

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

### **I. СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА ДАЛЕКОСЪОБЩИТЕЛНИЯ ПАЗАР**

10. Услуги за достъп до Интернет .....	48
10.1 Развитие на пазара.....	48
10.2 Брой хостове .....	48
10.3 Брой потребители .....	49
10.4 Доставчици на Интернет услуги .....	50
10.5 Цени .....	51
10.6 Приходи от Интернет .....	52

## 10. УСЛУГИ ЗА ДОСТЪП ДО ИНТЕРНЕТ

### 10.1. Развитие на пазара

Според действащото законодателство за дейността по предоставяне на достъп до Интернет не е предвиден лицензионен или регистрационен режим. Този въпрос предстои да бъде решен с влизането в сила на нова законова рамка, която ще регламентира пазарните отношения с либерализирането на пазара. Отсъствието на регистрационен режим затруднява както набирането на официални данни за този сегмент от далекосъобщителния пазар, така и защитата на потребителите на Интернет услуги. КРС за втора поредна година изиска информация за дейността на доставчиците на услуги за достъп до Интернет (ДИУ) с цел набиране на данни за развитието на този динамично развиващ се сегмент от пазара.

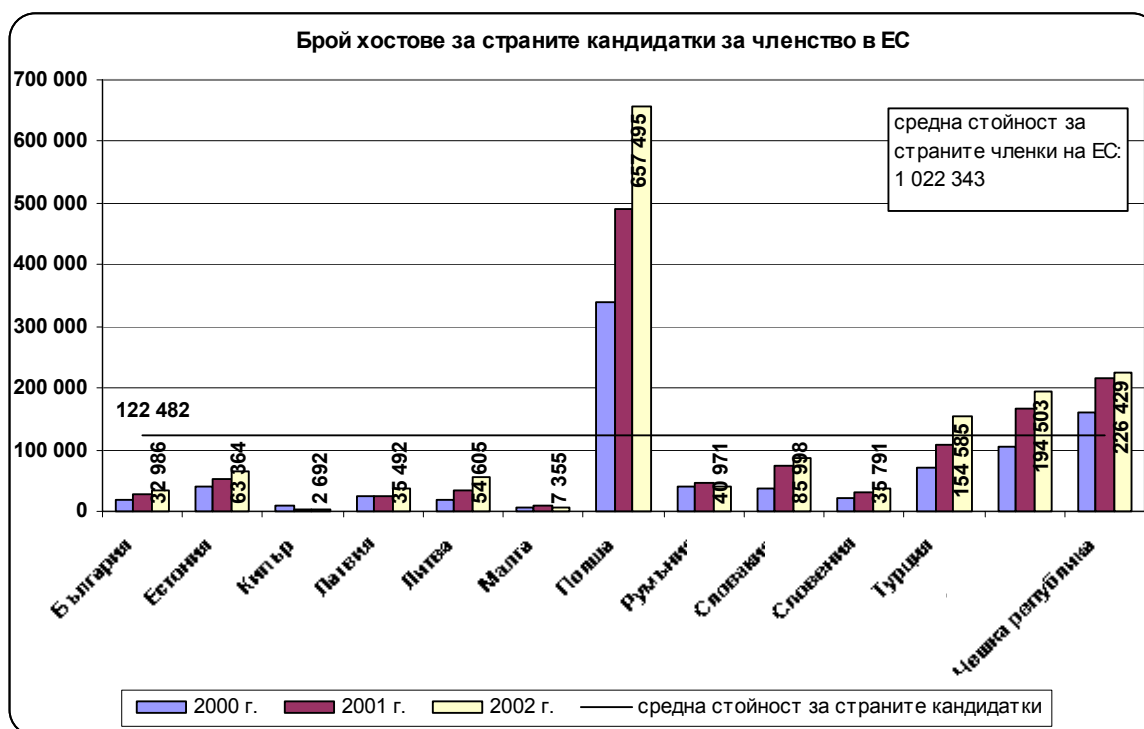
Тъй като информацията, подадена в КРС от ДИУ е неточна и недостатъчна за цялостен анализ, се използват и данни от независими български и чуждестранни агенции. Трудно се намират съпоставими източници на информация за Интернет пазара. Използваните методологии на проучване, както и работните определения за “потребител” (възрастовата граница не е дефинирана еднозначно), “вид на достъпа” и т.н. са твърде различни.

