

Финансово-икономически анализ на резултатите на мобилните оператори в България 2022-2024г.

Настоящият документ представя финансов анализ на трите мобилни оператора в България за периода 2022–2024 г. Анализирани са приходи, печалби, рентабилност и ефективност, съпоставени с международни практики. Данните са базирани на официални отчети.



Финансови резултати на операторите в България в хиляди лева

| Оператор | Приходи 2022 | Приходи 2023 | Приходи 2024 | Печалба 2024 | Рентабилност 2024 | Служители 2024 | Ефективност (лв./служ.) |
|----------|--------------|--------------|--------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------------|
| A1 | 1 298 600 | 1 460 803 | 1 605 458 | 666 192 | 41.5% | 3 873 | 415 000 |
| Vivacom | 1 165 274 | 1 276 414 | 1 488 360 | 590 650 | 39.7% | 4 748 | 313 000 |
| Yettel | 896 160 | 986 018 | 1 044 274 | 318 393 | 30.5% | 1 930 | 541 000 |

Обороти:

- И трите оператора растат стабилно през годините: общият пазар е над **4.1 млрд. лв.** за 2024 г.
- A1 е лидер с над **1.6 млрд. лв.** приходи.

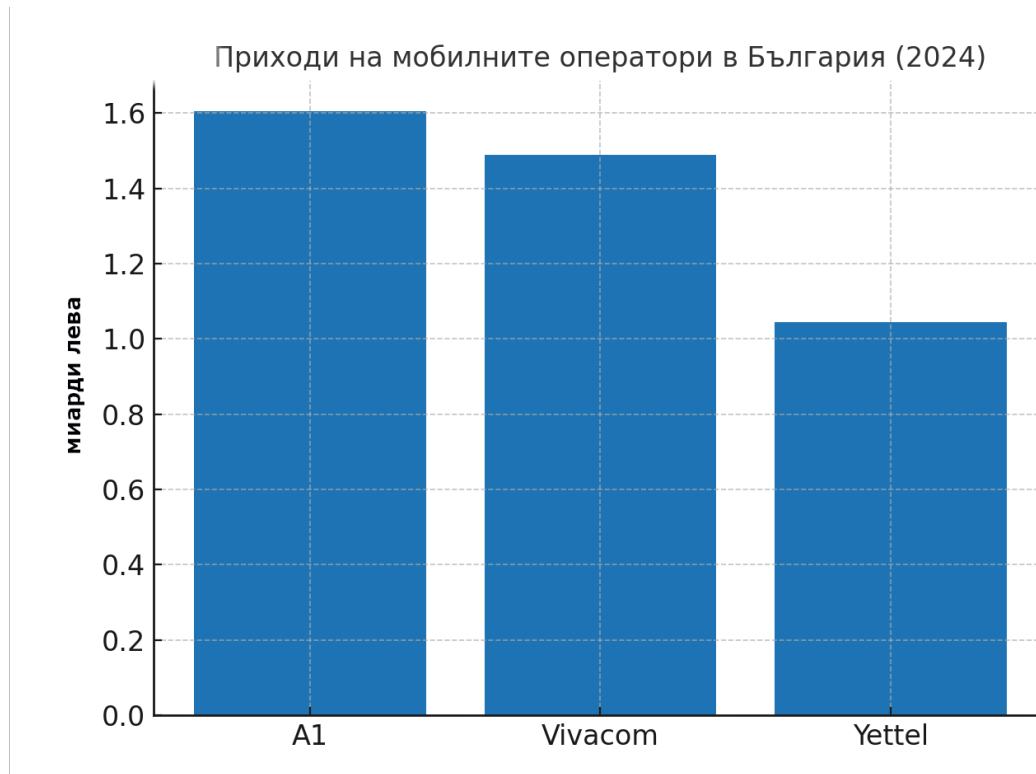
Печалби:

- Изключително висока печалба за телекомуникационен сектор в страна с нисък БВП/човек – A1 има **41.5% рентабилност**, сравнима с монополни отрасли.
- Общо печалбите на трите оператора за 2024 г. са около **1.575 млрд. лв. (!)**.

