

ГОДИШЕН ДОКЛАД
НА
КОМИСИЯТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СЪОБЩЕНИЯТА ЗА 2008 г.

АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА ПОЩЕНСКИТЕ УСЛУГИ ЗА 2008 г.

Дирекция “Пазарно регулиране”

Отдел “Регулиране на пощенските услуги”

СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение	стр. 4
I. Анализ на пазара на пощенските услуги	Стр. 5
1. Състояние на пощенския пазар в България	Стр. 7
2. Индикатори за оценка на състоянието на конкуренцията на пощенския пазар в България	Стр. 11
II. Универсална пощенска услуга	Стр. 13
1. Състояние на УПУ през 2008 г., обеми и приходи	Стр. 13
1.1. Видове потребители на УПУ	Стр. 15
1.2. Предоставяне на УПУ за страната	Стр. 16
1.3. Предоставяне на УПУ за чужбина	Стр. 18
1.4. Резервиран сектор от УПУ	Стр. 19
1.5. Финансов резултат от предоставяната УПУ при икономически неизгодни условия през 2008 г.	Стр. 19
2. Състояние на конкуренцията при УПУ	Стр. 21
III. Неуниверсални пощенски услуги	Стр. 23
1. Анализ на пазара на НПУ	Стр. 23
1.1. Развитие на услугите от обхвата на НПУ	Стр. 24
2. Кратък сравнителен анализ на развитието на куриерски услуги в страните от балканския регион – Гърция, България и Румъния	Стр. 26
3. Състояние на конкуренцията при НПУ	Стр. 28
IV. Регулаторни и контролни функции на КРС	Стр. 29
1. Отчет за контролната дейност на КРС	Стр. 29
2. Информация във връзка с изпълнението на индивидуалните лицензии	Стр. 29
2.1. Пощенски мрежи на операторите, предоставящи УПУ или част от нея	Стр. 29
3. Качество на универсалната пощенска услуга през 2008 г.	Стр. 31
3.1 Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пратки с предимство	Стр. 31
3.2. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство	Стр. 32
3.3 Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки	Стр. 33
3.4 Време за пренасяне на вътрешни пощенски парични преводи	Стр. 32
3.5. Време за пренасяне на международни пощенски пратки	Стр. 33
3.6 Редовност на доставка на пощенските пратки и парични преводи – брой на доставките	Стр. 34

3.7 Срокове за обработка на рекламации	Стр. 34
3.8 Рекламации за услуги от обхвата на универсалната пощенска услуга	Стр. 36
3.9 Рекламации за неуниверсални пощенски услуги	Стр. 38
V. Заключение. Перспективи за развитие на пощенския пазар	Стр. 39

ВЪВЕДЕНИЕ

През 2008 г. ясно се очертават две знакови събития в пощенския свят, които основно бележат пощенската политика и я определят в дългосрочен план – Третата пощенска директива на европейско ниво и 24^{-ия} Конгрес на Всемирния пощенски съюз (ВПС) в световен мащаб.

Най-същественят международен форум в областта на пощенските услуги през 2008 година беше 24^{-ия} Конгрес на ВПС. Едно от най-важните решения, взети в рамките на Конгреса, беше приемането на Световната пощенска стратегия от Найроби, която през следващите четири години (2009-2012) ще бъде водеща за правителствата на 191 държави-членки на съюза, пощенските оператори и регионалните пощенски организации.

Стратегията от Найроби съдържа следните основни цели:

- ✓ развитие на оперативната съвместимост на световната пощенска мрежа, повишаване на нейното качество и ефективност, за да може пощенският сектор да отговаря още по-добре на нуждите на пазара и потребителите;
- ✓ стимулиране на универсална пощенска услуга, адекватна на социалната, икономическа и технологична среда;
- ✓ създаване на условия за устойчиво развитие на пощенския сектор и неговата икономика;
- ✓ насърчаване растежа на пазарите на пощенски услуги.

Директива 2008/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 20 февруари 2008 г. за изменение на Директива 97/67/ЕО с оглед пълното изграждане на вътрешния пазар на пощенските услуги в Общността представлява европейския модел за развитие на пощенските услуги и най-вече на универсалната пощенска услуга. Този модел е ориентиран към потребителя, гъвкав и приспособим, защото Директивата дава рамка, оставяйки на всяка страна възможността да дефинира точните очертания съобразно националните си особености и степен на развитие.

- ✓ Определен е минимален обхват на универсалната пощенска услуга;
- ✓ Всяка страна може да определи един задължен оператор за извършването на услугата или да разпредели това задължение между повече оператори на регионален принцип или по видове услуги;
- ✓ Всяка страна е свободна да избере механизъм за финансиране извършването на универсалната пощенска услуга;
- ✓ Нормативите за качество на услугата и правилата за достъп до услугата остават също национален прерогатив. Изключение правят вътреобщностните нормативи за качество, които са фиксирани от Европейската комисия;
- ✓ Насърчават се промени в лицензионните процедури и въвеждането на уведомителни режими, с цел намаляване на бариерите за навлизане на нови пощенски оператори на пазара на пощенските услуги и създаване на условия за повишаване ефективността на конкуренцията.

Изключително важна роля за осъществяването на тези амбициозни програми играят националните регулаторни органи. Едни от най-важните правомощия на Комисията за регулиране на съобщенията (КРС), като национален регулаторен орган в областта на пощенските услуги, са следните:

- ✓ Осигурява условия за извършване на универсалната пощенска услуга (УПУ) на територията на цялата страна;

- ✓ Осигурява условия за конкуренция на пощенския пазар и равнопоставеност на пощенските оператори;
- ✓ Издава, изменя, допълва, спира, прекратява и отнема индивидуални лицензии за извършване на УПУ или на част от нея;
- ✓ Издава удостоверения за регистрация за извършване на неуниверсални пощенски услуги (НПУ), заличава регистрация за извършване на НПУ;
- ✓ Защишава интересите на потребителите на пощенски услуги;
- ✓ Контролира спазването на:
 - нормативните актове в областта на пощенските услуги;
 - изискванията за предоставяне на УПУ съгласно Закона за пощенските услуги (ЗПУ);
 - установения държавен монопол върху резервиран сектор от УПУ;
 - условията по изпълнение на издадените индивидуални лицензии и удостоверения за регистрация и др.

Съгласно ЗПУ, с индивидуални лицензии се разрешава извършването на УПУ или на част от нея на територията на цялата страна. Универсалната пощенска услуга включва приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни кореспондентски пратки, малки пакети, пряка пощенска реклама, печатни произведения, секограми и колетни пратки; пощенски парични преводи; допълнителните услуги „препоръка” и „обявена стойност”.

За извършване на НПУ се издават удостоверения за регистрация. Неуниверсалните пощенски услуги включват куриерските услуги и приемането на съобщения, подадени във физическа или електронна форма от подателя, предаването им чрез електронни съобщителни средства и доставяне на тези съобщения на получателя като пощенски пратки.

На основание чл. 18, ал. 4 от Конституцията на Република България до 31.12.2010 г. е установен държавен монопол в полза на основния пощенски оператор „Български пощи” ЕАД върху резервиран сектор от УПУ. Границата за тегло в резервирания сектор е 50 г, а цената не превишава повече от 2,5 пъти цената на стандартна кореспондентска пратка с предимство на основния пощенски оператор.

Комисията за регулиране на съобщенията и през 2008 година продължи да изпълнява своите функции и задължения в съответствие със ЗПУ, като:

- ✓ Издаде една индивидуална лицензия за извършване на част от универсалната пощенска услуга – пощенски парични преводи, и измени и допълни индивидуалните лицензии на двама оператори на универсална пощенска услуга;
- ✓ Регистрира 6 нови оператори за извършване на неуниверсални пощенски услуги;
- ✓ Съгласува цени на трима лицензирани оператори, в изпълнение разпоредбата на чл. 65, ал. 3 от ЗПУ и във връзка с гарантиране достъпността на цената на УПУ;
- ✓ Съгласува списък на длъжности на работници и служители, които подлежат на задължително застраховане срещу злополука на един оператор на част от УПУ;
- ✓ Съгласува промени в списъка на населени места и селищни образувания, намиращи се в труднодостъпни райони на „Български пощи” ЕАД;
- ✓ Даде становище и арбитража постигането на съгласие за сключване на договор за взаимен достъп до мрежите на двама оператори на УПУ.

Един от основните приоритети на КРС е защитата на интересите на потребителите, като в правомощията ѝ е съгласуване на Общите условия на договора с потребителите на пощенски услуги и даване на становища по спорове между потребители и оператори. През 2008 г. КРС е съгласувала над 20 Общи условия. Дадени са становища по 30 рекламации, като в доста случаи предприетите действия са

довели до удовлетворение на потребителите поради това, че в резултат на извършените проверки или изискани становища, операторите са взели мерки за подобряване качеството на предоставяните пощенски услуги.

В нормативно отношение, след проведено обществено обсъждане със заинтересовани лица, КРС прие и последния подзаконов акт по ЗПУ – Система за образуване на пощенските кодове на мрежите на операторите на УПУ.

През изтеклата година КРС участва в проведената от Държавната агенция за информационни технологии и съобщения с представители на Европейската комисия кръгла маса на тема „Либерализиран пощенски пазар в България – да го създадем заедно” с презентация „Състояние на българския пощенски пазар и развитие на конкуренцията”.

В международен план КРС взе участие в работата на 24^{-ия} Конгрес на ВПС, участва с презентация в семинар по пощенско регулиране за страните членки на Франкофонската общност, продължи работата си в рамките на Европейския комитет на пощенските регулатори (СЕРП) и участва в работна група „Икономически въпроси” към СЕРП.

1. Състояние на пощенския пазар в България

1.1 Обем на пощенския пазар в България

КРС ежегодно анализира състоянието на пощенския пазар в България, като проследява изменението в броя на предоставените пощенски пратки и услуги и реализираните приходи от извършване на следните пощенски услуги:

I. УПУ –

1. Приемане, пренасяне и доставка на вътрешни и международни: кореспондентски пратки до 2 кг; малки пакети до 2 кг; пряка пощенска реклама до 2 кг; печатни произведения до 5 кг; секограми до 7 кг;
2. Приемане, пренасяне и доставка на вътрешни и международни пощенски колетети до 20 кг;
3. Пощенски парични преводи;
4. Допълнителни услуги “препоръка” и “обявена стойност”.

II. НПУ-

1. Куриерски услуги;
2. Приемане на съобщения, подадени във физическа или електронна форма от подателя, предаването им чрез електронни съобщителни средства и доставяне на тези съобщения на получателя като пощенски пратки (т.нар. хибридна поща).

През 2008 г. обемът на пощенския пазар в България, оценен на база реализираните приходи от пощенски услуги, е близо 248 млн.лв, като в сравнение с 2007 г. е нараснал с 20%. Обемът на пазара е изчислен като експертна оценка въз основа на предоставените данни от 96% от действащите пощенски оператори към 31.12.2008 г. През последните три години се наблюдава тенденция за устойчиво нарастване на приходите, реализирани от предоставяне на пощенските услуги годишно с над 20%.



Фиг. 1 Източник: Данни, предоставени в КРС

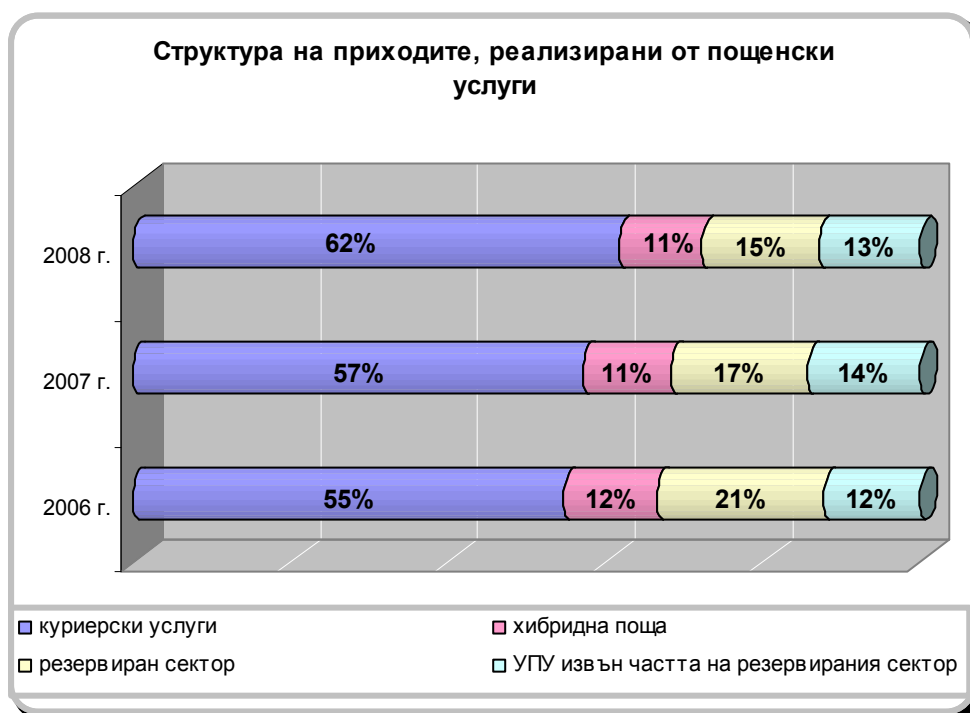
През изминалата година общият брой предоставени пратки и услуги на пощенския пазар в България е в размер на 197 млн.бр., като той е нараснал спрямо този от 2007 г. с 24%.

