

# SITUAȚIA CURENTĂ ȘI STRATEGII DE DEZVOLTARE A SECTORULUI DE COMUNICAȚII ELECTRONICE

Maria GRÎȚCO

Universitatea Tehnică a Moldovei

**Abstract:** *Comunicațiile electronice joacă un mare rol în evoluția societății. Fiecare element al progresului social și comercial influențează activitatea de telecomunicații și invers. Sectorul respectiv este în competiție cu alte sectoare în obținerea investițiilor. Echipamentele necesare dezvoltării se caracterizează prin: durată lungă de viață, costuri ridicate și complexitate tehnică. În consecință, este dificil de a lega sistemele care să garanteze cea mai bună dezvoltare posibilă a rețelei, atât din punct de vedere economic, cât și din punct de vedere tehnic.*

**Cuvinte cheie:** *strategie, comunicații electronice, sectorul TIC, abonați, Internet de bandă largă*

## 1. Introducere

Comunicațiile electronice asigură dezvoltarea nu doar a industriilor complementare din sectorul TIC, dar și a altor industrii din alte sectoare ale economiei țării. Studiu efectuat de către "Experții Băncii Mondiale" a arătat că: dezvoltarea comunicațiilor electronice și creșterea economică au o legătură directă și anume: 10% a ratei de penetrare Internet în banda largă duce la o creștere cu 1,3% a PIB, aceeași creștere a ratei de penetrare a telefoniei mobile duce la o creștere de 1,1% a PIB, a telefoniei fixe – de 0,7% [1].

Scopul acestei analize este elaborarea strategiilor pentru menținerea furnizorilor de telefonie mobilă pe piață cu un nivel înalt de concurență și dezvoltarea acestora la nivelul țărilor UE.

## 2. Situația curentă a sectorului de comunicații electronice

Sectorul CE este privit în calitate de catalizator de creștere economică globală prin investiții și crearea de locuri de muncă.

Prin urmare, dezvoltarea infrastructurii comunicațiilor electronice în banda largă devine o prioritate întru asigurarea dezvoltării economice durabile. În industria CE activează 11,1 mii angajați, cu un salariu mediu lunar de circa 6,2 mii lei (2010). Vânzările în industria CE au depășit în anul 2011 cifra de 6531,0 mil. lei și au atins nivelul de circa 8% raportat la PIB. [1]

Industria comunicațiilor electronice include următoarele activități [2]:

- a) activități de comunicații electronice prin rețele cu cablu;
- b) activități de comunicații electronice prin rețele fără cablu (exclusiv prin satelit);
- c) activități de comunicații electronice prin satelit;
- d) alte activități de comunicații electronice.

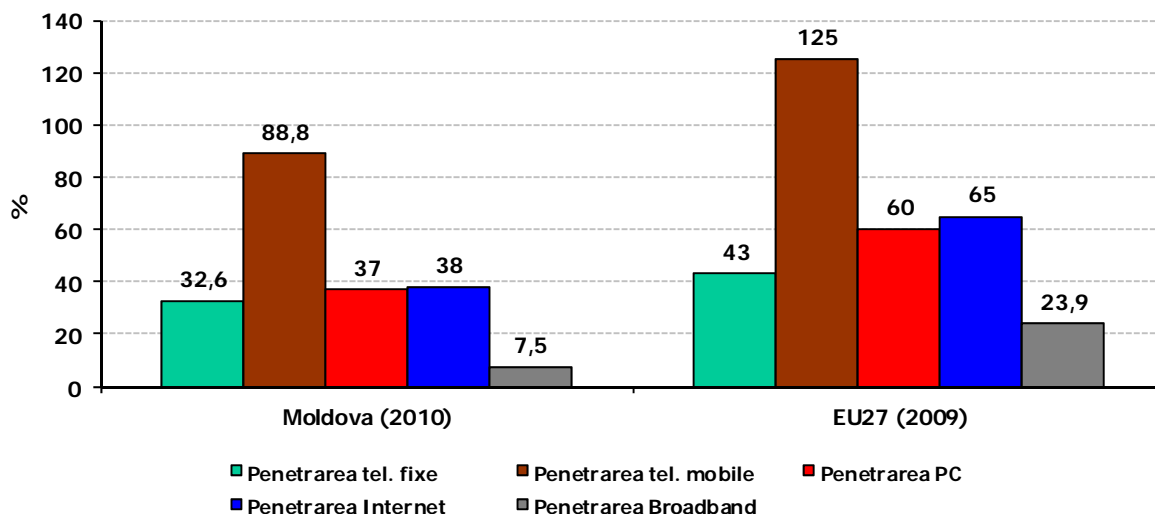
Creșterea industriei CE este semnificativă, însă, comparativ cu indicatori medii ai țărilor UE pentru anul 2009 ce țin de rata de penetrare a telefoniei fixe, rata de penetrare a telefoniei mobile, rata de penetrare a computerelor, rata de penetrare Internet, inclusiv rata de penetrare Internet de bandă largă, Moldova rămâne în urmă.

