

**ГОДИШЕН ДОКЛАД**

**НА**

**КОМИСИЯТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СЪОБЩЕНИЯТА ЗА 2009 г.**

***АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА ПОЩЕНСКИТЕ УСЛУГИ ЗА 2009 г.***

*Дирекция "Пазарно регулиране"*

*Отдел "Регулиране на пощенските услуги"*

## СЪДЪРЖАНИЕ

|   |         |
|---|---------|
| <b>Въведение</b>  | Стр. 4  |
| <b>I. Състояние на пощенския пазар в България</b>   | Стр. 6  |
| 1. Развитие на пощенския пазар в България   | Стр. 6  |
| 2. Структура на пощенския пазар в България  | Стр. 8  |
| 3. Индикатори за оценка на състоянието на конкуренцията на пощенския пазар в България                                     | Стр. 12 |
| <b>II. Универсална пощенска услуга</b>  | Стр. 13 |
| 1. Анализ на изпълнението на универсалната пощенска услуга през 2009 г.   | Стр. 13 |
| 1.1. Обеми и приходи от изпълнението на универсалната пощенска услуга   | Стр. 13 |
| 1.2. Услуги от обхвата на универсалната пощенска услуга за страната   | Стр. 14 |
| 1.3. Услуги от обхвата на универсалната пощенска услуга за чужбина  | Стр. 16 |
| 1.4. Резервиран сектор от универсалната пощенска услуга   | Стр. 16 |
| 1.5. Цени на универсалната пощенска услуга за страната, предоставяна от „Български пощи“ ЕАД                              | Стр. 17 |
| 1.6. Финансов резултат от предоставяната УПУ при икономически неизгодни условия през 2009 г.                              | Стр. 18 |
| 1.7. Потребители на услуги, включени в обхвата на УПУ   | Стр. 21 |
| 1.8. Конкуренция при доставчиците на пощенски услуги, включени в обхвата на УПУ   | Стр. 22 |
| <b>III. Неуниверсални пощенски услуги</b>   | Стр. 23 |
| 1. Анализ на пазара на неуниверсалната пощенска услуга  | Стр. 23 |
| 2. Развитие на услугите от обхвата на неуниверсалната пощенска услуга   | Стр. 25 |
| 3. Състояние на конкуренцията при неуниверсалната пощенска услуга   | Стр. 28 |
| <b>IV. Информация, свързана с регулаторните и контролни функции на КРС</b>  | Стр. 29 |
| 1. Отчет за контролната дейност на КРС  | Стр. 29 |
| 2. Информация във връзка с изпълнението на индивидуалните лицензии  | Стр. 30 |
| 3. Качество на универсалната пощенска услуга през 2009 г.   | Стр. 32 |
| 3.1 Време за пренасяне на вътрешни препоръчани пратки с предимство  | Стр. 32 |
| 3.2. Време за пренасяне на вътрешни препоръчани пощенски пратки без предимство  | Стр. 32 |
| 3.3 Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки   | Стр. 32 |
| 3.4 Време за пренасяне на вътрешни пощенски парични преводи   | Стр. 33 |
| 3.5. Време за пренасяне на международни пощенски пратки   | Стр. 33 |
| 3.6 Редовност на събиране на пощенските пратки и парични преводи – брой на събирания от пощенски кутии и пощенски станции | Стр. 34 |
| 3.7 Редовност на доставка на пощенските пратки и парични преводи – брой на доставките                                     | Стр. 34 |

|  |                |
|--|----------------|
| 3.8 Срокове за обработка на рекламации                           | Стр. 34        |
| 3.9 Рекламации от обхвата на УПУ                                 | Стр. 36        |
| 3.10 Рекламации за НПУ   | Стр. 37        |
| <b>V. Заключение. Перспективи за развитие на пощенския пазар</b> | <b>Стр. 39</b> |

## ВЪВЕДЕНИЕ

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 гъвкав и приспособим модел е ориентиран към потребителя, защото Директивата дава рамка, оставяйки на всяка страна възможността да дефинира точните очертания съобразно националните си особености и степен на развитие. Директива 2008/6/ЕО акцентира върху процеса на либерализиране на пощенските пазари, насърчаване на конкуренцията при предоставяне на пощенски услуги, редуциране на бариерите за навлизане на пощенския пазар и ограничаване на свръхрегулацията.