През 2008 г. общият брой на лицензираните и регистрирани пощенски оператори е 81, като от тях реално НПУ са извършвали 48; 4-ма, включително и основният пощенски оператор, са предоставяли НПУ и услугите от обхвата на УПУ, а 3-ма са извършвали само услугата „пощенски парични преводи“.

През последните 3 години обемът на пощенския пазар се формира основно от приходите от НПУ, като тяхното устойчиво нарастване с около 27% годишно определя разрастването на целия пазар.

1.2. Развитие на пощенския пазар в България

За периода от 2006 г. до 2008 г. структурата на приходите от пощенски услуги се запазва почти без промяна, като съотношението между приходите от НПУ и УПУ в общия обем на пазара е 2 към 1.



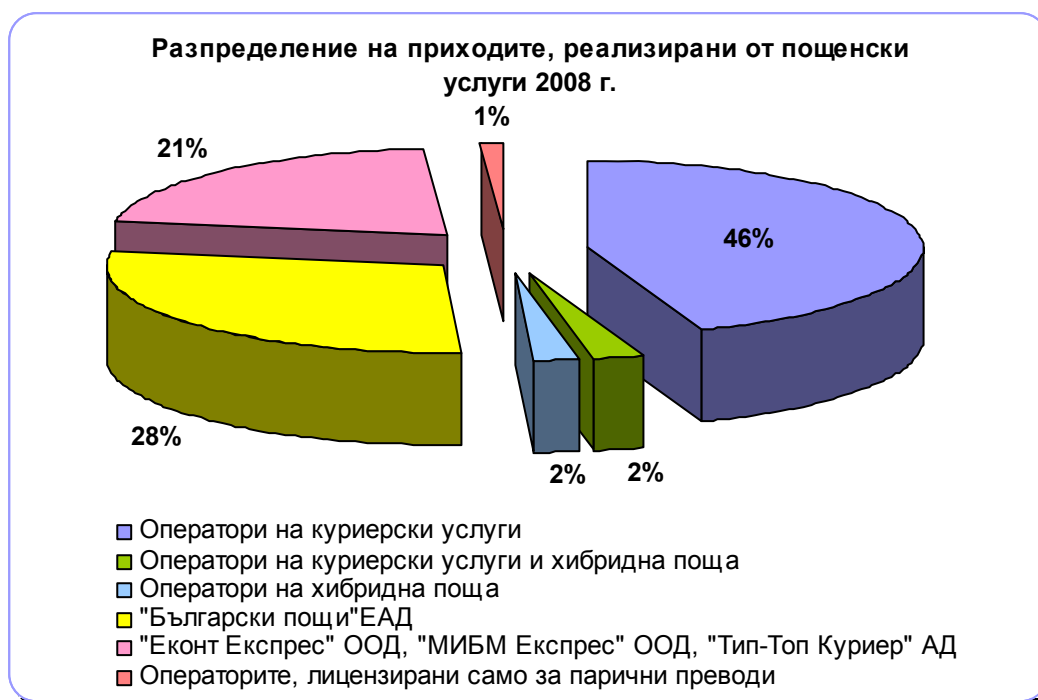
Фиг. 2 Източник: Данни, предоставени в КРС

С най-голям относителен дял от обема на пазара са приходите от куриерски услуги, като през 2008 г. техният дял се е увеличил с 5% спрямо 2007 г. За разглеждания период приходите, реализирани от тези услуги нарастват годишно с около 30 %.

През последните три години, приходите от услугата „хибридна поща“ формират между 11% и 12% от обема на пощенския пазар в България. От 2006 г. се наблюдава нарастване на приходите, броят пратки и операторите, които извършват услугата.

Разрастването на услугата „хибридна поща“ е свързано до голяма степен с технологията по предоставянето ѝ, която съчетава трансформирането на подадени

данни по електронен път в пощенски пратки и доставянето им до получателите. Услугата дава възможност на големите бизнес потребители от една страна да спестят време и средства, а от друга да достигнат до голям брой техни клиенти. В тази връзка, все повече фирми от "Utility" сектора (в т.ч. Оператори от телекомуникационния сектор, Електрически компании, ВиК Топлофикации и др.) и от финансовия сектор се пренасочват към „хибридна поща“, за сметка на използването на традиционните пощенски услуги от обхвата на УПУ. Тази тенденция води до намаление в потреблението на кореспондентски пратки до 50 г (услугите в частта на резервирания сектор). Относителния дял, който формират приходите от резервирания сектор в обема на пощенския пазар в България, намалява през последните три години. За 2008 г. печалбата на Основния пощенски оператор от предоставяне на услугите в резервирания сектор е намаляла спрямо 2007 г. с 69 %, а броят на обработените пратки - с 14%. По данни на дружеството, един от основните фактори, който влияе върху финансовия резултат от извършване на услугите в частта на резервирания сектор, е промяна, респективно прекратяване на някои от договорите предимно с оператори от телекомуникационния сектор. За 2008 г. услугите от обхвата на УПУ извън частта на резервирания сектор формират 13% от обема на пощенския пазар в България, като от тях с най-голям дял – 28% са приходите, реализирани от предоставяне на пощенски парични преводи.



Фиг. 3 Източник: Данни, предоставени в КРС

През изминалата година 46% от приходите от пощенски услуги в България са реализирани от фирмите, извършващи само куриерски услуги, като от тях над 80% са формирани от операторите, предоставящи куриерски услуги за страната и чужбина.

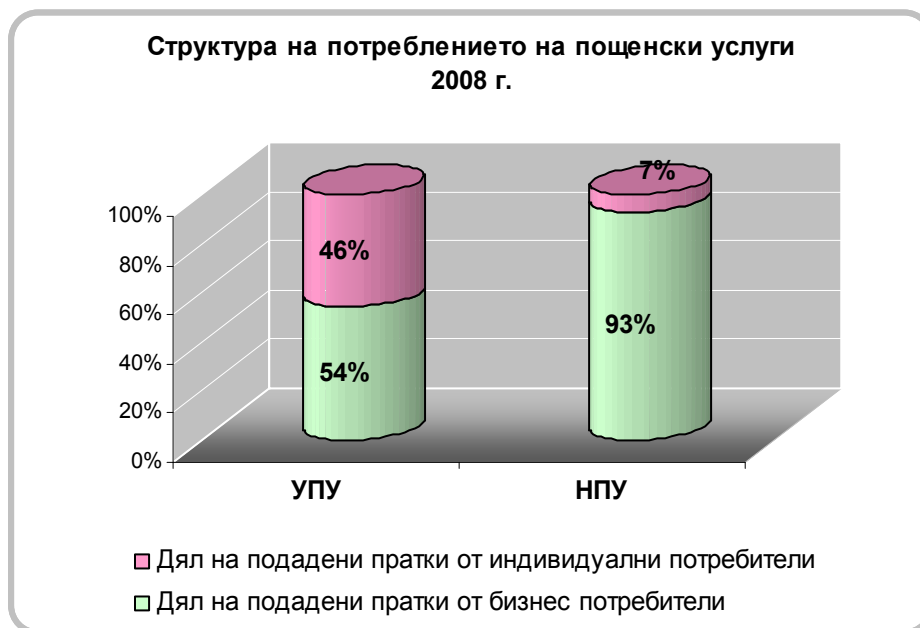
За 2008 г. „Български пощи“ ЕАД е формирало 28% от обема на пощенския пазар в България. През последните три години се запазва тенденцията за намаление на пазарния дял на основния пощенски оператор от националния пощенски пазар, като през 2007 г. спрямо 2006 г. той е намалял от 36% на 33%, а намалението през 2008 г. спрямо 2007 е 5 %.

Влияние върху размера на пазарния дял на „Български пощи“ ЕАД от националния пощенски пазар оказва от една страна факта, че от 2006 г. операторът формира приблизително еднакъв относителен дял от общия размер на приходите от НПУ, а темпът на нарастване на приходите от НПУ изпреварва този на приходите от УПУ. От друга страна, относителният дял на дружеството от общия размер на приходите от УПУ е намалял от 97% през 2007 г. на 94% през 2008 г.

Приходите от предоставяне на кореспондентски пратки до 2 кг за страната, които формират през последните две години около 59% от приходите на „Български пощи“ ЕАД от пощенски услуги, са нараснали през 2008 г. спрямо 2007 г. само с 2%, а броят на пратките е намалял с около 6%.

Операторите „Еконт Експрес“ ООД, „МИБМ Експрес“ ООД, „Тип-Топ Куриер“ АД, които подобно на основния пощенски оператор са лицензирани от една страна за извършване на всички услуги от обхвата на УПУ, а от друга предоставят и НПУ, са формирали през 2008 г. 21% от обема на пощенски пазар. Трите дружества са все още в процес на утвърждаване на пазара на УПУ, но през последните три години ежегодно увеличават реализираните си приходи от извършването на куриерски услуги и хибридна поща. В резултат техният дял от целия пощенски пазар нараства и през 2008 г. се е увеличил с 3% спрямо 2007 г.

През 2008 г. структурата на потреблението на пощенски услуги се запазва почти без промяна спрямо тази от 2007 г. Пощенските услуги и пратки, подадени от бизнес потребителите, формират основно общия брой пощенски пратки за изминалата година.



Фиг. 4 Източник: Данни, предоставени в КРС

Съотношението между ползваните услуги и подадени пратки от бизнес и индивидуални потребители се различава при НПУ и УПУ.

Изискването за предоставяне на УПУ постоянно, в рамките на определено работно време, с качество, отговарящо на определени нормативи и при достъпни цени, определят УПУ като услуга, насочена в по-голяма степен към индивидуалните потребители, в сравнение с НПУ. По данни на лицензираните оператори, през 2008 г.

подадените пратки от индивидуални потребители формират 46% от общия брой пратки от УПУ, и дялът им е нараснал с 1% спрямо този от 2007 г. Респективно 85% от подадените пощенски пратки и услуги от бизнес потребители са били насочени към индивидуални потребители, което е с 5% повече спрямо 2007 г. През изминалата година най-много пратки и услуги от УПУ са използвани от фирми от “Utility” и търговския сектор, които са ползвали основно услугите кореспондентски пратки до 2 кг, пряка пощенска реклама и колетни пратки с обявена стойност.

По традиция НПУ са насочени основно към бизнес потребителите, като по данни на регистрираните оператори за 2008 г. 93% от общият брой пратки са били подадени от бизнес клиенти. Поради факта, че основните потребители на куриерските услуги са предимно фирми от търговския сектор през изминалата година по-голямата част от подадените куриерски пратки са били насочени от бизнес потребители към други бизнес потребители. През последните години се наблюдава засилен потребителски интерес към електронната търговия, което води до увеличаване на дела на куриерските пратки, които са изпратени от бизнес към индивидуалните потребители. Нарастването на броя на индивидуалните адресати поставя пред куриерските фирми предизвикателството да търсят разнообразни начини за уведомление и доставка на пратките. В тази връзка някои от водещите регистрирани оператори са посочили, че през изминалата година са предлагали нови услуги като: доставка до определен час, респективно въвеждане на едночасова и двучасова доставка; съкращаване на сроковете за доставка при запазване на цените и др.

Потребителите на услугата „хибридна поща” и през 2008 г. са само бизнес потребители основно фирми от “Utility” сектора, чиито пратки са били адресирани предимно до индивидуални потребители. Тъй като при хибридната поща срокът на доставка не е от съществено значение, операторите, извършващи тази услуга за разлика от куриерските фирми са се концентрирали през изминалата година предимно върху формиране на конкурентни цени и повишаване качеството на услугата.

2. Индикатори за оценка на състоянието на конкуренцията на пощенския пазар в България

Съгласно разпоредбата на чл. 17, ал.1, т. 4 от ЗПУ, КРС ежегодно анализира състоянието на конкуренцията при извършването на различните пощенски услуги.

С цел да се направи оценка относно нивото на конкуренция на националния пощенски пазар, през 2008 г. КРС взе под внимание следните индикатори:

- ✓ Съществуващи бариери за навлизане на пазара;
- ✓ Изменение на приходите от УПУ и НПУ;
- ✓ Изменение в броя на участници на пазара;
- ✓ Размер на пазарните дялове на различните участници;
- ✓ Степен на концентрация на пазара.