Ефективност:

- Yettel има най-висока ефективност (541 хил. лв. оборот на служител), но A1 печели най-много като абсолютни стойности.

Доказателства в графики



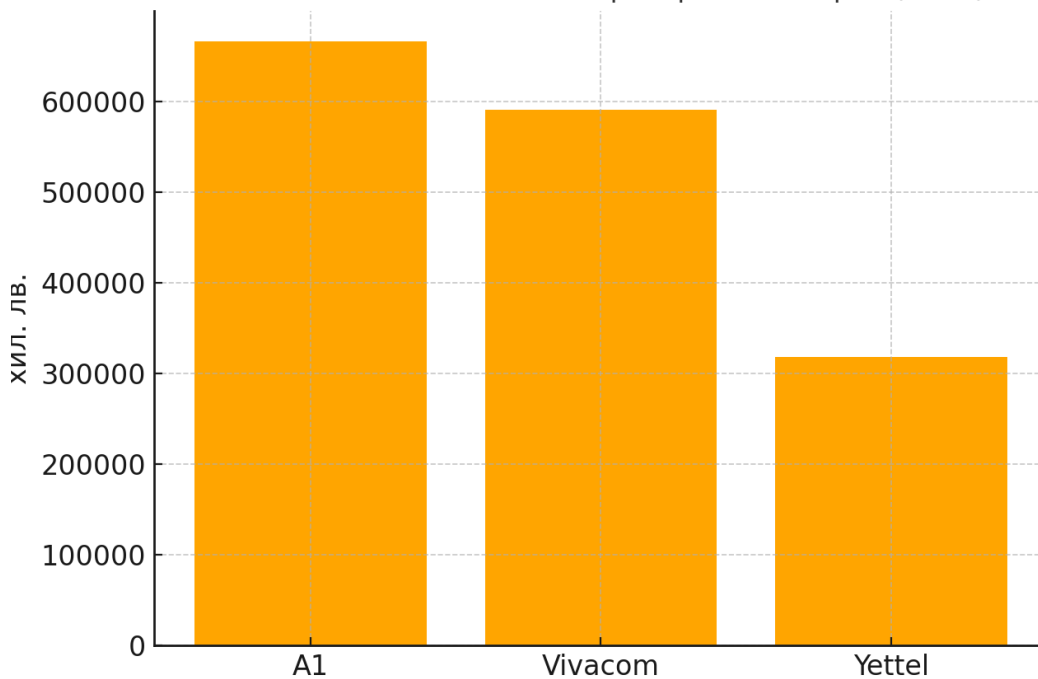
D17a – Приходи на мобилните оператори в България (2024 г.)

Настоящата графика представя отчетените приходи за 2024 г. на трите основни мобилни оператора в България – А1 България ЕАД, Виваком България ЕАД и Йеттел България ЕАД.

- А1 България: 1.61 млрд. лв.
- Vivacom: 1.49 млрд. лв.
- Yettel: 1.04 млрд. лв.

📌 Графиката ясно показва, че приходите са близки по размер и значителни спрямо мащаба на икономиката. **Видно е, че става дума за КАРТЕЛ.**

Печалби на мобилните оператори в България (2024)