В световен мащаб оценките за състоянието и сравненията за развитието на Интернет пазара се правят основно по два показателя – брой хостове (компютрите, които се свързват с Мрежата) и брой потребители. Проникването на Интернет се измерва чрез брой хостове на 10 000 жители и брой потребители на 10 000 жители. Това прави проникването много по-стойностен показател за сравнение между отделните страни от абсолютните величини за брой хостове и брой потребители.

### 10.2 Брой хостове

Нарастването за 2002 г. спрямо 2001 г. на общия брой хостове за България (22,5%) и общо за страните – кандидатки на ЕС (24%) остава по-високо от това за страните - членки на ЕС (21%). Въпреки увеличаването на броя хостове, стойността на показателя за България е почти четири пъти под средната за страните - кандидатки.

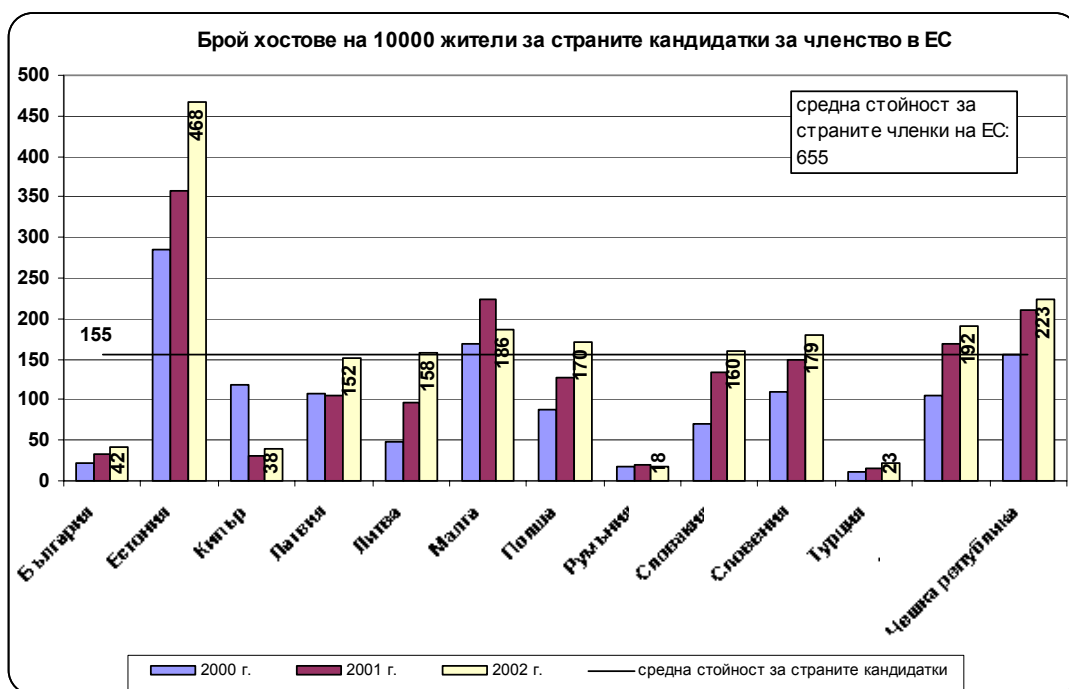
Данните за страните кандидатки за членство в ЕС са представени на фиг. 45.



Източник: ITU, <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics>

Фиг. 45

Проникването за страните - кандидатки по показателя брой хостове е представено на фиг. 46.