Marea majoritate a abonaților la serviciile de acces la Internet de bandă largă este conectată prin familia de tehnologii x-DSL. Numărul abonaților conectați prin intermediul acestei tehnologii a constituit 55,4% (2011) din numărul total de conectări de bandă largă. Această cotă sporită de conectări la Internet în baza familiei de tehnologii x-DSL este asigurată de un singur furnizor – S.A. „Moldtelecom”. Cota mică (30,5%), deținută de furnizorii alternativi este condiționată de limitarea de către S.A. „Moldtelecom” a accesului acestora la infrastructura asociată, inclusiv accesul la bucla locală. [1]

Bucla locală reprezintă circuitul fizic dintre punctul terminal al rețelei, aflat la punctul de prezență al utilizatorului și repartitorul principal din rețeaua publică de telefonie fixă a S.A. „MOLDTELECOM” sau un element echivalent a rețelei de telefonie publică fixă. [3]

În acest caz furnizorul-ofertant are obligația să ofere accesul, ce include: fire de cupru prin care abonatul obține accesul la rețeaua de comunicații electronice, circuite fizice instalate, dar neutilizate sau utilizate în trecut, alte circuite fizice care pot fi puse la dispoziția furnizorilor-solicitanți prin conectarea unor segmente de fire metalice deja instalate sau prin instalarea unor segmente de fire de cupru pe infrastructura existentă. La ora actuală piața de comunicații electronice poate fi analizată după numeroși indicatori economici specifici ramurii, precum cifra de afaceri a fiecărui operator, valoarea ARPU, numărul de abonați deserviți. Dar un indicator de o însemnătate majoră este și procentul de penetrare pe fiecare tip de serviciu de

comunicații electronice. O comparație dintre valorile indicatorului de penetrare a serviciilor de comunicații electronice prestate în Republica Moldova în comparație cu țările din Uniunea Europeană este schematic prezentată în figura 1.