Бариерите за навлизане на пазара представляват фактори, които препятстват или затрудняват потенциални новонавлизащи предприятия да навлязат на съответния пазар и да се конкурират успешно с действащите на него предприятия. Като цяло, съгласно принципите на конкурентното право, съществуващите бариери пред потенциалните участници на пазара (в конкретния случай пощенски оператори) могат условно да се разделят в две големи групи:

1. Икономически, разделени на две основни групи - структурни и стратегически.
 - а) Структурните бариери, произтичащи от конкретната структура и състояние на съответния пазар по отношение на технологията, разходи, обема и характера на продукта, търсенето и предлагането. Към тези бариери се включват: първоначални разходи, икономия от мащаба, транспортни разходи и др.;
 - б) Стратегически бариери, които възникват в резултат от действията и поведението на съществуващите участници в отрасъла. Към тези бариери спадат например различни видове споразумения по отношение на доставки на суровини и междинни продукти, както и по отношение на предлагането на продуктите на пазара.
2. Правни и административни бариери, като лицензионни режими, регулиране на цените, субсидии и дотации и други разпоредби.

Също така може да се говори за абсолютни предимства на действащите участници на пазара тогава, когато действащите на пазара участници разполагат с необходим фактор за предоставяне на съответната услуга, недостъпен за останалите участници и на второ място за стратегически предимства на действащите предприятия. Към втората категория се включват икономии от мащаба, първоначални разходи, продуктова диференциация, вертикално изтласкване от пазара, хищническо поведение.

Съгласно принципите на конкурентното право, степента на концентрация се оценява чрез индекса на Херфиндал-Хиршман (HHI), както и чрез коефициент на концентрацията (CR). Индексът HHI се изчислява на база сборът от квадратите на пазарните дялове на участниците на пазара, докато коефициентът CR отразява дяловете на най-големите участници (CR3 и CR4). Според стойностите на двата показателя пазарът се определя като: нормален конкурентен пазар с ниско ниво на концентрация, сравнително конкурентен пазар със средно ниво на концентрация и слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация.

Различията в спецификата и динамика на УПУ и НПУ, както и факта, че предоставянето им се извършва по два различни режима (лицензионен и регистрационен), налага през 2008 г. както и през 2007 г., състоянието на конкуренцията да бъде анализирано поотделно за двата вида услуги. Оценка на съществуващите бариери пред потенциалните оператори на УПУ и НПУ, както и за степента на концентрация, на всеки от пазарите е направена съответно в: т. 2. „Състояние на конкуренцията при УПУ” от раздел II Универсална пощенска услуга и т. 3 „Състояние на конкуренцията при НПУ” от раздел III Неуниверсални пощенски услуги.

II. Универсална пощенска услуга

Универсалната пощенска услуга е услуга, предоставяна най-малко 5 дни в седмицата, на територията на цялата страна, постоянно в рамките на определено работно време, с качество, отговарящо на нормативи, при достъпни цени и възможност за ползването им от всеки потребител, независимо от географското му местоположение, освен в населени места и селищни образувания, намиращи се в труднодостъпни райони.

В УПУ са включени следните услуги:

1. Приемане, пренасяне и доставка на вътрешни и международни пощенски пратки, както следва:

- кореспондентски пратки до 2 кг;
- малки пакети до 2 кг;
- пряка пощенска реклама до 2 кг;
- печатни произведения до 5 кг;
- секограми до 7 кг.

2. Приемане, пренасяне и доставка на вътрешни и международни пощенски колети до 20 кг.

3. Пощенски парични преводи.

4. Допълнителни услуги “препоръка” и “обявена стойност”.

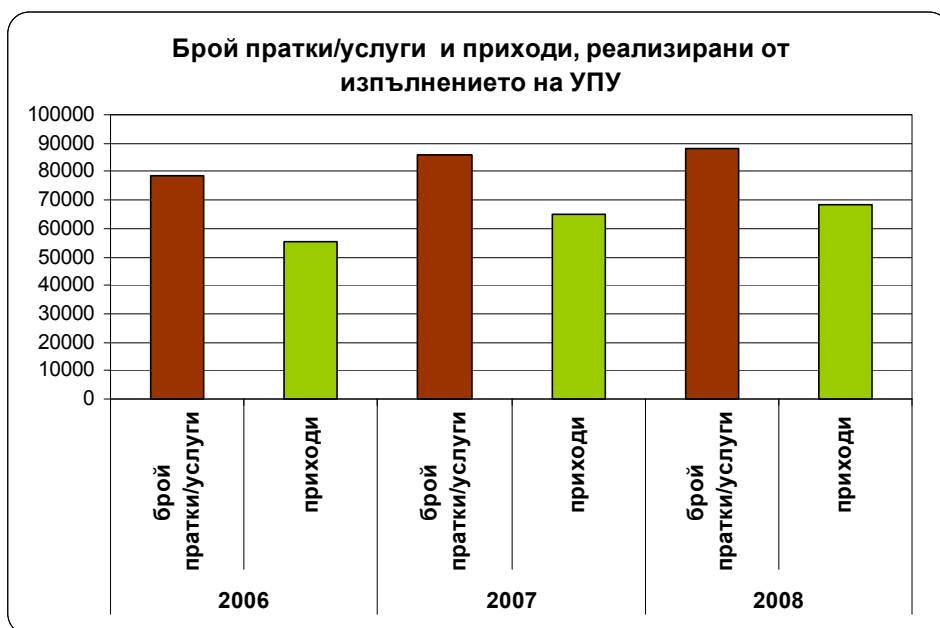
Съгласно §6 от Преходните и заключителни разпоредби на ЗПУ, на основание чл. 18 от Конституцията на Република България е установен държавен монопол върху резервиран сектор от УПУ. Услугите в резервирания сектор включват приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни кореспондентски пратки и на международни входящи и изходящи кореспондентски пратки до 50 г.

В края на 2008 г. с приетите изменения на ЗПУ, обн. ДВ бр. 109 от 23 декември 2008 г., срокът на установения държавен монопол на „Български пощи” ЕАД върху резервирания сектор под 50 г от УПУ се удължава до 31 декември 2010 г.

1. Състояние на УПУ през 2008 г., обеми и приходи

Към края на 2008 г. броят на операторите, предоставяли УПУ е десет, от които следните четири са предоставяли всички услуги от обхвата на УПУ: „Български пощи” ЕАД, „Тип-Топ Куриер” АД, „Еконт Експрес” ООД и „МИБМ Експрес” ООД. Съответно операторите „Финанс инженеринг” АД, „Фактор И.Н.” АД, „Изипей” АД, „Кеш експрес сървис” ЕООД, „Кеш офис” АД и „Телепайд България” ООД са предлагали само услугата „пощенски парични преводи”.

Приети, обработени и доставени през годината са общо 85 979 хил. броя пощенски пратки и услуги от обхвата на УПУ и са реализирани приходи в размер на 68 625 хил. лева.

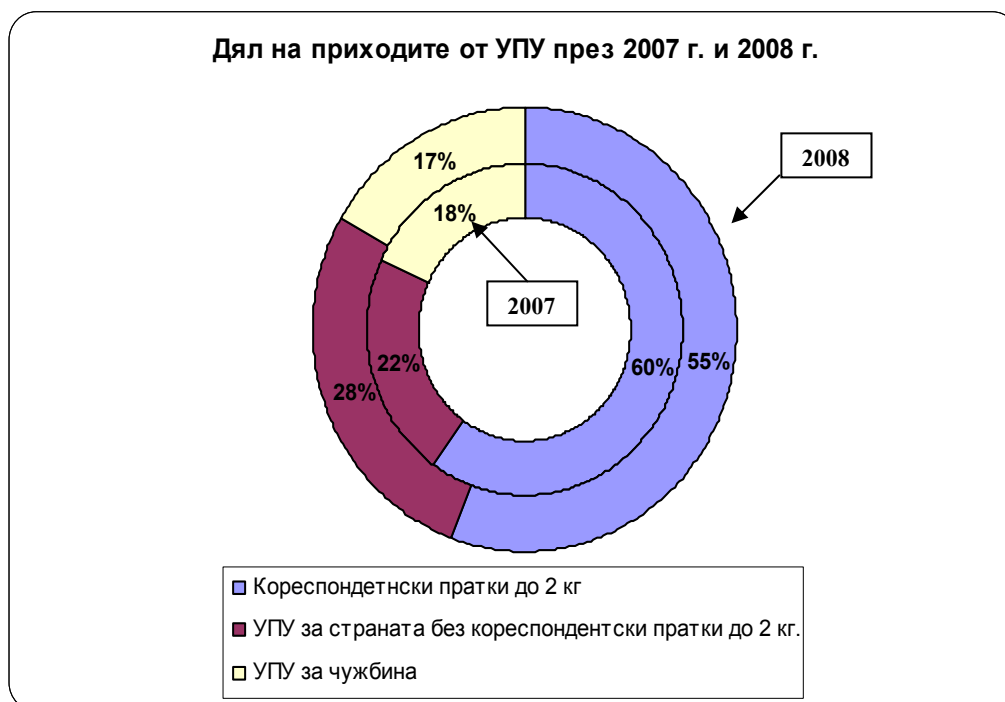


Фиг. 5 Източник: Данни, предоставени в КРС

През 2008 г. реализираният брой пратки и услуги от обхвата на УПУ, се запазва почти без промяна спрямо този от 2007 г.

Наблюдава се увеличение от 5 % на приходите, реализирани от изпълнението на УПУ, спрямо предходния период.

Приходите, реализирани от изпълнение на УПУ за страната формират 83 % от общите приходи от УПУ. В сравнение с 2007 г. делът им в общия размер на приходите от УПУ от е нараснал едва с 1,03 %.



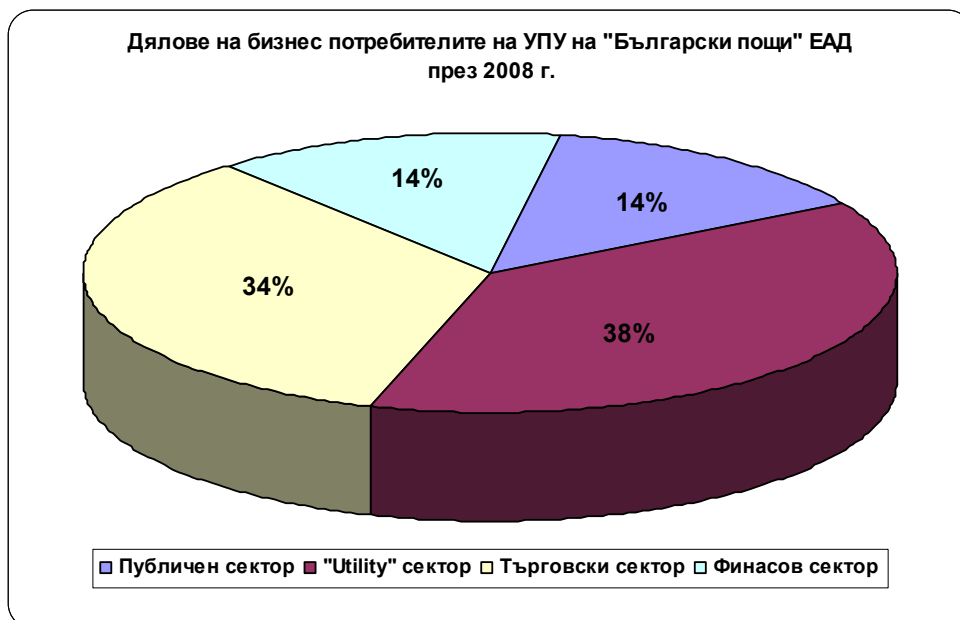
Фиг. 6 Източник: Данни, предоставени в КРС

В структурата на разпределение на приходите от предоставянето на УПУ през 2008 г. не се наблюдават значителни изменения спрямо 2007 г. Приходите са формирани основно от приходи от кореспондентски пратки за страната до 2 кг.

1.1. Видове потребители на УПУ

За да се анализира структурата на потребление на УПУ, условно потребителите са разделени на индивидуални потребители и бизнес потребители. Бизнес потребителите са фирми от публичния, финансовия и търговския сектор, както и предприятия от „Utility” сектора.

По данни на операторите, през 2008 г., както и през 2007 г. бизнес потребителите са формирали по-голям дял в общия брой пратки от УПУ. Съотношението на бизнес потребителите към индивидуалните клиенти на основния пощенски оператор е 54 : 46.



Фиг. 7 Източник: Данни, предоставени в КРС

Предоставената УПУ на бизнес потребители от основния пощенски оператор „Български пощи” ЕАД се разпределят по следния начин: с най-голям дял са фирмите от „Utility” сектора – 38 %, следвани от фирми и предприятия от търговския сектор – 34 %, равни дялове заемат публичния и финансов сектори, по - 14 %.

