368 лв.
01.05.2004 г.	0,381 лв.	0,366 лв.

Цените са без ДДС

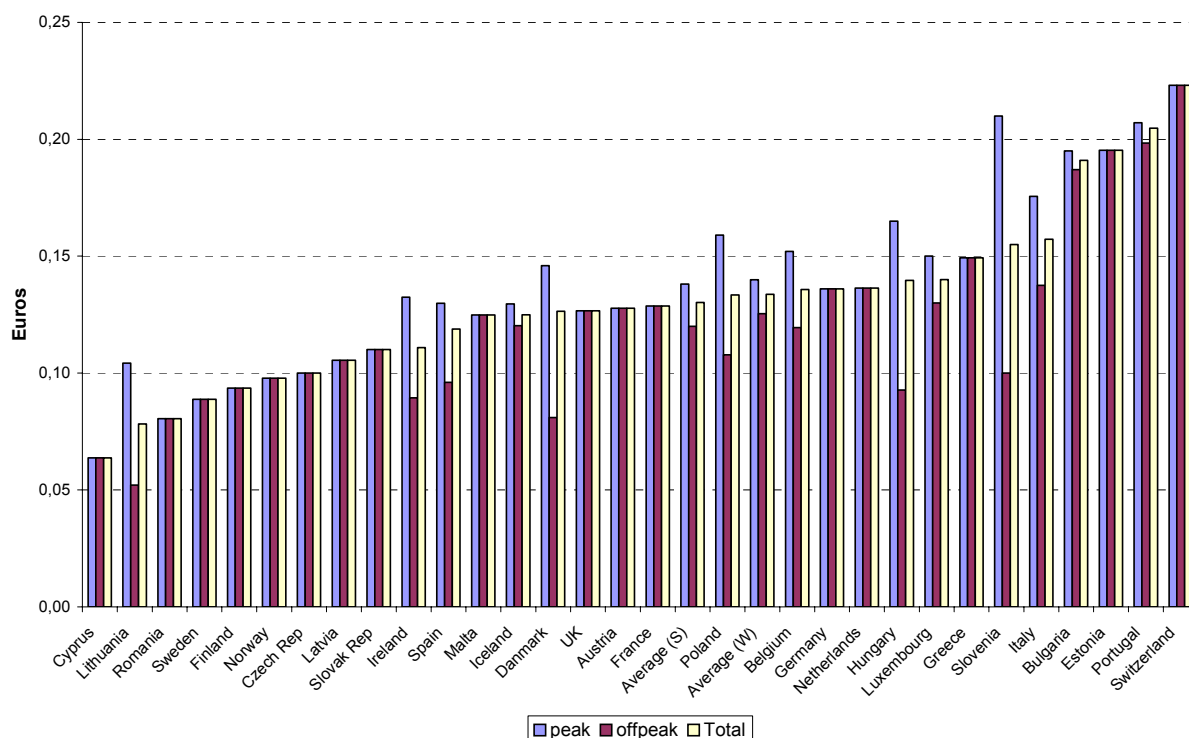
** от 7 до 21 часа*

*** от 21 до 7 часа*

Източник: Данни, подадени в КРС

Сравнения на цените за терминиране на повиквания от фиксираната мрежа към мрежите на мобилните оператори с равнищата в ЕС са представени на фиг. 61. Данните са резултат от изследване на работна група „Мобилни пазари” на IRG и са актуални към 01.01.2005 г.

Цени за терминиране в мобилни мрежи към 01.01.2005 г.



Източник: IRG MM WG, KPC

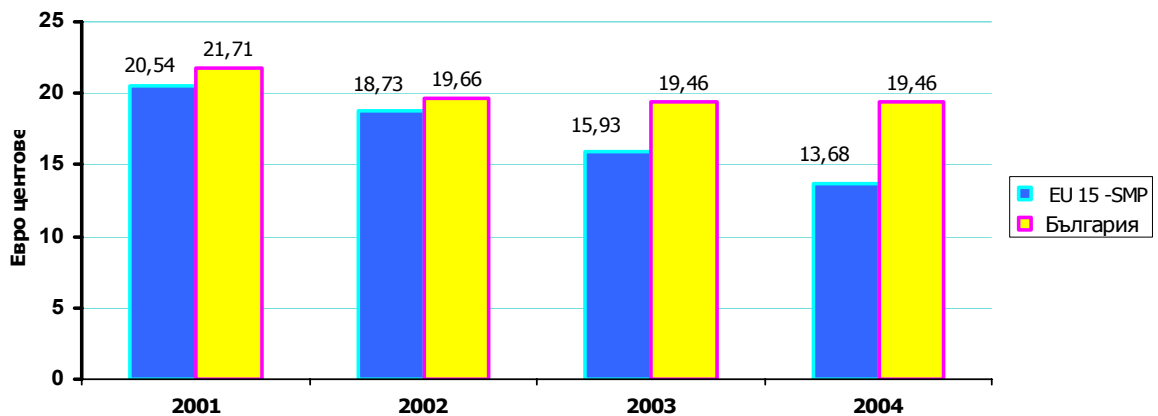
Фиг. 61

От графиката е видно, че България е сред четирите страни с най-високи цени за терминиране в мобилни мрежи: с около 43% по-високи от средната стойност за изследваните европейски страни (0,1337 €).

Цените за терминиране в мобилни мрежи на българския пазар са запазили равнищата си от 2000 г. до края на 2004 г., като за същия период броят на абонатите на мобилни услуги на далекосъобщителния пазар в България е нарастнал десеткратно. По данни на Европейската Комисия 4, цените за терминиране от фиксирана в мобилна мрежа в страните от ЕС са намалели средно с 28% за тригодишен период (юли 2001 – юли 2004 г.) - от 20,54 евро цента до 14,76 евро цента среднопретеглени равнища. Средната цена за ЕС-15 за 2004 г. е понижена с 16 % в сравнение с 2003 г., когато е била 17,58 евроцента.

На фигурата по-долу са съпоставени цените за терминиране в мрежите на операторите със значително въздействие върху пазара в ЕС-15 и цените за терминиране в мобилни мрежи в България за последните четири години.

⁴ 10th Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package



Източник: КРС, 10th Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package

Фиг. 62

Тенденцията на спад в тези цени в европейските държави се дължи на намеса от страна на националните регулаторни органи под формата на регулиране на оператори със значително въздействие върху пазара на взаимно свързване и пазара на мобилни услуги (там, където законодателствата на съответните държави предвиждат регулирането на цените за взаимно свързване на тези оператори), както и на оператори, които не са със значително въздействие върху пазара, в случай на разследване при сезиране по повод условията на конкуренция на съответния пазар или налагане на пределни цени, за предотвратяване на т. нар. прекомерно високи тарифи. Съгласно действащото законодателство регулаторният орган в България не разполага с правно основание за регулирането на тези цени.