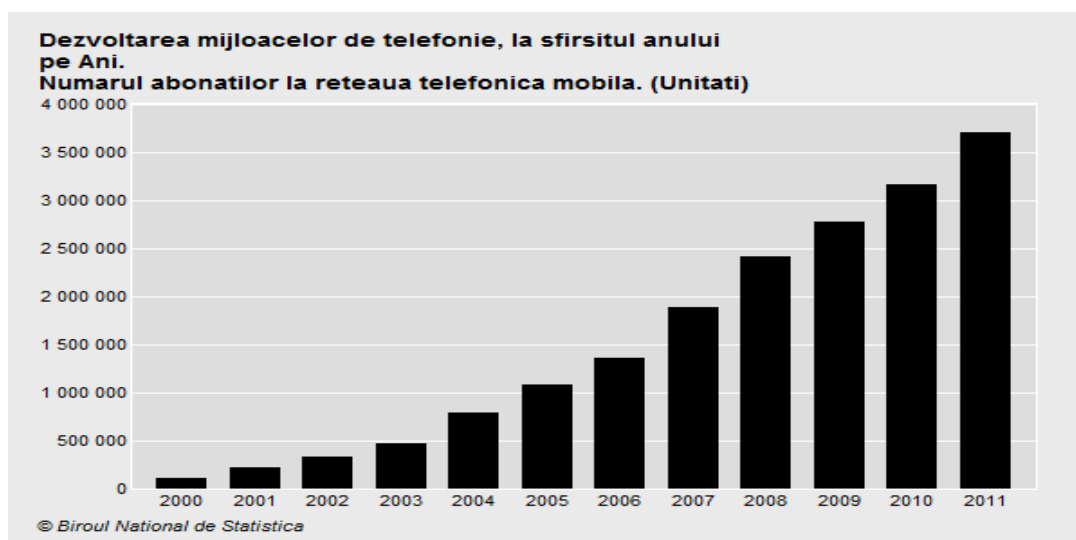


**Figura 1.** Compararea indicatorului de penetrare a serviciilor de comunicații electronice în R.Moldova cu EU [1]

Pe piața comunicațiilor electronice în prezent activează trei furnizori de telefonie mobilă:

1. Î.M. „Orange-Moldova” S.A.;
2. Î.M. „Moldcell” S.A.;
3. S.A. Moldtelecom (Unite).

În anul 2011, conform Biroul Național de Statistică, raport statistic ”1-TC” numărul abonaților la rețeaua telefonică mobilă din Republica Moldova este aproximativ de 3 714 965 abonați. [1] Evoluția numărului de abonați la rețeaua telefonică mobilă pe perioada 2000-2011 este reprezentată în figura 2.



**Figura 2.** Evoluția numărului abonaților la rețeaua telefonică mobilă

În trimestrul IV 2008 Î.M. "Moldcell" S.A. și Î.M. "Orange Moldova" S.A. au lansat serviciile de radio-acces în banda largă BWA (Broadband Wireless Access), Conform datelor ANRCETI pentru anul 2011, pe acest segment al pieței Î.M. "Orange Moldova" S.A. deține o cotă de 57,3% și Î.M. "Moldcell" S.A. de 36,6% din numărul total de utilizatori. Rețelele acestora acoperă practic 97% din populația și teritoriul țării. [3]

Începând cu anul 2008 furnizorii de telefonie mobilă dețin licențe pentru furnizarea serviciilor 3G în standardul UMTS, iar la 21 mai 2010 și S.A. „Moldtelecom” a lansat acest serviciu sub marca comercială Unite 3G.

În noiembrie 2012 Î.M. „Orange-Moldova” S.A., și Î.M. „Moldcell” S.A. au obținut licența pentru furnizarea serviciilor 4G în standardul LTE. Acestea se datorează celui mai important activ al industriei și anume capitalul uman.

Referitor la tarifele oferite, operatorii de telefonie mobile aplică tarife exagerate și neargumentate la serviciile de interconectare, discriminează prin preț traficul și serviciile furnizate, și ca urmare ceilalți furnizori nu sunt suficienți de competitivi și nu au interese economice în dezvoltarea comunicațiilor în afara teritoriilor urbane. Astfel, serviciile de comunicații electronice nu sunt pe deplin accesibile pentru întreaga populație a Republicii Moldova.

Principalele problemele la momentul actual a sectorului de CE sunt [1]:

- a) cererea scăzută la produsele și serviciile de TI din partea statului;
- b) politica fiscală discriminatorie pentru produse și servicii din sectorul CE, inclusiv aplicarea impozitului (taxe) pe servicii de telefonie mobilă etc.;
- c) nivelul scăzut de penetrare a accesului la Internet de bandă largă;
- d) lipsa unei strategii de implementare a serviciilor de televiziune digitală terestră;
- e) nu este implementată portabilitatea numerelor telefonice;
- f) nu este implementat Serviciul Universal.