Клиентите от „Utility” сектора основно са използвали услугата препоръчани кореспондентски пратки без предимство, фирмите от търговския сектор са генерирани трафик от услугите пряка пощенска реклама без предимство, препоръчани кореспондентски пратки без предимство и колетни пратки с обявена стойност от фирмите за каталожна търговия. Финансовият сектор е бил потребител на услугите препоръчани кореспондентски пратки без предимство и пощенски записи. Използвани от публичния сектор са препоръчани кореспондентски пратки без предимство, препоръчани кореспондентски пратки без предимство и пощенски парични преводи.

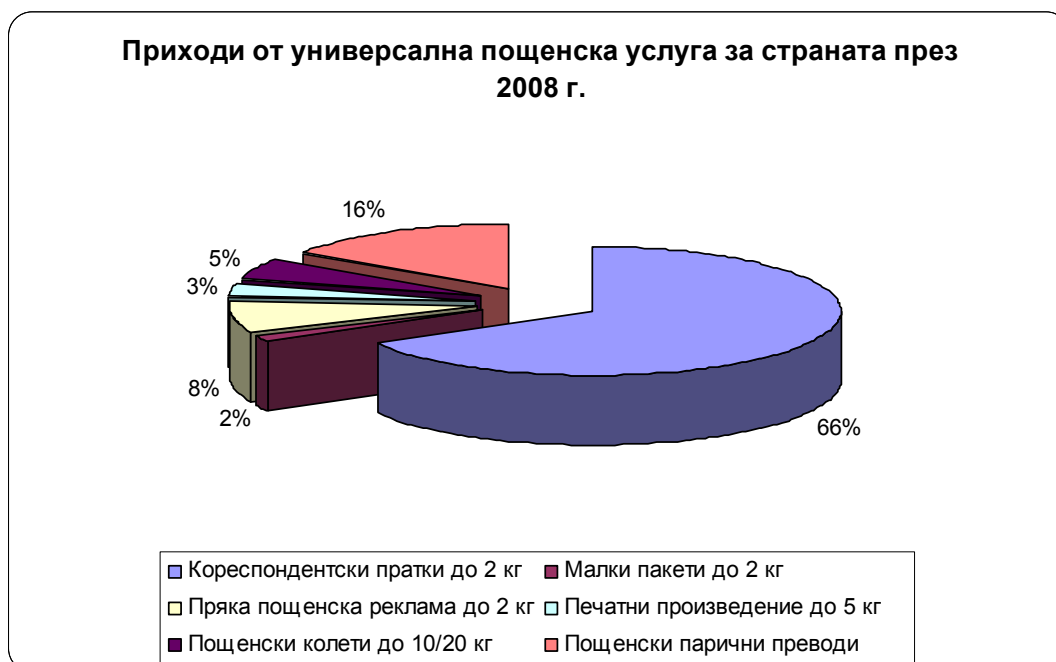
В сравнение с потребителите на основния пощенски оператор, при лицензирания доставчик на УПУ „Тип-Топ Куриер” АД преобладават бизнес потребителите, като съотношението е съответно 92 % към 8 %. Предоставяната през 2008 г. УПУ от

пощенския оператор „МИБМ Експрес” ООД е реализирана изцяло от бизнес потребители.

1.2. Предоставяне на УПУ за страната

През 2008 г. общият брой пратки и услуги от обхвата на УПУ, предоставени на територията на страната е 82 274 хил. бр., което представлява 95% от общия брой реализирани услуги от обхвата на УПУ.

През 2008 г. приходите, реализирани от изпълнението на УПУ за страната са 57 258 хил. лева и спрямо приходите реализирани през 2007 г. се наблюдава ръст от 6,81%. Увеличението на броя на реализираните услуги от УПУ през 2008 г. спрямо предходната е незначително, под 1 %. Това се дължи на трансформирането на голям брой пратки, с тегло до 100 г в „хибридна поща”. Основно влияние върху увеличението на приходите от услугите оказват повишените цени на УПУ през отчетния период.



Фиг. 8 Източник: Данни, предоставени в КРС

- Кореспондентските пратки до 2 кг заемат най-голям дял в общия брой пратки и реализират 66% от общите приходи от УПУ за страната. Спрямо предходната година приходите, реализирани от тези пратки се увеличават с 2%. Незначителният ръст се дължи предимно на намаляването на дела на услугата, спрямо останалите услуги – малки пакети, печатни произведения и пряка пощенска реклама. Спрямо 2007 г. броят на кореспондентските пратки през отчетния период намалява с 6,3%.
- Малките пакети са с най-малък дял в общите приходи от УПУ за страната, в размер на 2 %, но през последните години бележат най-голямо нарастване. През 2008 г. приходите от услугата нарастват със 115,8%, спрямо 2007 г., а броят реализирани услуги е нараснал с 51%.
- Услугата пряка пощенска реклама до 2 кг е пощенска пратка, съдържаща съобщение, с цел маркетинг и реклама, с еднакво съдържание и е адресирано до

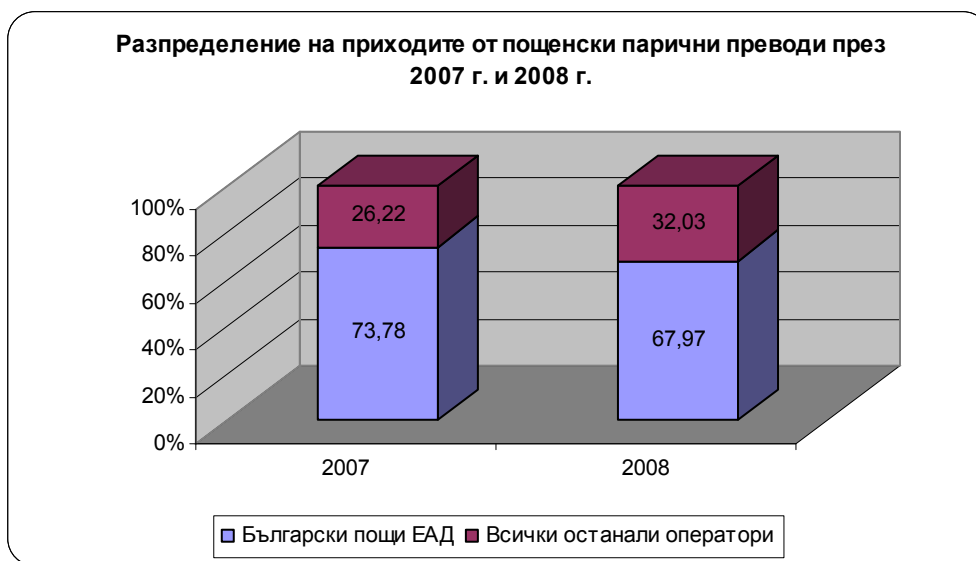
значителен брой лица. През 2008 г. услугата заема дял от 8 % в общите приходи от УПУ за страната и бележи нарастване от 21% на приходите спрямо 2007 г. Броят на реализирани пратки пряка пощенска реклама до 2 кг е нараснал спрямо предходната година с 31%.

- Печатните произведения до 5 кг заемат 3 % от приходите от УПУ. През 2008 г. нарастването им спрямо 2007 г. е 22,2% и следва тенденцията от предходния период. Нарастването в броя на пратките е 4 %.
- Пощенските колетни до 20 кг заемат близо 3% от приходите от УПУ. През 2008 г. спрямо 2007 г. приходите нарастват с около 8%, броя реализирани колетни пратки намалява с 10%.

1.2.1 Предоставяне на услугата пощенски парични преводи

И през 2008 г. услугата „пощенски парични преводи” се предоставяше от шест пощенски оператори. Лицензиран е един нов оператор на услугата „пощенски парични преводи” – „Телепайд България” ООД, който през отчетния период не е стартирал дейността си.

Броят на извършените пощенски парични преводи е нараснал с 8,8 % спрямо 2007 г., а приходите, реализирани от предоставянето на услугата - с 16,4 % г. Делът на тези приходи формира 16% от общите за страната.



Фиг. 9 Източник: Данни, предоставени в КРС

Паричните преводи са услуга от обхвата на УПУ, която се предоставя на пощенския пазар от три години в условията на засилваща се конкуренция. Независимо от това и през 2008 г. по-голямата част от приходите, реализирани от тази услуга за страната са на основния пощенски оператор. „Български пощи” ЕАД отчита ръст от 7,24 % на приходите, при увеличение на броя на предоставени услуги с 5,43 %.

Делът на приходите на „Български пощи” ЕАД г. намалява спрямо предходните години и формира 67,97% от общите приходи, реализирани от услугата. Следващият по големина дял в размер на 31% заема „Изипей” АД. Този оператор е на пазара от 2005 г. и продължава да изгражда мрежата си. Парични преводи през отчетния период са предоставяли и пощенските оператори „Тип-Топ Куриер” АД, „Еконт Експрес” ООД, „Финанс инженеринг” АД, „Фактор И.Н.” АД.

1.3. Предоставяне на УПУ за чужбина

Приходите от УПУ за чужбина през 2008 г. са реализирани само от основния пощенски оператор и са в размер 11 366 хил. лв. Характерно за тези услуги е, че цените им не са променяни от 2006 г. Тези приходи заемат 17 % от общите приходи и съответно 4 % от общия брой пратки в УПУ. Спрямо 2007 г. се наблюдава незначително намаление при приходите от 0,5 на сто, а броят на потребените пратки - с 6,3 на сто.

При отделните групи услуги се наблюдават следните тенденции:

- През 2008 г. спрямо 2007 г. намаление е регистрирано при препоръчаните „пратки с и без предимство”. Спрямо 2007 г. намаленията са от 9,4 на сто на обема и 8,1 на сто на приходите;
- Препоръчаните „пратки с и без предимство” отчитат ръст в потреблението, 8,3 на сто на обемите и 4,0 на сто на приходите;
- Отчитат ръст и колетите без обявена стойност до 31,5 кг. За 2008 г. обемите са с ръст от 12,5 на сто, при ръст на приходите 4,6 на сто;
- Пратките с обявена стойност за чужбина за 2008 г. отчитат ръст на обемите от 44,0 на сто и ръст на приходите от 21,7 на сто, спрямо 2007 г. Нарастванията са изчислени от реалните обеми пратки с обявена стойност, 504 броя за 2007 г. и 730 броя за 2008 година.

За 2008 г. писмовните пратки с обявена стойност отчитат значителен ръст от 132,0 на сто, при намаление на колетите с обявена стойност с 8,3 на сто.



Фиг. 10 Източник: Данни, предоставени в КРС

1.4. Резервиран сектор от УПУ

През 2008 г. беше удължен държавния монопол на основния пощенски оператор върху резервиран сектор от кореспондентски пратки до 50 г до 31 декември 2010 г.

Реализираните приходи от резервирания сектор през 2008 г. заемат 53,47% от общите приходи от УПУ. Тенденцията на спад в дела на пратките от резервирания сектор, която се наблюдава през последните години е съответно през 2006 г. - 63,48 % и през 2007 г. - 55,01%. Пратките от резервирания сектор, вътрешни и международни, попадат в най-голямата група услуги – кореспондентски пратки за страната и чужбина, заемаща 64% от приходите на цялата УПУ. Делът на приходите, реализирани от пратките до 50 г в приходите от групата на кореспондентските пратки е 84,5%.

През изминалата година спрямо 2007 г. броят на кореспондентските пратки до 50 г намалява със 7,4 %, което се дължи на настъпили промени в договорите с големите клиенти на дружеството. Приходите от пратките в резервирания сектор бележат ръст от 3,8 % спрямо 2007 г. поради увеличение на цените на УПУ от средата на отчетния период.



Фиг. 11 Източник: Данни, предоставени в КРС

1.5. Финансов резултат от предоставяната УПУ при икономически неизгодни условия през 2008 г.

Съгласно ЗПУ, „Български пощи“ ЕАД е определен за основен пощенски оператор, със задължение да извършва УПУ чрез пощенската си мрежа на територията на цялата страна, включително при икономически неизгодни условия. По смисъла на ЗПУ, икономически неизгодни са условията, при които предоставянето на УПУ или на част от нея на достъпни цени за всеки потребител води до финансови загуби за пощенските оператори, задължени да извършват услугата чрез организирана и управлявана от тях пощенска мрежа на територията на цялата страна, включително в труднодостъпните райони.

Съгласно издадената му лицензия „Български пощи“ ЕАД се задължава да предоставя УПУ постоянно, в рамките на определено работно време с качество,

отговарящо на изискванията на нормативите, при достъпни цени и възможност за ползването им от всеки потребител на територията на страната, независимо от географското му местоположение.