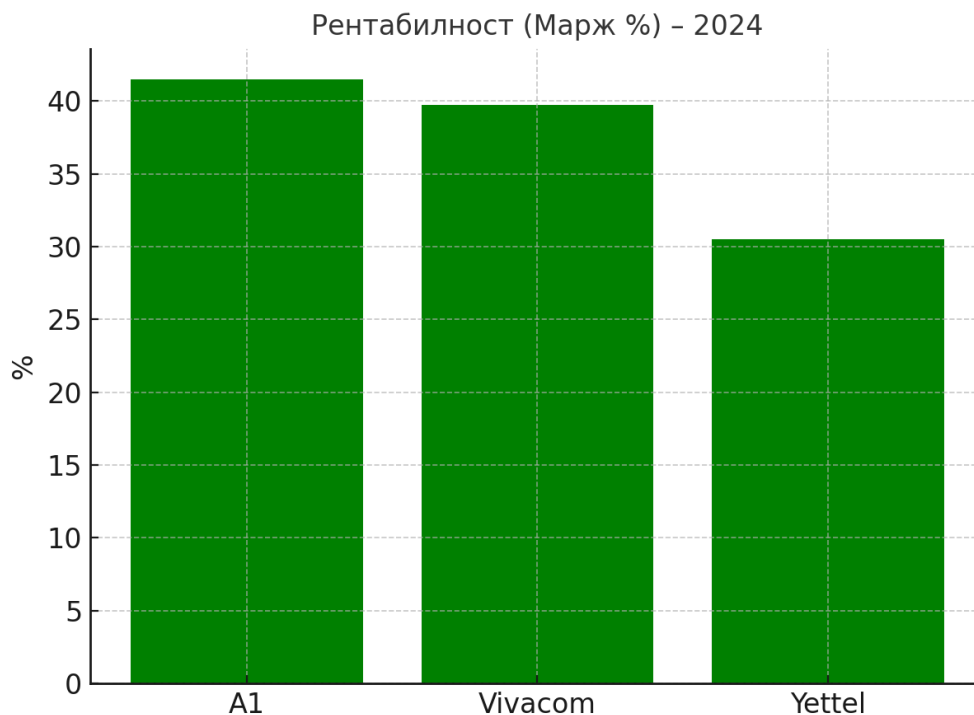


D17b – Печалби на мобилните оператори в България (2024 г.)

Графиката показва отчетените нетни печалби за 2024 г.:

- A1 България: 666 млн. лв.
- Vivacom: 591 млн. лв.
- Yettel: 318 млн. лв.

📌 И трите компании реализират изключително високи печалби, необичайно големи спрямо мащаба на българския пазар.

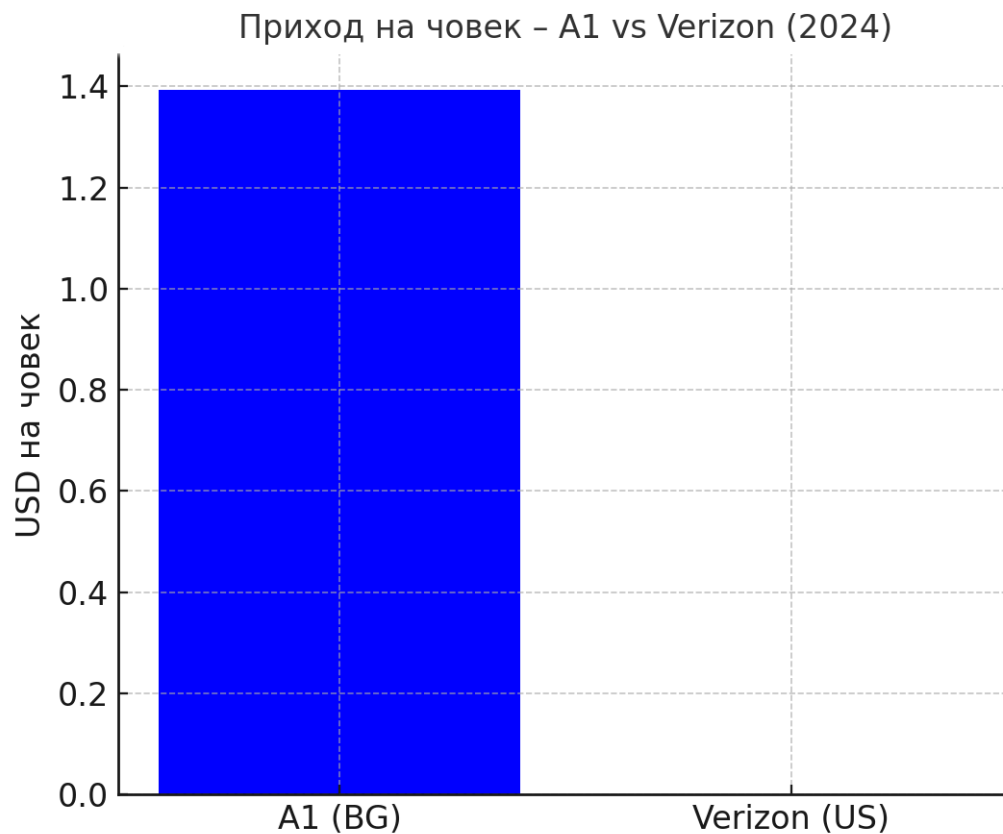


D17c – Рентабилност (марж %) на операторите в България (2024 г.)