Източник: ITU, <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics>

Фиг. 46

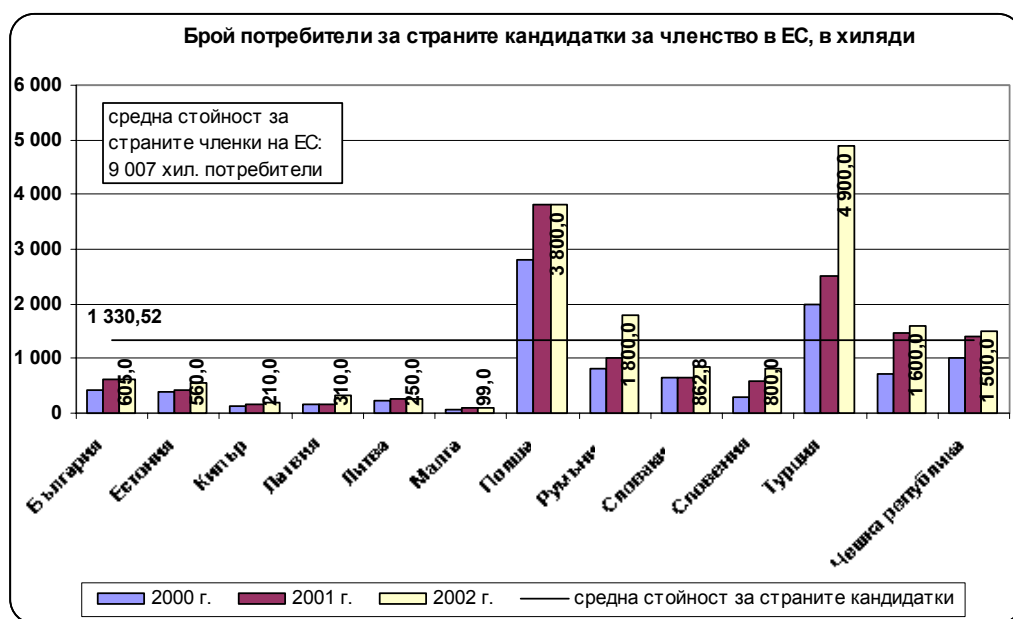
Стойността на този показател за България е отново около четири пъти под средната за страните – кандидатки, като тенденцията е към нарастване на проникването.

Прави впечатление голямата разлика между страните - членки на ЕС и страните - кандидатки. Средната стойност на показателя за страните - кандидатки е едва една четвърт от средната стойност за страните - членки на ЕС .

### 10.3. Брой потребители

Запазва се тенденцията от последните три години за плавно нарастване на броя потребители на Интернет.

Стойността на показателя за България е два пъти под средната за страните – кандидатки, а нарастването е незначително. По данни на Витоша Рисърч, към декември 2002 г. потребителите на Интернет у нас са 9,6% от населението над 18 години. Данните за страните – кандидатки на ЕС са представени на фиг. 47.