За гарантиране предоставянето на УПУ основния пощенски оператор получава компенсация от държавния бюджет при доказване на дефицит от извършването на УПУ при икономически неизгодни условия. През последните години „Български пощи“ ЕАД реализира положителен финансов резултат от изпълнението на УПУ, поради което не е кандидатствало и съответно не е ползвало компенсация от държавния бюджет.

През 2008 г. основният пощенски оператор е реализирал положителен финансов резултат от предоставянето на УПУ в размер на 3 144,2 хил. лв. Салдото от финансови разчети с чужди пощенски администрации е положително и е в размер на 2 126,8 хил. лева. Финансовия резултат от изпълнението на универсалната пощенска услуга в частта на резервирания сектор е на стойност 1 534,8 хил. лв., от които 962,2 хил. лв. се дължат на положителното салдото от финансови разчети с чужди пощенски администрации в резервирания сектор. През 2008 г., спрямо 2007 г. печалбата на дружеството от извършването на УПУ е намаляла с 68 на сто.

През изминалата година УПУ се е предоставяла по-неефективно, спрямо 2007 г., като разходите на всеки лев приходи като относително число са се увеличили с 12,67 % и ефективността на всеки лев разход се е намалила с 11,25%. Оценката на ефективността на извършваната УПУ е направена чрез съпоставяне на съответните коефициенти на ефективност на приходите и ефективност на разходите за 2008 г. и 2007 г.

Услугите от обхвата на резервирания сектор през 2008 г. също са се предоставяли по-неефективно спрямо 2007 г. През 2008 г. разходите от предоставянето на пратки до 50 г като относително число на всеки лев приходи са се увеличили с 11,86 %, а ефективността на всеки лев разход е намаляла с 10,61%

Факторите, оказали влияние върху финансовия резултат от изпълнението на УПУ през 2008 г. са следните:

- ✓ През 2008 г. броят на предоставените пратки и услуги от УПУ намалява спрямо 2007 г. с 1 %. Намалението е свързано с промяна в договорите с големи клиенти на дружеството, предимно оператори от телекомуникационния сектор;
- ✓ Приходите през 2008 г. нарастват с 3% спрямо предходната година въпреки намалението на броя на предоставените пратки и услуги. Основна причина за това е промяната на цените на УПУ, влезли в сила от 01.06.2008 г.;
- ✓ През 2008 г. операторът отчита печалба от предоставянето на услугите от двете групи „Вътрешни кореспондентски пратки, малки пакети и пряка пощенска реклама до 2 кг, печатни произведения до 5 кг, секограми до 7 кг и международни пратки с предимство и без предимство” - препоръчани и препоръчани, докато резултатът от останалите услуги от обхвата на УПУ е загуба. През 2008 г. спрямо предходната година финансовият резултат от предоставянето на препоръчаните пратки бележи намаление от 85%, а при препоръчаните пратки намалението за съответния период е 52%.

Операторите „Тип топ Куриер” АД и „Еконт Експрес” ООД и през 2008 г. отчитат отрицателен резултат от дейността си. Относителното тегло на обемите реализирани пратки и приходите от тях е незначително и не дава видимо отражение в сравнителния анализ на УПУ. Стартираният през 2008 г. оператор „МИБМ Експрес” ООД все още е в процес на изграждане на мрежата си.

2. Състояние на конкуренцията при УПУ

Както вече беше посочено по отношение на резервирания сектор в § 6 от ПЗР ЗПУ в съответствие с чл. 18, ал. 4 от Конституцията на Република България е предвиден държавен монопол. Съгласно ал. 4, предприятието, на което е даден този монопол е „Български пощи“ ЕАД. С измененията на ЗПУ от края на 2008 г. (ДВ бр. 109 от 23 декември 2008 г.) срокът на този монопол е удължен до 31 декември 2010 г.

Следователно, по отношение на резервирания сектор се наблюдава монополно положение (в теорията – „законов монопол“) по смисъла на чл. 19 от Закона за защита на конкуренцията. При наличие на монополно положение едно предприятие притежава изключителното право да извършва съответната дейност. В този смисъл, що се отнася до резервирания сектор конкуренция не е налице и на пазара действа основно „Български пощи“ ЕАД. Разгледан като бариера за навлизане, законовият монопол представлява непреодолима бариера. Предвид посоченото, за услугите в рамките на резервирания сектор е безпредметно анализирането на останалите показатели за състоянието на конкуренцията. При наличието на монополно положение ролята на регулацията е в недопускането на злоупотреби и защита на потребителите. В този смисъл значителна роля играе Комисията за защита на конкуренцията като общ конкурентен регулатор.

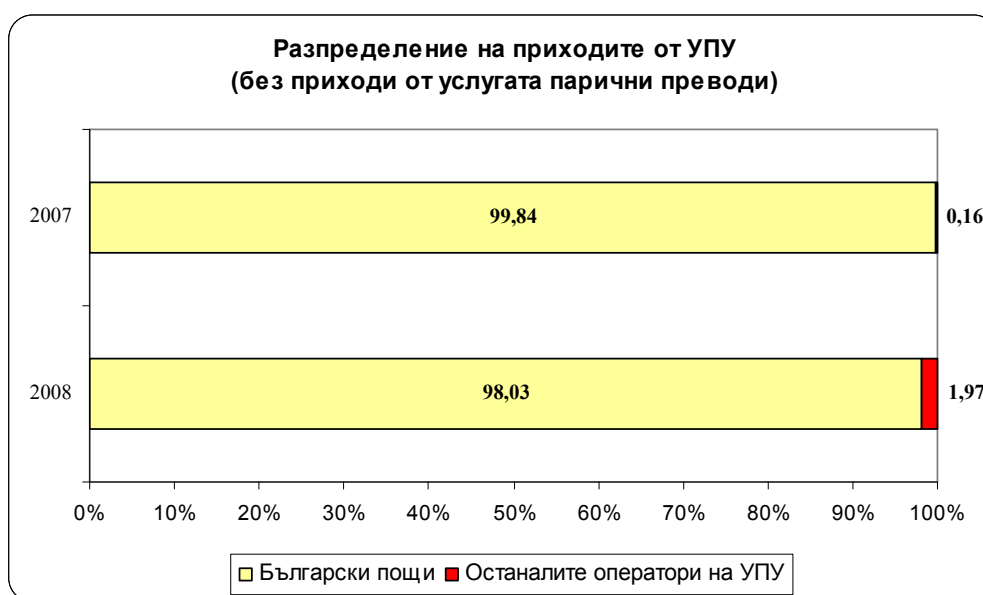
Извън резервирания сектор, през 2008 г., като по-съществени бариери за навлизане на пазара на УПУ можем да посочим следните:

- *Икономически* - висок размер на първоначалните инвестиции, свързани със задължението за изграждане и поддържане на пощенска мрежа на територията на цялата страна. Основният пощенски оператор „Български пощи“ ЕАД се ползва също така със следните конкурентни предимства: наличие на позната търговска марка, добре развита мрежа и възможност за осъществяване на икономии от мащаба.
- *Правно-административни*, наложеният лицензионен режим от ЗПУ, съгласно който КРС е овластена да прецени по целесъобразност кои кандидати, възнамеряващи да извършват УПУ отговарят на нормативните изисквания и могат да извършват съответната услуга. Като други законови бариери могат да се посочат наложените задължения за осигуряване на достатъчна гъстота на местата за достъп, която да отчита нуждата на потребителите и условията за доставяне на пощенските пратки от УПУ; изискване за съгласуване от КРС на цените на услугите, включени в УПУ както и заплащане на лицензионни такси.

Направеният извод относно нивото на входните бариери се потвърждава и от действителното навлизане на пазара през 2008 г., изразяващо се в издаването на една нова лицензия за извършване на УПУ – пощенски парични преводи. Въпреки, че посочените бариери за навлизане на пазара са съществени, те не са непреодолими, в потвърждение на което са появилите се девет пощенски оператори на УПУ през последните пет години.

Независимо, че през изминалата година УПУ се предоставяше от десет лицензирани оператори, състоянието на конкуренцията се запазва почти без промяна. „Български пощи“ ЕАД формира 94 % от целия размер на приходите от УПУ. Запазва се високото ниво на индекса CR4, а именно 99,97%. Като цяло за УПУ индекса ННІ е в размер на 8 885 и следователно като цяло за този сектор нивото на концентрация може да бъде оценено като високо, при слабо конкурентен пазар.

Услугата пощенски парични преводи е единствената услуга, която се предоставя в условията на конкуренция от 2006 г. Броят на извършените преводи нараства средно с около 10 % на година, приходите също се увеличават. Въпреки това обаче, конкуренцията при пощенските парични преводи все още не може да бъде характеризирана като ефективна, тъй като и през 2008 г. основният пощенски оператор остава с най-голям дял - 68 % в общите реализирани приходи от нея. Дяловете на следващите по големина участници са както следва: „Изипей” АД - 31%, „Еконт Експрес” ООД – 0,29%, „Тип топ Куриер” АД – 0,17%, „Финанс инженеринг” АД – 0,15% и „Фактор И.Н” АД с 0,03%. Нивото на концентрация при предоставяне на услугата, измерена чрез индекса ННІ е 5 606. Стойността му е изчислена на базата на данните, предоставени от операторите, предоставяли услугата към края на 2008 г. Очакванията са през следващите години да се засилва конкуренцията, респективно да намалява концентрацията. В потвърждение на това е и отчетеното намаление на концентрацията през 2008 г. спрямо 2007 г., съответно от 6124 на 5606.



Фиг. 12 Източник: Данни, предоставени в КРС

„Български пощи” ЕАД продължава да е най-големия доставчик и на останалите услуги от обхвата на УПУ, (кореспондентски пратки, малки пакети, пряка пощенска реклама, печатни произведения), като заема дял от 98 %, както в общия размер реализирани приходи от всички услуги, така и по видове услуги. През 2008 г. спрямо 2007 г. делът на приходите от тези услуги на УПУ, реализиран от новолицензираните пощенски оператори - „Тип-Топ Куриер” АД, „Еконт Експрес” ООД и „МИБМ Експрес” ООД се е увеличил само с около 2 %. Това увеличение макар и незначително е индикатор за появата на конкуренция и при тези услуги от обхвата на УПУ. Въпреки това, при наличието на дял в такъв размер може да се говори за състояние близко до „естествен монопол”.

През 2008 г. се подписа първия договор за взаимен достъп до мрежите на „Български пощи” ЕАД и „Тип-Топ Куриер” АД за услуги от обхвата на УПУ, с който се отвори мрежата на историческия пощенски оператор „Български пощи” ЕАД за конкурентен оператор. Така се постави началото на преодоляване на една от икономическите бариери - нуждата от големи инвестиции за изграждане на собствени мрежи от новопоявилите се пощенски оператори.

III. Неуниверсални пощенски услуги

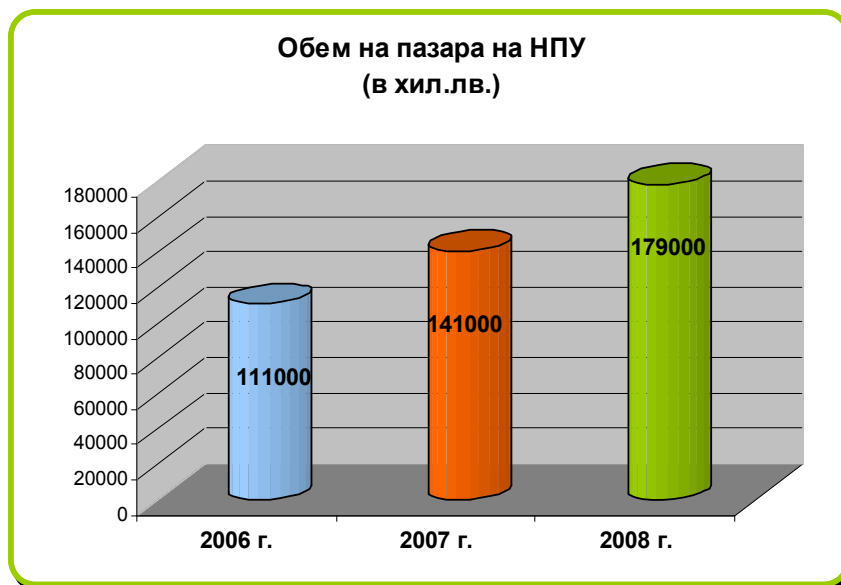
1. Анализ на пазара на НПУ

Ежегодното анализиране и наблюдението на пазара на НПУ в България през последните години е предпоставка за реалното определяне на насоките на развитие на този сегмент. Съгласно ЗПУ в обхвата на НПУ се включват услугите: куриерски услуги и „приемане на съобщения, подадени във физическа или електронна форма от подателя, предаването им чрез електронни съобщителни средства и доставяне на тези съобщения на получателя като пощенски пратки” (т.нар. хибридна поща).