Съгласно чл. 2 от Директивата, държавите-членки привеждат в сила законовите, подзаконовите и административните разпоредби, необходими, за да се съобразят с нея, най-късно до 31 декември 2010 г. Във връзка с това беше създадена междуведомствена работна група от Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията и Комисията за регулиране на съобщенията (КРС) със задача изготвяне на проект на Закон за изменение и допълнение на Закона за пощенските услуги (ЗИД на ЗПУ). С приетият от Народното събрание на 21 октомври 2009 г. закон, в сила от 3 ноември 2009 г., бяха въведени следните по-важни изменения:

1. Променен беше обхватът на универсалната пощенска услуга (УПУ), като от нея бяха извадени пощенските парични преводи, за да бъдат включени в обхвата на неуниверсалните пощенски услуги (НПУ) и беше премахната като дефиниция услугата „пряка пощенска реклама” (съгласно Директива 2008/6/ЕО);

2. Съгласно промяната в лицензионния режим, индивидуални лицензии се издават за извършване на УПУ, на услуги, включени в обхвата на УПУ и на пощенски парични преводи. УПУ се извършва от оператор със задължение за извършване на УПУ на територията на цялата страна, а останалите лицензирани оператори извършват услугите без задължение за изграждане на мрежа на територията на цялата страна;

3. Извършването на НПУ преминава от регистрационен към уведомителен режим;

4. Операторът със задължение за извършване на УПУ осигурява за своя сметка ежегодно извършване на измерване изпълнението на Нормативите за качество на УПУ и ефикасността на обслужване от независима организация;

5. Компенсира се само операторът със задължение за извършване на УПУ в случай на нетни разходи;

6. Съгласуват се само цените на УПУ, предоставяна от оператора със задължение, включително цените за достъп до пощенската му мрежа;

7. Задължението за съгласуване на система за разпределение на разходите остава само за оператора със задължение за извършване на УПУ.

Цитираните по-горе изменения бележат първия етап от въвеждане разпоредбите на директивата. Окончателното хармонизиране на законовата рамка с Директива 2008/6/ЕО ще се осъществи с приемане на втория етап от промени в ЗПУ, което предстои да стане до края на 2010 г.

Ролята на регулатора е да намери баланс между необходимостта от създаване на условия за насърчаване на конкуренцията и осигуряване на УПУ.

И през 2009 г. КРС продължи да изпълнява своите функции и задължения в съответствие със ЗПУ, като:

- ✓ Издаде една индивидуална лицензия за извършване на услуги от обхвата на УПУ и измени индивидуалните лицензии на трима оператора;
- ✓ Отказа да издаде индивидуална лицензия за извършване на част от УПУ;
- ✓ Регистрира 4 нови оператора за извършване на НПУ;
- ✓ Съгласува цени на двама лицензирани оператори;
- ✓ Съгласува списък на длъжности на работници и служители, които подлежат на задължително застраховане срещу злополука на един оператор;
- ✓ Съгласува закриване на две пощенски станции на „Български пощи” ЕАД.

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 2009 г. Комисията съгласува 6 броя Общи условия. Дадени са становища по 21 рекламации, като в много от случаите 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.

През изтеклата година КРС участва в проведения от Държавната агенция за информационни технологии и съобщения семинар „Развиване на единен управленски план за прехода към либерализиран пощенски пазар”.

В международен план КРС взе участие във форума по пощенско регулиране в Берн, Швейцария, продължи работата си в рамките на Европейския комитет на пощенските регулатори (CERP), участва в работна група „Икономически въпроси” към CERP, в среща с експерти от Европейската Комисия и в среща на Комитета по пощенската директива.