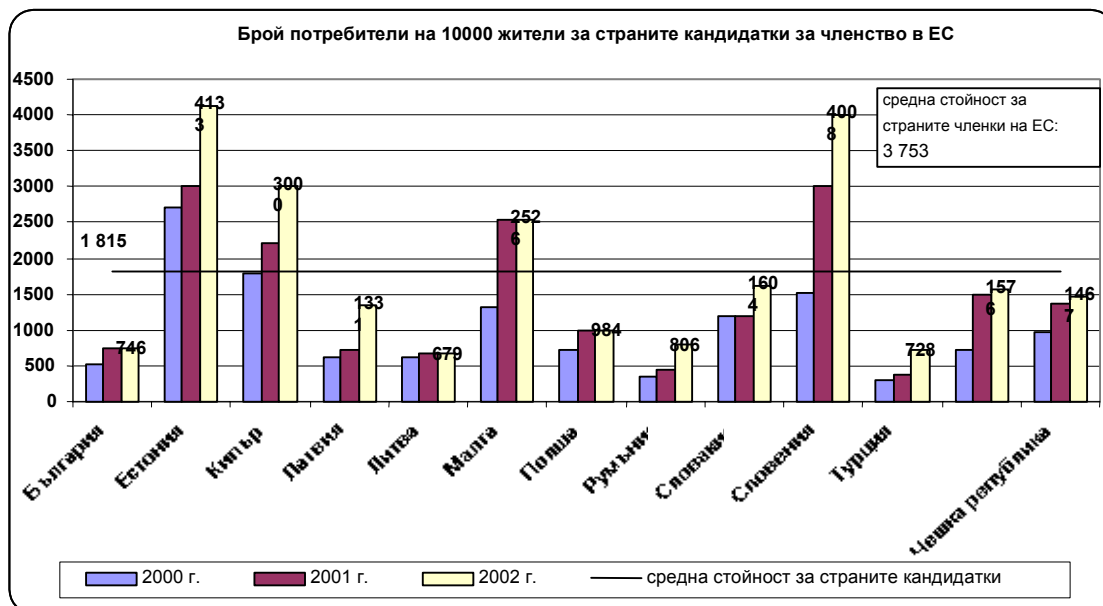


Източник: ITU, <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics>

Фиг. 47

Темпът на нарастване за страните – кандидатки е над 30% (36,3% за 2001 г. спрямо 2000 г. и 31,7% за 2002 г. спрямо предходната година), докато за страните – членки на ЕС той намалява. Въпреки увеличаването на броя потребители, в страните – кандидатки стойностите на показателя са значително под средната за страните – членки на ЕС.

Освен с високия темп на нарастване на Интернет потребителите, развитието на този пазарен сегмент както за България, така и за страните – кандидатки е ясно изразено и по показателя брой потребители на 10 000 жители. Средната стойност на този показател за страните - кандидатки е само два пъти по-малка от стойността за страните - членки на ЕС. Данните за страните - кандидатки са представени на фиг. 48.



Източник: ITU, <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics>

Фиг. 48

Стойността на този показател за България е два пъти по-малка от средната за страните – кандидатки.

#### 10.4. Доставчици на Интернет услуги

През 2002 г. не се наблюдава увеличаване на броя ДИУ, работещи на българския пазар. Броят ДИУ е около 170, като от тях само 11 са национални. Тази оценка е направена въз основа на присъствието на ДИУ в различни градове на страната на база изградени входни точки за комутируем достъп и брой абонатите. Данните за броя на ДИУ към края на 2002 г. за страните – кандидатки на ЕС са представени в Таблица 8.

Таблица 8

Държава	Брой ДИУ - национални	Брой ДИУ – регионални
България	11	160
Естония	50	54
Кипър	18	0
Латвия	18	35
Литва	40	33
Малта	15	0
Полша	няма данни	няма данни
Румъния	40	312
Словакия	59	0
Словения	20	25
Унгария	90	65