Въпреки, че през последните години пазарът на НПУ устойчиво нараства с около 27 % годишно и ежегодно се увеличава броя на регистрираните пощенски оператори, в сектора се забелязва отражението на започналата през 2008 г. световна финансова и икономическа криза, най-вече по очакванията на големите оператори за свиване на пазара и по-малките средства предвидени за инвестиции в сравнение с последните 4 години.

През 2008 г. броят на регистрираните пощенски оператори за предоставяне на НПУ достигна 77, от които 39 са предоставяли само куриерски услуги, 9 са извършвали куриерски услуги и хибридна поща, 2 са предоставяли само услугата „хибридна поща”, а 24 са декларирали, че не са извършвали дейност през изминалата година.

За 2008 г. обемът на пазара на НПУ, оценен на база реализираните приходи от НПУ, е 179 млн. лв., като в сравнение с 2007 г. е нараснал с 27%. Обемът на пазара е изчислен като експертна оценка на база предоставените данни от 96% от регистрираните оператори към 31.12.2008 г.

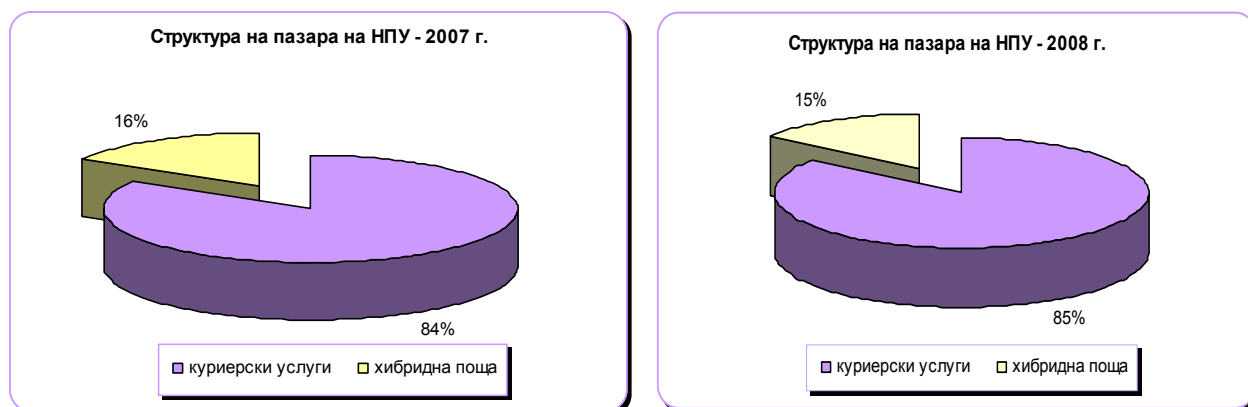


Фиг. 13

Източник: Данни подадени в КРС

Общият брой на обработените пощенски пратки за разглеждания период е 111 млн.бр., като той е нараснал спрямо 2007 г. с 53%. За разглеждания период пратките от куриерски услуги формират 18% от общия брой пратки.

През изминалата година структурата на пазара на НПУ се запазва без промяна в сравнение с 2007 г. Приходите от НПУ са формирани основно от предоставянето на куриерски услуги за страната.



Фиг. 14 Източник: Данни подадени в КРС

С най-големи пазарни дялове от пазара на НПУ, според предоставени данни в КРС, през 2008 г., са: ¹

1. „Български пощи” ЕАД	6. „Интерлогистика Куриер” ООД	11. „Спридер Куриер” ЕАД
2. „Ди Ейч Ел България” ЕООД	7. „МиБМ Експрес” ООД	12. „Спиди” АД
3. „Европът – 2000” АД	8. „Полипост-поща и логистика” ЕАД	13. „Тип Топ Куриер” АД
4. „Еконт Експрес” ООД	9. „Лео Експрес” ЕООД	14. „ТНТ България” ЕООД
5. „Ин Тайм” ООД	10. „Сити Експрес” ООД	15. „Флаинг Карго България” ООД

Посочените оператори в таблицата са се наложили на пазара на НПУ и през изминалата година, както и през 2007 г., формират основно приходите от НПУ. За 2008 г. те са формирали над 85% от обема на пазара.

1.1 Развитие на услугите от обхвата на НПУ

През 2008 г. приходите от куриерски услуги формират 85% от обема на пазара на НПУ и са нараснали с 30 % спрямо 2007 г. Приходите от куриерски услуги за страната, които формират 74% от общия размер на приходите от куриерски услуги, са нараснали спрямо 2007 г. с 38%. Относителният дял на приходите от международни изходящи куриерски услуги от общия размер на приходите от куриерски услуги е намалял през 2008 г. спрямо 2007 г. от 30% на 26%.

През последните три години приходите от куриерски услуги очертават тенденция на динамично нарастване, като през 2006 г. и 2007 г. се наблюдаваше и ежегодно увеличение на инвестиции с технологично значение в сектора. През 2008 г. спрямо 2007 г. се наблюдава спад от 5% в броя на потребените куриерски пратки и

¹ Операторите са подредени по азбучен ред, а не по пазарен дял

намаление в инвестиции с технологично значение в сектора. С цел да стимулират потребителите през изминалата година по-голямата част от куриерските фирми са заложили на въвеждането на нови услуги като:

- Доставка на входящи международни пратки в България с доставка до определен час;
- Увеличаване броя на местата за достъп;
- Въвеждане от операторите на едночасови и двучасови доставки;
- Създаване на Електронен кабинет за самостоятелна подготовка на пощенските пратки от потребителите, за което се предвижда финансова отстъпка, проверка на съдържанието преди заплащането на наложения платеж, изплащане на наложен платеж по банков път;
- Увеличаване на отстъпките за лоялни клиенти;
- Съкращаване сроковете за доставка при запазване на съществуващите цени
- Он лайн заявка за куриер;
- Въвеждане на програми за специализирано обучение на служителите (куриерите).

През изминалата година приходите от потреблението на услугата „хибридна поща” формират 15% от обема на пазара на НПУ, като спрямо 2007 г. са нараснали с 14%.

През 2008 г. приходите от тази услуга са формирани от 9 оператора, като седем от тях предоставят и куриерски услуги.

Разликата в спецификата на куриерските услуги и хибридна поща обуславя различния темп на изменение на пратките и реализираните приходи от двете услуги.



Фиг. 15 *Източник: Данни подадени в КРС*

През последните три години предоставянето на услугата „хибридна поща” се разраства, като ежегодно нарастват, както приходите от тази услуга, така и броят на операторите, които предоставят услугата.

На практика услугата включва изпращане на данни по електронен път, трансформирането им в пощенски пратки и доставянето на пратките до получателите. Съчетавайки бързината и начините за комуникация на 21 век със стабилността на

традиционната поща се очертава една перфектна симбиоза между установените пощенски технологии и съвременната технология.

Най-модерната версия на приложение на хибридна поща дава възможност индивидуалните потребители да изпращат съобщения от персоналните си компютри до най-близкия печатен център и съответно оттам тези съобщения да бъдат доставяни, като пощенски пратки до получателя, неутрализирайки влиянието на околната среда, свързано с транспортирането на физическата поща на големи разстояния.

Основните предимства на тези услуги са насочени към бизнеса, но със същия успех могат да се ползват и от индивидуалните потребители:

- Икономия на време;
- По-ниски транспортни разходи от традиционната поща;
- Високо качество на услугата.

2. Кратък сравнителен анализ на развитието на куриерски услуги в страните от балканския регион – Гърция, България и Румъния

Публикацията на данни за развитието на пазара на куриерски услуги за 2007 г. на гръцкия регулатор Hellenic Telecommunications and Post Commission (ЕЕТТ) очерта някои сходни процеси с развитието на НПУ у нас.

Преди те да бъдат представени е необходимо да се посочи една от водещите разлики в нормативната уредба на двете страни, регламентираща предоставянето на НПУ, а именно:

В България предоставянето на НПУ изисква регистрация в КРС по законово установени процедури, докато в Гърция предоставянето на тези услуги се осъществява на базата на т.нар „уведомителен режим” или „общо разрешително”, термини въведени от новата Директива 2008/6/ЕО.

Уведомителният режим е значително по-облекчен от регистрационния и цели преодоляване на административните и бюрократичните пречки пред този вид бизнес и подпомагане развитието на пазара на куриерски пощенски услуги.

Въпреки различието в начините за стартиране на дейността по предоставяне на НПУ се очертават и доста прилики в развитието на куриерските пазари в двете страни. Най-общо те могат да се обобщят по няколко признака:

- Влияние върху пазара на лидерите в предоставянето на куриерски услуги;
- Запазване на съществуващия пазарен сегмент и затвърждаване на пазарни позиции;
- Запазване на ценовата политика;
- Тенденция на непрекъснато увеличаване броя на операторите на пазара на НПУ.

Операторите предоставящи куриерски услуги, съгласно изследване на гръцкия регулатор ЕЕТТ за 2007 г. са съставлявали 6% от обема на пощенския пазар в Гърция и са акумулирали 39% приходи.

Подобно на българския пазар на куриерски услуги, 90% от всички куриерски пратки са обработени от 9 –те най-големи оператора, като 91% от обработените пратки са кореспондентски. У нас 15-те най-големи оператора са формирали над 80% и 85% от пазара съответно за 2007 г. и за 2008 г.

След няколко поредни години на увеличаване на конкуренцията в сектора, през 2007 г. водещите оператори в Гърция въведоха нови услуги, адекватно кореспондиращи си с нуждите на потребителите, с което затвърдиха лидерските си позиции на пазара. Подобна тенденция се наблюдаваше през 2008 г. и на нашия пазар,

където в условията на световна икономическа криза, операторите се насочиха към запазване на завоюваните вече пазарни сегменти. В същото време ценовата политика и на българския и на гръцкия пазар остава непроменена. Девет от 15-те водещи оператори на българския пазар посочват, че не планират увеличаване на цените, с цел запазване на конкурентноспособността си. Въпреки това ЕЕТТ посочва, че цените на куриерските услуги в Гърция са се повишили, като увеличението е продиктувано от нарастването на транспортните разходи (което е световна тенденция).

Потребители на НПУ и в Гърция и в България са основно бизнес клиентите, докато индивидуалните потребители са много малък процент, което затвърди наложилата се тенденция от няколко години за предоставяне на услуги, според търсенето на пазара и със значително по-опростени процедури за обслужване на клиентите.

Брой на пощенските оператори предоставящи НПУ					
	2003	2004	2005	2006	2007
Гърция	295	266	301	341	377
България	32	35	51	59	71

Фиг. 16 Източник: Hellenic Telecommunications and Post Commission; KPC

Като цяло тенденцията и в двете страни е на увеличаване броя на операторите, предоставящи НПУ, въпреки, че през 2004 г. в Гърция е отбелязан спад на операторите, а в България тенденцията на нарастване, макар и с различен процент, остава непроменена през целия 5 годишен период.

Малко по-различна е ситуацията с предоставянето на куриерски услуги в Румъния. Според данни, изнесени в Годишния доклад на румънския регулатор National Authority for Communications (ANC) за 2007 г., класифицирането на операторите на куриерски услуги или т.нар. „експресни пощенски услуги” е по различно от това на България и Гърция и се определя от:

- Вида пратки, които операторите пренасят;
- Територията, която обслужват (вътрешен и международен пазар);
- Вида пратки и територията, на която се пренасят пратките.

Съгласно румънското законодателство, експресните пощенски услуги включват най-малко 3 основни дейности: събиране на пощенски пратки от адреса, посочен от изпращача, гарантиране на времето за доставка и електронно проследяване на пратките.

Определението на куриерските услуги съгласно българското законодателство е сходно и също гарантира, освен по-голяма бързина и надеждност, всички или някои допълнителни услуги, а именно: събиране от адреса на подателя, доставяне до определена дата, контролирано наблюдение на пратките и др.

Неуниверсална пощенска услуга в Румъния предоставят 35 оператора, от тях 21 са специализирани на вътрешния пазар, 6 на международния, а 8 и на вътрешния и на международния пазар на експресни пощенски услуги. За сравнение през същия период у нас са оперирали 71 оператора, като 16 от тях предоставят и международния изходящи куриерски услуги, а трима от тях приемат, пренасят и доставят само международни пощенски пратки, като за 2008 г. общия брой оператори, регистрирани за предоставяне на НПУ, у нас е нараснал на 77.

Видно от кратките статистически данни на трите съседни страни, пазарът на НПУ съставлява важно звено в развитието на пощенските услуги като цяло. Това произтича от факта, че основен потребител на тези услуги си остава бизнеса. Изцяло

ориентиран към пазара той диктува новаторски решения и технологични нововъведения в предоставянето на куриерски услуги.