## I. Състояние на пощенския пазар в България

### 1. Развитие на пощенския пазар в България

България е една от държавите-членки, които съгласно Директива 2008/6/ЕО следва напълно да отворят пощенския си пазар от началото на 2011 г.

Процесът на подготовка към пълното либерализиране на пазара е свързан с изграждането на нова регулаторна рамка, която от една страна да гарантира извършване на УПУ, предоставяне на качествени пощенски услуги на потребителите, осигуряване на прозрачни и максимално опростени рекламационни процедури, насърчаване на конкуренцията, а от друга страна да е хармонизирана в максимална степен с тези на останалите европейски страни.

В тази ситуация развитието на пощенския сектор в България през 2009 г. е повлияно, освен от законодателните промени и подготовката за премахване на държавния монопол върху резервиран сектор от УПУ, така и от наблюдаваните в международен аспект тенденции по отношение на пощенските услуги и от отражението на глобалната финансово-икономическа криза.

Една от основните закономерности, характерна за пощенските пазари на водещите европейски страни през последните няколко години е намаление на обемите на писмовните пратки и навлизането на нови услуги, базирани на интернет технологиите, като хибридна поща, мрежа за виртуални доставки, дигитална пощенска кутия и др., които постепенно изместват добре познатите пощенски услуги. През изминалата година намалението в потреблението на традиционните пощенски услуги е по-силно изразено спрямо предходните години под влияние на влошената икономическа обстановка.

През 2009 г. на националния пощенския пазар се наблюдава свиване в потреблението на всички пощенски услуги, с изключение на услугата „хибридна поща“.

Пощенският пазар в България обхваща извършването на УПУ и НПУ. КРС ежегодно анализира състоянието на пощенския пазар в България, като проследява изменението в броя на предоставените пощенски пратки и услуги и реализираните приходи от извършването на УПУ и НПУ.

Съгласно последното изменение на ЗПУ, в сила от 03.11.2009 г., услугата „пощенски парични преводи“ е извадена от обхвата на УПУ, а „пряката пощенска реклама“ се разглежда като вид кореспондентска пратка.

В обхвата на УПУ са:

- ✓ Приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни: кореспондентски пратки до 2 кг; малки пакети до 2 кг; печатни произведения до 5 кг; секограми до 7 кг;
- ✓ Приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни пощенски колети до 20 кг;
- ✓ Допълнителни услуги “препоръка” и “обявена стойност”.

В обхвата на НПУ са:

- ✓ Куриерски услуги;
- ✓ 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);
- ✓ Пощенски парични преводи.

Въпреки, че от 03.11.2009 г. пощенските парични преводи са включени в обхвата на НПУ, с цел съпоставимост на данните с тези от 2008 г., услугата и за 2009 г. ще бъде анализирана като част от УПУ.

През 2009 г. обемът на целия пощенския пазар в България, оценен на база реализираните приходи от всички пощенски услуги, е близо 226 млн.лв. и е изчислен като експертна оценка въз основа на предоставените данни от 94% от лицензираните и регистрирани пощенски оператори към 31.12.2009 г. За разглеждания период общият брой на лицензираните и регистрирани пощенски оператори е 85, като от тях реално НПУ са извършвали 53; 4 от операторите, включително и задълженият пощенски оператор, са предоставяли услугите от обхвата на УПУ, а 6 оператора са извършвали услугата „пощенски парични преводи“.

От 2006 г. обемът на пощенския пазар се формира основно от приходите от НПУ и пазарът като цяло следва закономерностите в развитието на куриерските услуги. През 2009 г.

спрямо 2008 г. приходите от НПУ намаляват със 7%, а тези от УПУ с 14%, което доведе до свиване на пощенския пазар в България спрямо 2008 г.