### 3. Strategia de dezvoltare a sectorului de comunicații electronice

Strategia generală de dezvoltare urmărește transformarea acestuia într-un sector economic bine consolidat, eficient și competitiv.

Strategiile specifice sunt următoarele:

- a) strategie economică – investițiile în tehnologii;
- b) strategie inovatoare – competiția prin tehnologii avansate;
- c) stimularea consumului de produse și servicii TIC;
- d) strategia de înțelegere;
- e) crearea condițiilor pentru dezvoltarea accesului de bandă largă și implementarea televiziunii digitale terestre;
- f) stimularea utilizării legale a software-ului;

Implementând aceste strategii companiile din cadrul ramurii de comunicații electronice pot planifica cu mici abateri valorile rezultative a indicatorilor economici specifici ramurii. O comparație dintre valorile indicatorilor în ramura comunicațiilor electronice în anul 2011 și a celor preconizate de a fi obținute pe anul 2015 sunt prezentate în tabelul 1.

**Tabelul 1.** Rezultate măsurabile obținute ca rezultat al implementării strategiilor

Indicatori	Nivelul indicatorului în anul 2011	Nivelul indicatorului preconizat pentru anul 2015
Rata de penetrare a telefoniei fixe	33,14%	34%
Rata de penetrare a telefoniei mobile	104,3%	120%
Rata de penetrare Internet de bandă largă	9,97%	20%
Volumul total al vânzărilor în sectorul TIC	Circa 6,5 mlrd. lei	8 mlrd. Lei
Volumul exportului produselor și serviciilor TIC	aproximativ 111,2 mil. dolari SUA (2010)	250 mil. dolari SUA

Unul dintre principalii factori determinanți ce împiedică dezvoltarea serviciilor, inclusiv de acces la Internet de bandă largă, constituie lipsa unui act legislativ sau unui regulament care ar reglementa utilizarea partajată a infrastructurii asociate și alternative de către toți actorii de pe piața comunicațiilor electronice. [1]

Prezenta strategie susține oportunitatea elaborării și adoptării cadrului legal necesar întru reglementarea eficientă a utilizării partajate a infrastructurii asociate rețelelor și serviciilor de comunicații electronice, inclusiv a buclei locale.

Dezvoltarea sistemelor avansate de comunicații electronice, în general, se efectuează în mod rațional și oportun, cu toate acestea unele grupuri de consumatori sînt îndeosebi vulnerabile în sens, că nu obțin la timp acces la aceste servicii.

Este necesar elaborarea și implementarea documentelor de politici publice eficiente privind stimularea dezvoltării serviciilor de comunicații electronice (telefoniei fixe și mobile, accesului de bandă largă, televiziunii digitale terestre), promovarea concurenței, orientarea tarifelor la costurile reale de furnizare a serviciilor.

**4. Concluzie.** Problema majoră constă în aceea ca operatorii de comunicații mobile să găsească diverse modalități de dezvoltare, susținând avantajul concurențial, mizând pe forțe, oportunități și, în același timp, evitând slăbiciunile și amenințările. Piața comunicațiilor mobile din Moldova este concurențială, iar

companiile prezente pe această piață trebuie să pună în practică strategii inovatoare atât pentru a-și păstra clienții existenți, dar și pentru a atrage noi clienți.

### **Bibliografie**

1. HOTĂRÎRE Nr 282, 3 mai 2012, pentru aprobarea proiectului de lege cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a sectorului tehnologiei informației și comunicațiilor pe anii 2012-2015 Anexa nr.1
2. Guvernul RM, HOTĂRÎRE Nr. 255 din 09.03.2005 privind Strategia Națională de edificare a societății informaționale - "Moldova electronică"
3. [www.anrceti.md](http://www.anrceti.md)
4. [www.statistica.md](http://www.statistica.md)