3. Състояние на конкуренцията при НПУ

През последните три години, НПУ се извършват в условията на конкуренция въз основа на търсенето и предлагането. За периода от 2006 г. до 2008 г. броят на регистрираните оператори се е увеличил от 59 на 77. Реализираните приходи от предоставянето на куриерски услуги и хибридна поща нарастват ежегодно с около 27%. През 2008 г. пазарът на НПУ се запазва като ефективен, и се характеризира с ниска към умерена концентрация. За измерване на концентрацията на пазара на НПУ е използван индекса на Херфиндал – Хиршман, като неговата стойност за 2008 г. е 1011 и е изчислена на база предоставените данни от близо 96% от регистрираните пощенски оператори към края на 2008 г. Индексът CR4 в размер на 55 също доказва относително ниското ниво на концентрация. За последните две години петте оператора с най-големи приходи от извършване на НПУ са формирали пазарни дялове между 6% и 20%.

През изминалата година, в сравнение с 2007 г., се наблюдава завишаване на концентрацията при извършването на НПУ, като в сравнение с куриерските услуги, услугата „хибридна поща” се характеризира с по-висока степен на концентрация.

В условията на конкуренция, основните бариери, пред които са изправени потенциалните участници на пазара на НПУ, са свързани с действията на наложилите се пощенски оператори. На пазара на НПУ оперират вече утвърдени куриерски фирми и доставчици на услугата „хибридна поща”, които са добре познати на потребителите, имат изградена пощенска мрежа на територията на цялата страна, предлагат богата гама от допълнителни услуги и ежегодно формират над 80% от обема на пазара. Тези фирми предлагат вътрешни и международни куриерски услуги на атрактивни цени и с високо качество, което е свързано със сключване на договори помежду им и с реализиране на икономии от обхвата и мащаба. Тези абсолютни предимства на действащите оператори не могат да бъдат определени като непреодолими бариери за навлизането на пазара на НПУ. От правна гледна точка пред потенциалните оператори на НПУ също няма съществени бариери, тъй като извършването на НПУ е въз основа на регистрационен режим и не е свързано с изисквания за изграждане на пощенска мрежа на територията на цялата страна, съгласуване на цени и др.

IV. Регулаторни и контролни функции на КРС

1. Отчет за контролната дейност на КРС

Във връзка с изпълнение на законовото задължение за упражняване на контролни функции, през 2008 г. от оправомощени служители на КРС са извършени общо 132 проверки, като по-голямата част от тях са планови.

Извършени са 93 проверки на основния пощенски оператор „Български пощи” ЕАД и на оператори, лицензирани за предоставяне на УПУ или на част от нея. Съгласно лицензионните условия, операторите са длъжни да поддържат и развиват пощенски мрежи от организационно и технологично свързани помежду си звена и средства, съобразно етапите и с оглед схемата на разположение на местата за достъп до пощенската мрежа. Това е продължителен процес, който изисква значителни ресурси. При проверките се констатира изоставане в етапите на развитие на пощенските мрежи при част от операторите, поради което за този вид нарушение е ангажирана административнонаказателна отговорност на един оператор. Не са констатирани други нарушения при предоставяне на УПУ.

Извършени са 39 проверки на оператори, регистрирани за предоставяне на НПУ, като са дадени 14 предписания. За открити нарушения на ЗПУ са санкционирани с ангажиране на административнонаказателна отговорност два оператора. Пет от проверените оператори не осъществяват дейност съгласно издадените им регистрации.

По отношение защитата интересите на потребителите, КРС използва два инструмента – съгласуването на Общите условия на договора с потребителите на пощенски услуги и правото на потребителите да подават жалби и сигнали до КРС. През изтеклата 2008 г. са разгледани 12 жалби/сигнали срещу оператори на УПУ и 22 жалби/сигнали срещу оператори на НПУ, по-голямата част от които са неоснователни. Най-много са жалбите относно забавяне изплащането на наложен платеж, следвани от жалби за изгубени куриерски пратки, като за последните жалбоподателите са получили съответните обезщетения. За установено нарушение на ЗПУ при проверка на подаден сигнал е ангажирана административнонаказателна отговорност на един оператор.

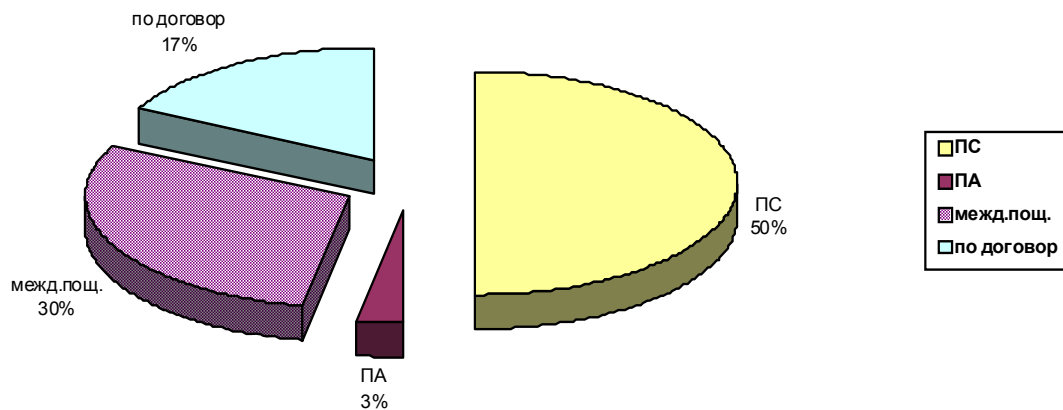
2. Информация във връзка с изпълнението на индивидуалните лицензии

2.1. Пощенски мрежи на операторите, предоставящи УПУ или част от нея

Съгласно чл. 5 от ЗПУ, пощенските услуги се осъществяват чрез пощенски мрежи. Пощенската мрежа е съвкупност от организационно и технологично свързани помежду си звена и средства, включващи пощенски служби, разменни и сортировъчни възли, транспортни средства и технически съоръжения, изградени и използвани с цел приемане, пренасяне и доставяне на пощенски пратки и извършване на пощенски парични преводи.

В края на 2008 г., броят на пощенските станции на основния пощенски оператор „Български пощи” ЕАД е 2981, като 631 от тях се намират в градовете и 2350 в селата. От пощенските станции в селата 206 се намират в населени места с население под 200 жители, а 1171 - в населени места с население между 200 и 800 жители. Освен чрез пощенски станции, пощенски услуги се предоставят чрез 141 пощенски агентства и чрез 2420 междуселищни пощальони – пощенски служители и назначени по договор.

Съотношението в различните начини на обслужване в пощенско отношение на населените места е следното:



Фиг. 17 Източник: Доклад за изпълнението на УПУ за 2008 г. от БП ЕАД

В експлоатация са 5286 пощенски кутии за събиране на неперпоръчани кореспондентски пратки. Обслужваното население от една пощенска кутия средно за страната е 1:1674 жители.

Гъстотата на местата за достъп до пощенската мрежа надхвърля изискванията, определени от КРС с решение № 703/26.06.2003 г.

В сравнителната таблица са посочени и други средни за страната данни, характеризиращи промените в пощенската мрежа за период от 3 години:

	2006 г.	2007 г.	2008 г.
1. Брой на пощенските станции	2986	2986	2981
В градовете	636	636	631
В селата	2350	2350	2350
2. Обслужвано население от една пощенска станция, бр.	2596	2570	2865
В градовете	8581	8517	9889
В селата	988	959	974
3. Обслужвана територия от една пощенска станция, км.²	36.95	36.95	37
4. Брой на пощенските агентства	144	141	141
5. Брой на пощенските кутии за събиране на кореспондентски пратки	5391	5332	5286
6. Брой на абонаментните пощенски кутии			44154

Източник: Доклад за изпълнението на УПУ за 2008 г. от БП ЕАД

Лицензираният за извършване на цялата УПУ оператор „Тип Топ куриер“ АД, при когото се наблюдава известно изоставане по отношение изграждането на собствена пощенска мрежа, има 34 центъра за пощенски услуги (4 от тях – в София), 27 от които са изградени през 2008 г. В близост до центровете за пощенски услуги са поставени 10 пощенски кутии за подаване на кореспондентски пратки. Операторът предоставя на разположение на потребителите и 32 абонаментни пощенски кутии.

Другият лицензиран за извършване на цялата УПУ оператор „Еконт Експрес” ООД разполага с 213 офиса, 23 от които на територията на гр. София. В цялата страна са поставени 680 броя пощенски кутии, 365 от които - по бензиностанции на Петрол. Независимо от цитираните данни и при този оператор темпът на изграждане на пощенска мрежа е забавен.

„МиБМ Експрес” ООД, също лицензиран оператор за извършване на цялата УПУ, през 2008 г. завърши първия етап на изграждане на пощенската си мрежа с 34 места за достъп, съгласно условията на лицензията.

При лицензираните за част от УПУ - пощенски парични преводи - оператори, най-динамично се развива мрежата на „Изипей” АД с регистрирани 851 места за достъп, от които 224 в София. Дружеството продължава съвместната работа с партньорски организации – банки, бизнес центрове и големи търговски вериги, чиито персонал извършва услугата. Основна тенденция през 2008 г. е развитие на мрежа от собствени офиси и центрове, чиито брой достига 80, с нает и обучен собствен персонал.

През 2008 г. „Фактор И.Н.” АД е изградил само 1 място за достъп, с което общият им брой става 64, а „Финанс инженеринг” АД разполага с 36 офиса. И при двете дружества има сериозно забавяне по отношение изграждането на пощенската мрежа.

ФК „Кеш Експрес Сървис” ЕООД не извършва дейност през 2008 г., а „КешОфис” АД поради настъпване на икономическата криза закрива всички открити през годината офиси.

3. Качество на УПУ през 2008 г.

С въвеждането от „Български пощи” ЕАД на нова категоризация на пощенските пратки на база бързина, от 1 юни 2008 г. са в експлоатация нови категории пратки „с и без предимство” за вътрешността на страната. Измерването на времето за пренасяне на приоритетните писмовни пратки „от край до край” се извършва със системи, организирани съгласно изискванията на Директива 97/67/ЕО и стандарт БДС EN 13850:2004:

DIAMON – за вътрешни приоритетни кореспондентски пратки;

UNEX – за международни приоритетни кореспондентски пратки.

През 2008 г. КРС не е организираща измерване на качеството на УПУ от независима външна организация, която няма връзка с предоставящите УПУ. Поради тази причина, посочените по-долу данни за качеството са от измерванията, направени от „Български пощи” ЕАД и се отнасят за качеството на УПУ на основния пощенски оператор.

3.1 Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пратки с предимство

Средните резултати, отчетени по системата DIAMON за услугата приоритетна поща, която стартира от м. юни през отчетната година са:

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2008 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	68,78%
Д+2	Не по-малко от 95% от пощенските пратки	91,43%

Резултатите сочат, че нормативът не е достигнат.

3.2 Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2008 г.
Д+2	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	84,96%
Д+3	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	96,09%

3.3 Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
Д+1	Не по-малко от 70% от колетните пратки	88,54%	86,34%	85,46%
Д+2	Не по-малко от 80% от колетните пратки	98,21%	97,55%	97,84%
Д+3	Не по-малко от 95% от колетните пратки	99,71%	99,60%	99,71%

3.4 Време за пренасяне на вътрешни пощенски парични преводи

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
Д+1	Не по-малко от 85% от пощенските парични преводи	88,43%	85,96%	81,75%
Д+2	Не по-малко от 92% от пощенските парични преводи	98,51%	97,55%	96,82%
Д+3	Не по-малко от 98% от пощенските парични преводи	99,68%	99,73%	99,61%

Видно от представените в таблиците резултати за тригодишен период, като цяло Нормативите за качество на УПУ и ефикасността на обслужване се изпълняват, но през 2008 г. резултатите по първия показател Д+1 за колетни пратки и пощенски парични преводи са по-ниски в сравнение с тези през двете предходни години, а нормативът за парични преводи дори не е достигнат.

Системата UNEX за измерване на качеството за пренасяне на приоритетни международни пратки функционира в „Български пощи“ ЕАД от началото на 2008 г. Изискването за независимо измерване на времето за пренасяне „от край до край“ е част

от Директива 97/67/ЕО за единните правила за развитието на вътрешния пазар на пощенските услуги в общността и подобряване качеството на услугата. Системата директно се управлява от Международната пощенска корпорация – IPC в Брюксел и е единна и независима (кореспондентите са външни) за всички пощенски оператори, членове на PostEurop. С цел не само да се констатира нивото на качеството, но и да се даде възможност на операторите да въздействат върху времето за пренасяне, системата е надградена с диагностична система за контрол и анализ.