През 2009 г. се наблюдава промяна в тенденцията на нарастване на приходите, реализирани от предоставяне на пощенските услуги, годишно с над 20%, която беше характерна за периода от 2006 г. до 2008 г.

От графиката по-долу е видно, че между 2006 г. и 2008 г. пазарът на пощенски услуги се е разраствал, макар и с намаляващ темп на нарастване на приходите, но през 2009 г. спрямо 2008 г. е намалял с 9%.



**Фиг. 1** Източник: Данни, подадени в КРС

## 2. Структура на пощенския пазар в България

### 2.1 Структура на приходите от пощенски услуги

За периода от 2006 г. до 2009 г. структурата на приходите от пощенски услуги се запазва почти без промяна.



**Фиг. 2 Източник: Данни, подадени в КРС**

Приходите от извършване на куриерски услуги за страната и за чужбина и през 2009 г. формират най-голям относителен дял от обема на пощенския пазар, но техният дял намалява спрямо този през 2008 г. с близо два пункта. Намалението е свързано с наблюдавания спад в потреблението на тези услуги през 2009 г., като през разглеждания период спрямо 2008 г. са реализирани с около 11% по-малко приходи от извършване на куриерски услуги.

От 2006 г. насам се формира тенденция на намаление на относителния дял, който формират приходите от предоставяне на вътрешни и международни изходящи кореспондентски пратки до 50 г (услугите в частта на резервирания сектор) от обема на пощенския пазар в България. Тази тенденция е валидна и за 2009 г. Спрямо 2008 г., през изминалата година дялът на приходите от резервирания сектор е спаднал с около 1 пункт. За разглеждания период операторът със задължение за извършване на УПУ „Български пощи“ ЕАД е реализирал с 16% по-малко приходи от извършване на услугите в резервирания сектор, а броят на предоставените кореспондентски пратки до 50 г е намалял с 20%.

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 с големи клиенти на дружеството, част от които се пренасочват към използване на услугата „хибридна поща“ вместо кореспондентски пратки до 50 г.

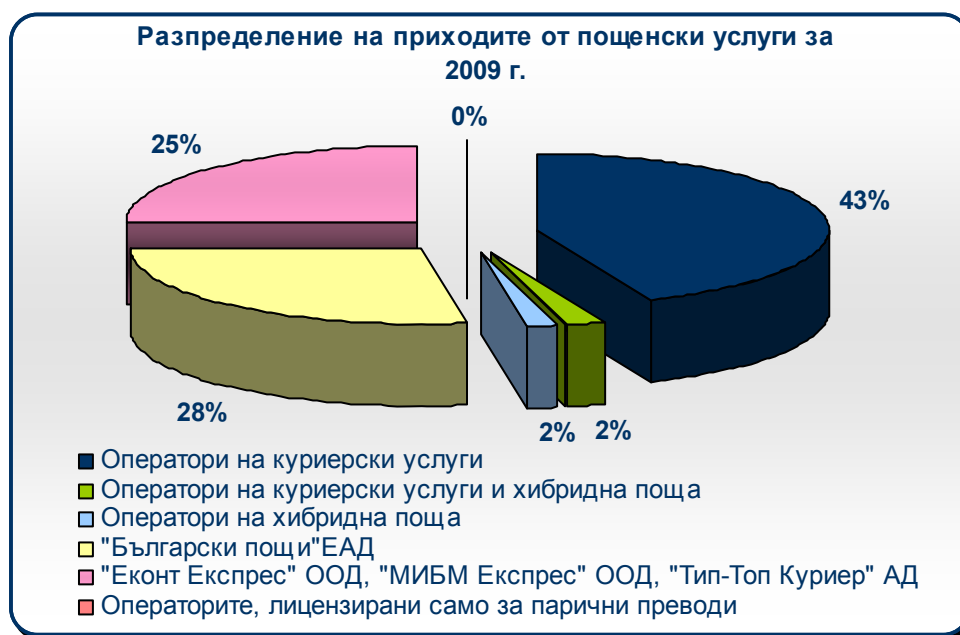
През последните години услугата „хибридна поща“ динамично се разраства и за 2009 г. реализираните приходи от извършването ѝ са нараснали спрямо 2008 г. с 20%. Относителният дял на реализираните приходи от „хибридна поща“ в обема на пазара е нараснал с около 3 пункта спрямо този от 2008 г. Причината тази тенденция на растеж при хибридна поща да продължава и през 2009 г., за разлика от останалите пощенски услуги, се крие в характера на услугата. Хибридна поща като технология съчетава трансформирането на подадени данни по електронен път в пощенски пратки и доставянето им до получателите. Към настоящия момент основни потребители са фирми от сферата на услугите (в т.ч. оператори от телекомуникационния сектор, електрически компании, ВиК, топлофикации и др.) и от финансовия сектор, които изпращат до своите абонати известия за дължими сметки. На