Графиката сравнява рентабилността (печалба/приходи):

- A1 България: 41.5 %
- Vivacom: 39.7 %
- Yettel: 30.5 %

📌 Сходните много високи маржове са индикатор за паралелно поведение и липса на реална ценова конкуренция.



D17d – Сравнение A1 (България) срещу Verizon (САЩ) – приходи на човек (2024 г.)

Графиката сравнява приходите на операторите, преизчислени на база население и БВП:

📌 Въпреки че Verizon има по-големи приходи на човек, тежестта върху българските потребители е относително по-висока спрямо БВП/човек. A1 извлича 1.4 пъти по-големи приходи на човек отколкото най-големият оператор в САЩ Verizon.

В най-бедната страна от Европейският съюз България A1 извлича 1.4 пъти по-големи приходи на човек отколкото най-големият оператор в САЩ Verizon, в най-силната и богата икономика в света !

ИЗВОДИ

Българските оператори извличат от българските граждани **изключително високи печалби за телекомуникационен сектор в страна с нисък БВП/човек.**

Обща печалба на трите оператора за 2024 г. надхвърля 1.57 млрд. лв., което е необичайно високо за мащаба на българската икономика. **Никой друг отрасъл в България не генерира такава годишна печалба.**

Печалбата им като % от приходите (30–42%) е много по-висока от средната в САЩ и ЕС.

Сходни маржове на рентабилност между операторите (30–42%), което е индикатор за паралелно ценово поведение и ограничена конкуренция.

Горните изводи са валидни за предходните 10 години ! Става въпрос за системно и продължително ограбване на българите от чужди компании.

Олигополна пазарна структура и системно засягане на уязвими потребители над 65 години

Пазарът на мобилни и свързани електронни съобщителни услуги в Република България се характеризира с **висока концентрация и ограничена конкуренция**, като реалните оператори са три – „А1 България“ ЕАД, „Виваком България“ ЕАД и „Йеттел България“ ЕАД. Анализът на техните финансови резултати за периода 2022–2024 г. показва **сходни и изключително високи нива на рентабилност (между 30% и 42%),** което е обективен индикатор за **паралелно пазарно поведение и липса на ефективен ценови и качествен натиск.**

В условията на подобна олигополна структура, **най-силно засегнатата категория потребители са възрастните лица над 65 години,** които по обективни причини:

- разчитат на **традиционни услуги** (стационарен телефон, базови мобилни планове);
- **не използват или не могат да използват** електронни канали за достъп до информация, електронни фактури и онлайн клиентски профили;
- не разполагат с реална възможност да **сравняват оферти**, да сменят оператор или да упражняват информиран избор;
- често са с **влошено здравословно състояние**, което ги прави особено уязвими към подвеждащи, неясни или агресивни търговски практики.

Практики като:

- превръщане на срочни договори в безсрочни при по-неблагоприятни условия;
- дългогодишно таксуване на **неизползвани услуги** (стационарен телефон, интернет);
- включването на ненужни допълнителни услуги без възрастните потребители да са информирани;
- поддържане на **паралелни клиентски профили** без знанието на потребителя;

- липса на прозрачност относно начисляваните суми и действащите договори.

са **особено ефективни именно спрямо тази възрастова група**, тъй като тя практически е лишена от възможност за своевременна защита и контрол.

Следва да се подчертае, че **в условията на реална конкуренция подобно поведение би било икономически неустойчиво**, но при съществуващата олигополна структура то се превръща в **масова и дългогодишна практика**, засягаща хиляди, а вероятно и десетки хиляди възрастни потребители.

Ето защо настоящият случай не следва да се разглежда като индивидуален спор, а като **индикатор за системен проблем**, при който **пазарната концентрация усилва ефекта на нелоялните търговски практики**, особено спрямо **уязвими потребители над 65-годишна възраст**, което изисква **засилен регулаторен и санкционен отговор**.

Дата: 25.01.2026

гр. Хасково

Георги Желязков Аврамов