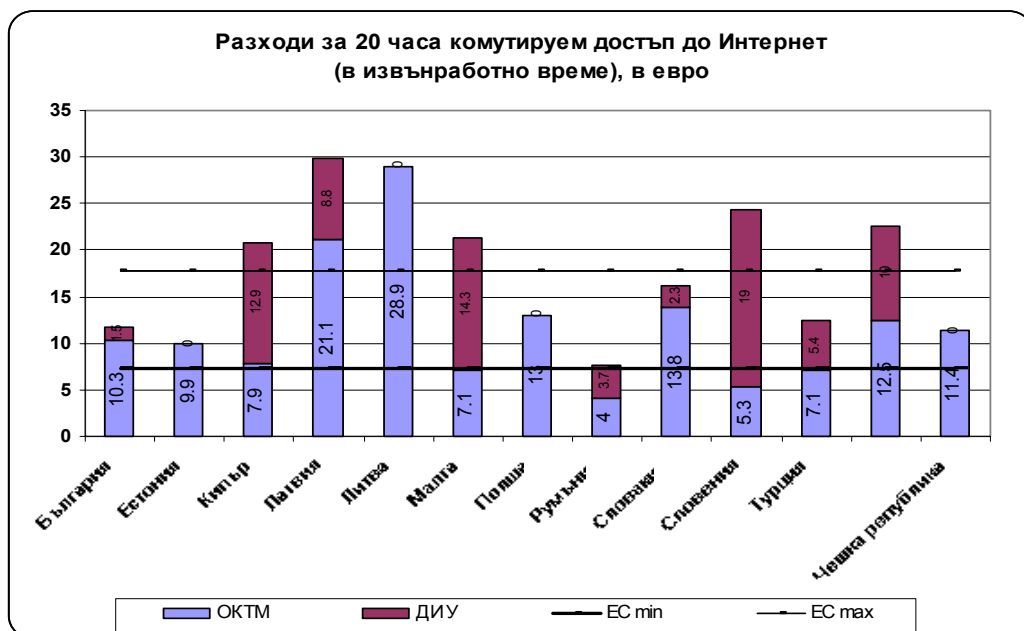
Турция	81	0
Чешка република	8	132

**Източник:** IBM Business Consulting Services, 3rd Report on Monitoring of EU Candidate Countries (Telecommunication Services sector)

### 10.5. Цени

Повечето ДИУ предоставят и двата основни вида достъп до Интернет – комутируем и некомутируем, като по-голямата част от абонатите ползват достъп чрез обществената комутируема телефонна мрежа (ОКТМ). Около 2% от комутируемите абонати са абонати на ISDN достъп. Все още най-приемливата цена за домашните потребители е тази за комутируем достъп. Разходите на потребителите за ползване на комутируем достъп до Интернет в България са сред най-ниските за страните – кандидатки<sup>1</sup>. Данните за разходите на домашните потребители на Интернет са представени на фиг. 49.

За домашните потребители в четири от страните - кандидатки цените за Интернет достъп се включват в таксите за ползване на телефон. В пет от страните, включително в България, телефонните такси са по-големи от таксите за Интернет достъп.



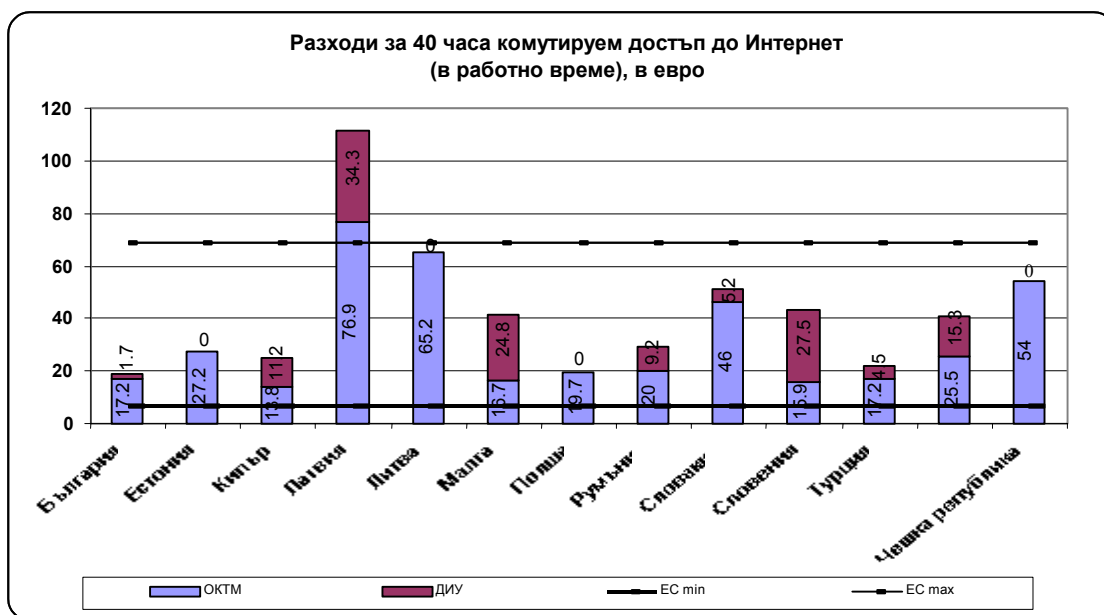
**Източник:** IBM Business Consulting Services, 3rd Report on Monitoring of EU Candidate Countries (Telecommunication Services sector)

**Фиг. 49**

За сравнение със страните – членки на ЕС, на фиг. 49 са показани границите, в които се движат разходите за Интернет на техните домашни потребители - минималната и максималната им стойности са съответно 7,31 € (Франция) и 17,7 € (Белгия).