практика това е възможност за тези фирми от една страна да спестят време и средства, а от друга да достигнат до голям брой свои клиенти.

Услугите от обхвата на УПУ извън частта на резервирания сектор включват кореспондентски пратки от 50 г до 2 кг, в това число пряка пощенска реклама, малки пакети до 2 кг, печатни произведения до 5 кг, секограми до 7 кг, колети до 20 кг и пощенски парични преводи. През 2009 г., както и през 2008 г., приходите от тези услуги формират приблизително 13% от обема на пощенския пазар в България. За изминалата година с най-голям относителен дял от приходите от тази група са услугите кореспондентски пратки над 50 г.

## 2.2 Разпределение на приходите, реализирани от пощенски услуги



Фиг. 3 Източник: Данни, подадени в КРС

През 2009 г. с най-голям относителен дял от обема на пощенския пазар са приходите, реализирани от оператори, извършващи само куриерски услуги. В резултат на регистрирания спад в потреблението на тези услуги през 2009 г. спрямо 2008 г., фирмите на куриерски услуги са отчели с 11% по-малко приходи, като съответно техният относителен дял от обема на пазара е спаднал с 3 пункта.

Операторът със задължение за извършване на УПУ е формирал през 2009 г. 28% от общия размер на приходите от пощенски услуги и 95% от приходите от УПУ.

До 2008 г. се наблюдаваше тенденция за годишно намаление на пазарния дял на „Български пощи“ ЕАД от целия пазар. През 2009 г. обаче дружеството успява да запази пазарния си дял без промяна спрямо този от 2008 г. До голяма степен това е свързано с намаленото потребление на куриерски услуги, приходите от които основно формират обема на пазара, както и с факта, че потребителите на традиционните пощенски парични преводи са избрали през 2009 г. година да ползват услугата предимно от задължения пощенски оператор за сметка на алтернативните лицензирани оператори. Тук е необходимо също да се отбележи, че през 2009 г. спрямо 2008 г. „Български пощи“ ЕАД е повишило относителния си дял както от пазара на УПУ, така и от този на НПУ с един пункт.