3.5 Време за пренасяне на международни пощенски пратки

3.5.1 Международни препоръчани пратки с предимство от географски зони в рамките на Европа

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
Д+3	Не по-малко от 60% от пощенските пратки	59,29%	50,89%	49%
Д+5	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	83,95%	84,03%	85,1%

3.5.2 Международни препоръчани пратки с предимство от географски зони извън рамките на Европа

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
Д+6	Не по-малко от 58% от пощенските пратки	61,47%	54,73%	58,74%
Д+7	Не по-малко от 75% от пощенските пратки	84,98%	80,64%	82,58%
Д+8	Не по-малко от 90% от пощенските пратки	95,32%	94,73%	94,68%

3.5.3 Международни препоръчани пратки без предимство от географски зони в рамките на Европа

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
Д+4	Не по-малко от 55% от пощенските пратки	53,31%	51,85%	57,83%
Д+6	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	83,11%	81,44%	84,13%

3.5.4 Международни препоръчани пратки без предимство от географски зони извън рамките на Европа

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
Д+10	Не по-малко от 60% от пощенските пратки	70,59%	67,02%	73,41%
Д+14	Не по-малко от 85% от пощенските пратки	96,29%	93,59%	93,36%

3.5.5 Редовност на събиране на пощенските пратки и парични преводи – брой събирания от пощенски кутии и пощенски станции

Населено място	Дни от седмицата	Брой събирания на ден	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
София	От понеделник до петък Събота и неделя	2 1	95%	98,82%	99,06%	99,48%
С РСЦ	От понеделник до събота	1				
Без РСЦ	От понеделник до петък	1				

3.6 Редовност на доставка на пощенските пратки и парични преводи – брой на доставките

Населено място	Дни от седмицата	Брой доставки на ден	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
София	От понеделник до събота	2	95%	99,30%	98,81%	99,57%
С РСЦ	От понеделник до събота	1				
Без РСЦ	От понеделник до петък	1				

3.7 Срокове за обработка на рекламации

Нормативен срок за обработване на рекламациите	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2006 г.	Резултати 2007 г.	Резултати 2008 г.
30 дни за вътрешни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	90,32%	86,81%	94,44%
90 дни за международни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	88,73%	91,31%	95,75%

И при международните пратки като цяло резултатите от измерване на качеството през 2008 г. надхвърлят фиксираните нормативи. Буди тревога обаче състоянието на качеството при приоритетните пратки в рамките на Европа, където нормативът за Д+3 не само не е достигнат, но и резултатът е по-слаб в сравнение с предходните две години. За част от резултатите през 2007 г. (международни препоръчани пратки с предимство от географски зони извън рамките на Европа,

международни препоръчани пратки без предимство от географски зони в рамките на Европа) се наблюдава спад, но през 2008 г. има видима стабилизация, като съответните нормативи се достигат и надхвърлят.

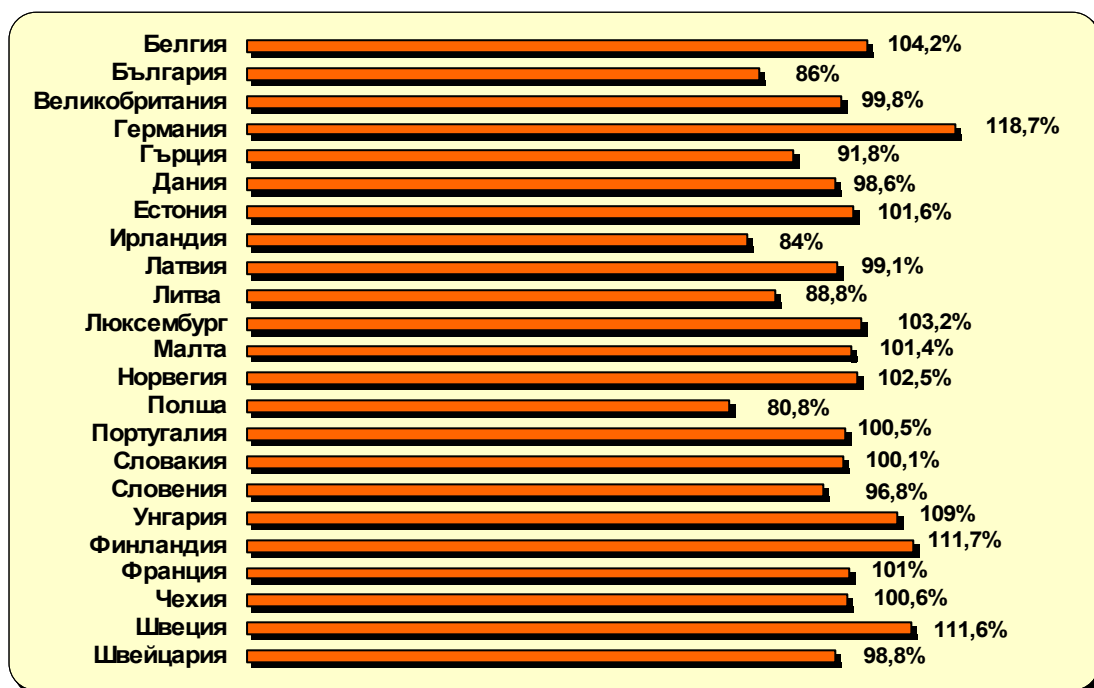
В приложената таблица се съдържа информация за постиженията на някои европейски страни в областта на качеството на услугата за 2008 г.²

Страна	Норматив за качество (Д+1)	Резултат 2008 г.
Белгия	90%	93.8%
България	80%	68.8%
Великобритания	93%	92.8%
Германия	80%	95%
Гърция	87%	79.9%
Дания	95%	93.7%
Естония	90%	91.5%
Ирландия	94%	79%
Латвия	97%	96.1%
Литва	85%	75.5%
Люксембург	95%	98,1%
Малта	92%	93.3%
Норвегия	85%	87.1%
Полша	82%	66.3%
Португалия	94,5%	95%
Словакия	96%	96.1%
Словения	95%	92%
Унгария	85%	92.7%
Финландия	85%	95%
Франция	83%	83.9%
Чехия	90%	90.6%
Швеция	85%	94.9%
Швейцария	97%	95.9%

Почти половината от задължените да извършват УПУ оператори от представените в таблицата 23 страни не са изпълнили набелязаните цели по отношение качеството на услугата.

² Информацията е от собствено проучване

Графиката по-долу представя процентното изпълнение на нормативите за качество на услугата в съответните страни.



Фиг. 18 Източник: Данни подадени в КРС

3.8 Рекламации за услуги от обхвата на УПУ

През 2008 г. са подадени общо 3555 броя рекламации за услуги от обхвата на УПУ, които се разпределят по следния начин³:

³ Данните са от годишните въпросници за оператори, предоставящи УПУ или част от нея

Подадени писмени рекламации за 2008 г.	Брой	
	вътрешни	международни
Рекламации (общо)	510	3045
Рекламации, счетени за основателни	142	190
<i>Разпределение на рекламациите според причинителите:</i>		
1. загубена пратка	40	145
2. пратка, доставена със закъснение	74	16
3. повредена или с липсващо съдържание (изцяло или частично) пратка	6	6
4. погрешно доставена пратка	7	2
5. върнат пощенски колет с липсващ мотив за недоставяне		2
6. неизплатени или неправилно изплатени суми по пощенски парични преводи	3	
7. обща рекламация (рекламация, основаваща се общо на неудовлетворение от услугите на оператора)		
8. относно поведението и компетентността на пощенски служители	7	1
9. относно обработването на рекламация	2	7
10 други рекламации	3	11
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.
	135	4067

Като цяло, броят на подадените рекламации за 2008 г. е нараснал спрямо 2007 г., леко се е увеличил и броят на счетените за основателни рекламации. Има разлика обаче в разпределението на рекламациите според причинителите: увеличен е броят на рекламациите за загубени и доставени със закъснение пратки за сметка на значително намаление на рекламациите за повредени или с липсващо съдържание пратки. Увеличен е и броят на рекламациите относно поведението и компетентността на пощенските служители и относно обработването на рекламации. Счетените за основателни рекламации съставляват 9.33% от общия брой на подадените рекламации.

Броят на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации е намалял повече от два пъти, а общата сума на изплатените обезщетения е седем пъти по-малка. Спрямо 2007 г. се наблюдава тенденция към намаляване броя на основателните рекламации, както и към нарастване на изискванията на потребителите по отношение на професионалната компетентност и културата на обслужване на пощенските служители.

3.9 Рекламации за НПУ

Рекламациите за НПУ за 2008 г. се разпределят по брой според причинителите както следва⁴:

Рекламации (общо)	7006	
в това число рекламации, счетени за основателни	2647	
Разпределение на рекламациите според причинителите:		
1. повредена пратка (целостта на пратката е нарушена)	765	
2. загубена пратка (пратката не е доставена на потребителя)	163	
3. ограбена пратка (липсва част или цялото съдържание на пратката)	40	
4. унищожена пратка (пратката е така увредена, че не може да бъде използвана по предназначение)	18	
5. пратка, доставена със закъснение от посочения срок за доставяне	1070	
6. други	591	
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.
	2080	173135

Постъпилите данни за подадени рекламации сочат, че през изтеклата година са били подадени 2647 броя основателни рекламации срещу 2296 за 2007 г. Почти 2 пъти е нараснал броят на рекламациите, приключили с изплащане на обезщетение, а общата сума на изплатените обезщетения е 2 пъти по-висока. Увеличил се е броят на счетените за основателни рекламации, като най-много подадени рекламации е имало поради забавено доставяне, следвани от рекламациите за повредени пратки. Основателните рекламации представляват 37.8% от общия брой подадени рекламации, което е с 10% повече в сравнение с предходната година и значително превишава процента на основателните рекламации за пратки и услуги от обхвата на УПУ. Големият брой рекламации за пратки, доставени със закъснение, показва, че потребителите търсят правата си по отношение качеството на услугата, тъй като са предпочели куриерската услуга заради бързината в сравнение с традиционния вид пощенски услуги. Тук се проявява ролята на КРС като защитник на интересите на потребителите предвид изискването за обезщетение за забавено доставяне при съгласуване на Общите условия на договора с потребителите. От друга страна, бързото разрастване на пазара на НПУ очевидно оказва известно негативно влияние по отношение на технологията и квалификацията на служителите.

⁴ Данните са от годишните въпросници за оператори, предоставящи НПУ.

V. Заключение. Перспективи за развитие на пощенския пазар

През последните три години перспективите в развитието на пощенския пазар в България се свързваха с устойчиво ежегодно нарастване на обема на пазара, увеличаване броя на предоставените пратки и на лицензираните и регистрираните оператори. За 2009 г. в резултат на световната финансова криза, респективно на свиването в потреблението и инвестициите като цяло, се очаква да настъпят следните промени в предоставянето на пощенски услуги, а именно:

- Обемът на пощенския пазар в България ще се запази без промяна или ще се увеличи спрямо 2008 г. с по-малък % спрямо този от предходните три години;
- Броят на пощенските оператори ще премине 85, като се очаква да има и нови лицензирани пощенски оператори за част от УПУ;
- Съотношението 2 към 1 между приходите от НПУ и УПУ в общия обем на пазара да се запази без промяна;
- Броят на предоставените пратки от УПУ ще намалее спрямо 2008 г., като основно ще има спад в потреблението на кореспондентските пратки. Като цяло относителният дял на потребените неприоритетни кореспондентски пратки ще нарасне за сметка на този на приоритетните пратки;
- Броят на потребените пратки от бизнес потребители ще намалее, но ще се увеличи дялът на пратките от УПУ, предназначен от бизнес потребители към индивидуални потребители;
- Размерът на реализираните приходи от НПУ ще се увеличи спрямо 2008 г. с по-малък % спрямо този от предходните три години;
- Спрямо 2008 г. броят на предоставените куриерски пратки слабо ще намалее, докато този на потребените пратки от хибридна поща ще нарасне;
- Пазарният дял на алтернативните лицензираните оператори от целия пощенски пазар ще нарасне;
- Ще бъдат сключени нови договори за достъп до мрежата между основния пощенски оператор и останалите лицензирани оператори;
- Конкуренцията при услугите извън резервирания сектор ще се засилва;
- НПУ ще продължат да се предоставят в условията на силна конкуренция, но при повишаване на степента на концентрация, особено по отношение на куриерските услуги.

В краткосрочен план, дейността на КРС по регулиране на пощенските услуги е свързана с подобряване условията за взаимно свързване на мрежите на операторите, предоставящи УПУ и разглеждане и анализиране на проекта на система за разпределение на разходите на Основния пощенски оператор.

Във връзка с особено чувствителния въпрос за качеството на УПУ, предлагана от Основният пощенски оператор КРС ще предложи законодателни промени, които ще са насочени към оптимизиране на целия процес по измерване, отчитане и контролиране на изпълнението на Нормативите за качество на универсалната пощенска услуга УПУ и ефикасността на обслужване.

Основен приоритет в работата на КРС ще бъде подготовката за прилагане изискванията на Директива 2008/6/ЕО за изменение на Директива 97/67/ЕО с оглед пълното изграждане на вътрешния пазар на пощенски услуги в Общността.