Данните за разходите на бизнес потребители в страните – кандидатки на ЕС са представени на фиг. 50

<sup>1</sup> Сравнението е по най-изгодна цена на национален ДИУ за пакети от 20 часа (в извън работно време) и 40 часа (в работно време). В разходите са включени и цените на телефонното потребление за осъществяване на достъп до Интернет.



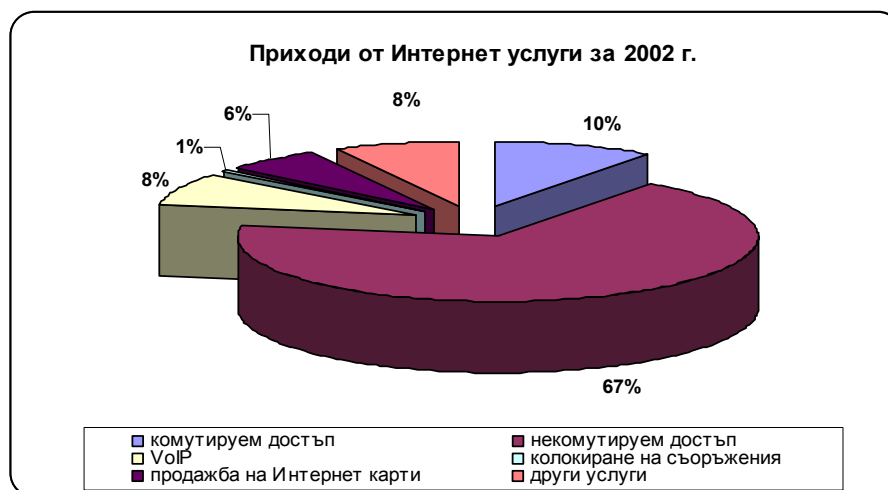
**Източник:** IBM Business Consulting Services, 3rd Report on Monitoring of EUCandidate Countries (Telecommunication Services sector)

**Фиг. 50**

За бизнес потребителите разходите за Интернет са значително по-високи от тези на домашните. Минималната стойност на разходите за Интернет на бизнес потребители в страните - членки е 6,4 € (Франция), а най-високата стойност е 69 € (Белгия). В същото време бизнес потребителите ползват предимно некомутируем достъп до Интернет, чиято цена е значително по-висока от цената на комутируемия.

### 10.6. Приходи от Интернет

По експертна оценка обемът на Интернет пазара у нас към края на 2002 г. възлиза на около 57 милиона лева. Данните за структурата на приходите в този пазарен сегмент са представени на фиг. 51.



**Източник:** Комисия за регулиране на съобщенията

**Фиг. 51**

Значима е разликата в приходите от некомутируем и комутируем достъп - почти седем пъти. Въпреки големия брой абонати на комутируем достъп, основната част от приходите на ДИУ са от некомутируем достъп. Това може да се обясни с по-високата цена на наетите линии за реализирането на този вид услуга и значително по-високото потребление от бизнес абонатите.

През 2002 г. седем фирми от предоставящите достъп до Интернет предоставят и услугата пренос на глас чрез Интернет (VoIP). Приходите от този пазарен сегмент са само с 2% по-малко от приходите от комутируем достъп и са повече от приходите от продажба на Интернет карти.

Липсата на лицензионен режим позволява на ДИУ с по-ограничена дейност и по-малък брой потребители да предоставят алтернативни начини на достъп до Интернет. За навлизането на нови технологии и за качествено предоставяне на Интернет услуги е необходимо да се развива и усъвършенства вече изградената инфраструктура на част от ДИУ. За тази цел са нужни голям обем инвестиции като основна част от ДИУ разчитат на привлечен капитал за осъществяване на развитието на своята дейност.

Проникването на Интернет за България е слабо. Точката на насищане за българския пазар не е достигната по нито един от показателите. С либерализацията на пазара ще се увеличи конкуренцията при предлагането на Интернет услуги, което е предпоставка за нарастване на проникването. Осигуряването на разнообразни услуги от ДИУ ще увеличи броя на потребителите.