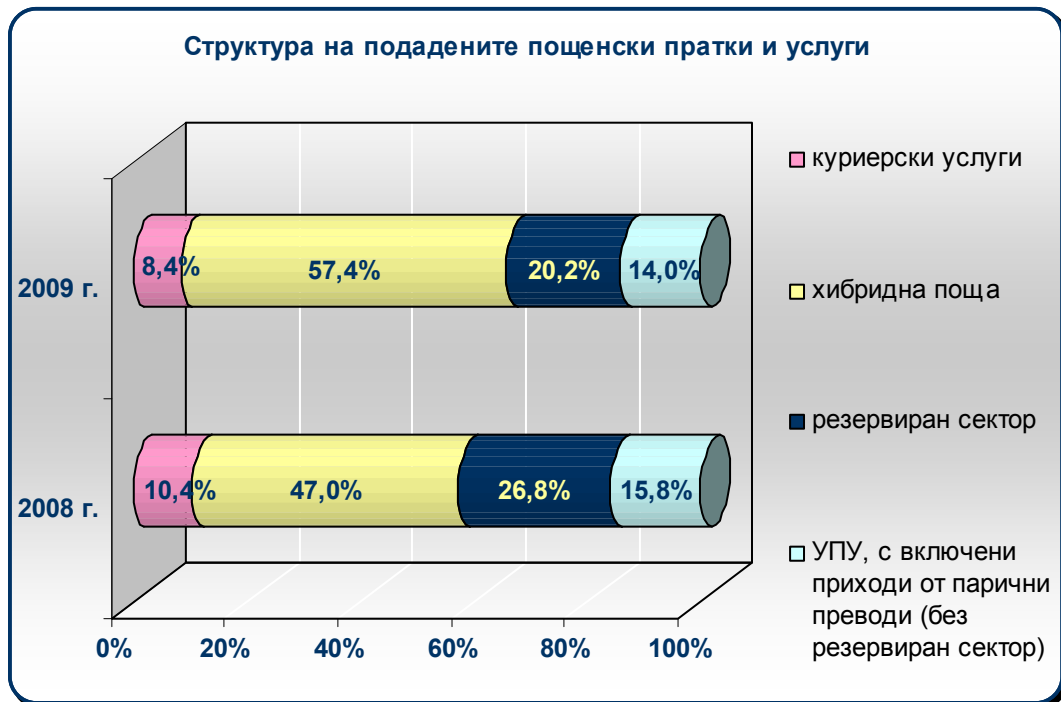
Операторите "Еконт Експрес" ООД, "МИБМ Експрес" ООД, "Тип-Топ Куриер" АД, които са лицензирани за извършване на услугите от обхвата на УПУ и предоставят и НПУ, са формирали през 2009 г. 25% от обема на пощенския пазар. Техният относителен дял в общия размер на приходите от пощенски услуги е нараснал през 2009 г. спрямо 2008 г. с четири пункта. Трите дружества са все още в процес на утвърждаване на пазара на УПУ, но през 2009 г. спрямо 2008 г. техният относителен дял в общия размер на приходите от услугите от УПУ (без пощенски парични преводи) се е увеличил с три пункта.

През изминалата година операторите, извършващи едновременно куриерски услуги и хибридна поща или само услугата „хибридна поща“ са формирали съответно по 2% от обема на целия пощенски пазар, като техните относителни дялове се запазват без промяна спрямо 2008 г. Приходите, реализирани от операторите, предоставящи само услугата „пощенски парични

преводи”, през 2009 г. съставляват по-малко от 1% от общия размер на приходите от пощенски услуги. По-голямата част от тези оператори отчитат за 2009 г. спад в потреблението на обикновените пощенски парични преводи за сметка на запазване на интереса на потребителите към услугата плащане на дължими суми към фирми от сферата на услугите.

### 2.3 Брой на предоставените пощенски пратки и услуги през 2009 г.

През 2009 г. общият брой предоставени пратки и услуги е в размер на 206 млн., като е нараснал спрямо 2008 г. с 5%. Минималното нарастване на общия брой на фона на намалението в реализираните приходи от пощенски пратки и услуги до голяма степен се дължи на факта, че спрямо 2008 г. през 2009 г. броят на предоставените пратки „хибридна поща” се е увеличил с 30%.



**Фиг. 4 Източник: Данни, подадени в КРС**

През 2009 г. подадените пратки „хибридна поща” са с най-голям относителен дял в общия брой подадени пратки и услуги, като се отчита нарастване с около 10 пункта спрямо 2008 г. Услугата „хибридна поща” се отличава от останалите пощенски услуги по технология и нейни потребители са основно бизнес потребители. При извършването ѝ няма изискване за срок и бързина при доставката и тъй като в по-голямата си част пратките „хибридна поща” са фактури за дължими сметки към различни фирми от сферата на услугите и финансовия сектор, тя се характеризира с регулярност в потреблението. Спецификата на услугата дава възможност тя да се предоставя на цени по-ниски в сравнение с тези за кореспондентски пратки и куриерски услуги. Този факт обяснява защо, въпреки големия брой предоставени пратки, приходите от извършване на хибридна поща през последните две години формират по-малко от 15% от обема на пощенския пазар.

Подадените вътрешни и международни изходящи кореспондентски пратки до 50 г (услугите в частта на резервирания сектор) формират през 2009 г. 20% от общия брой пратки и услуги, като техният относителен дял намалява спрямо 2008 г. с близо 7 пункта. Подадените пратки от резервирания сектор формират през 2009 г. около 60% от общия брой предоставени пратки УПУ.

През 2009 г. спрямо 2008 г. броят на предоставените пощенски пратки и услуги от УПУ извън частта на резервирания сектор е със приблизително 6% по-малко, а техният относителен дял от общия брой пратки и услуги през 2009 г. и намалява с близо 2 пункта.

В съответствие с наблюдаваната тенденция през изминалата година за спад в потреблението, броят на предоставените куриерски пратки също е намалял спрямо 2008 г. с около 14%.

През 2009 г. структурата на потреблението на пощенски услуги се запазва почти без промяна спрямо тази от 2008 г. Пощенските услуги и пратки, подадени от бизнес потребителите, формират основно общия брой пощенски пратки за изминалата година.

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 2009 г. подадените пратки от индивидуални потребители формират 47% от общия брой пратки от УПУ и относителният им дял е нараснал с 1 пункт спрямо този от 2008 г. Съответно 53% от предоставените пратки и услуги от УПУ през 2009 г. са били подадени от бизнес потребители, като 76% от тях са били адресирани към индивидуални потребители. През 2009 г. най-много пратки от групата на бизнес потребителите са били подадени от фирми от търговския сектор, като интересът им е бил насочен предимно към услугата „пряка пощенска реклама”.

По традиция НПУ се използват основно от бизнес потребителите. За 2009 г. по данни на операторите, извършващи куриерски услуги и „хибридна поща”, 91% от общия брой пратки са били подадени от бизнес потребители. Разрастването през последните две години на електронната търговия води до увеличаване на броя на куриерските пратки, които са изпратени от бизнес към индивидуални потребители и налага фирмите да търсят гъвкави решения по отношение на доставянето на пратките. В тази връзка някои от водещите оператори на куриерски услуги предлагат през 2009 г. нови услуги, като: доставяне на входящи международни пратки с доставка до определен час, възможност за проверка на пратката преди плащане, изготвяне на индивидуални ценови планове и др.

Относителният дял на подадените пратки от индивидуални потребители от общия брой НПУ през изминала година е едва 9%, като той е нараснал с 2 пункта през 2009 г. спрямо 2008 г.

### 3. 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.

При оценката на нивото на конкуренция на националния пощенски пазар, през 2009 г. КРС взе под внимание следните индикатори, ползвани и през 2008 г.:

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

Бариерите за навлизане на пазара представляват фактори, които пречат или затрудняват потенциални 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:

- ✓ Икономически, които са структурни и стратегически.
  - Структурните бариери произтичат от конкретната структура и състояние на съответния пазар по отношение на технологията, разходите, обема и характера на продукта, търсенето и предлагането. Към тези бариери се включват: първоначални разходи, икономия от мащаба, транспортни разходи и др.;
  - Стратегическите бариери възникват в резултат от действията и поведението на съществуващите участници в отрасъла. Към тези бариери спадат различни видове споразумения по отношение на доставки на суровини и междинни продукти, както и по отношение на предлагането на продуктите на пазара.
- ✓ Правни и административни бариери, като лицензионни режими, регулиране на цените, субсидии и дотации и други разпоредби.

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 сбора 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 е възможно пазарът да се определи 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 уведомителен), налага състоянието на конкуренцията да бъде анализирано поотделно за двата вида пазари.

През изминалата година пазарът на УПУ се характеризира като слабо конкурентен, докато пазарът на НПУ е сравнително конкурентен, със средно ниво на концентрация.

Подробна оценка на съществуващите бариери пред потенциалните оператори на УПУ и НПУ, както и степента на концентрация на всеки от пазарите е направена съответно в т. 1.8. „Конкуренция при доставчиците на пощенски услуги, включени в обхвата на универсална пощенска услуга” от раздел II Универсална пощенска услуга и т. 1.2. „Състояние на конкуренцията при НПУ” от раздел III Неуниверсални пощенски услуги.

## II. Универсална пощенска услуга

### 1. Анализ на изпълнението на универсалната пощенска услуга през 2009 г.

Универсалната пощенска услуга включва пощенските услуги: приемане, пренасяне и доставяне на следните видове вътрешни и международни пощенски пратки: кореспондентски пратки до 2 кг, малки пакети до 2 кг, печатни произведения до 5 кг, секограми до 7 кг, приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни пощенски колетни до 20 кг, допълнителните услуги - "препоръка" и "обявена стойност". УПУ е услуга, която се извършва постоянно в рамките на определено работно време с качество, отговарящо на нормативите по чл. 15, ал. 1, т. 7 от ЗПУ на достъпни цени, и възможност за ползването ѝ от всеки потребител на територията на страната независимо от географското му местоположение, освен в населени места и селищни образувания, намиращи се в труднодостъпни райони. УПУ се осигурява през всички работни дни, най-малко 5 дни в седмицата, като се предвижда най-малко едно събиране на пощенски пратки през всеки работен ден и на една доставка до получателите.

Пощенският оператор, задължен по ЗПУ да извършва УПУ чрез пощенската си мрежа на територията на цялата страна, включително при икономически неизгодни условия, е търговското дружество „Български пощи“ ЕАД.

На основание чл. 18, ал. 4 от Конституцията на Република България до 31 декември 2010 г. (ДВ, бр.109 от 23.12.2008 г.) е установен държавен монопол върху резервиран сектор от УПУ, предоставяна чрез пощенската мрежа на „Български пощи“ ЕАД. Услугите в резервирания сектор включват приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни кореспондентски пратки и на международни входящи и изходящи кореспондентски пратки.

#### 1.1 Обем и приходи от изпълнението на универсалната пощенска услуга

През 2009 г. освен от „Български пощи“ ЕАД, услуги от обхвата на УПУ се извършват от „Тип-Топ Куриер“ АД, „Еконт Експрес“ ООД, „МИБМ Експрес“ ООД. Само услугата пощенски парични преводи предоставят „Изипей“ АД, „Финанс инженеринг“ АД и „Фактор И.Н.“АД.

През отчетния период общо 71 млн. е броят на пощенските пратки и услуги от обхвата на УПУ, а реализираните приходи са в размер на 59 млн. лева.



Фиг. 5 Източник: Данни, подадени в КРС

През 2009 г. в сравнение с 2008 г. се отчита намаление в предоставените услуги от УПУ за страната и чужбина, както по отношение на пренесените пратки (с 18%), така и по отношение на приходите (с 14%). Като основна причина за спада в броя и приходите могат да се посочат икономическата криза в страната, както и отливът на големи клиенти от потреблението на УПУ. Реализираните приходи от услугите, включени в УПУ представляват 26% от всички приходи, реализирани на целия пощенски пазар.

Структурата на разпределение на приходите, реализирани от извършването на УПУ през 2009 г. не се различава от структурата на разпределение на приходите през 2008 г. По-голямата част от приходите, около 56%, са формирани от кореспондентски пратки за страната до 2 кг.

„Български пощи“ ЕАД и през 2009 г. остава лидер по пазарен дял в приходите от УПУ с 95%.

## 1.2 Услуги от обхвата на универсалната пощенска услуга за страната

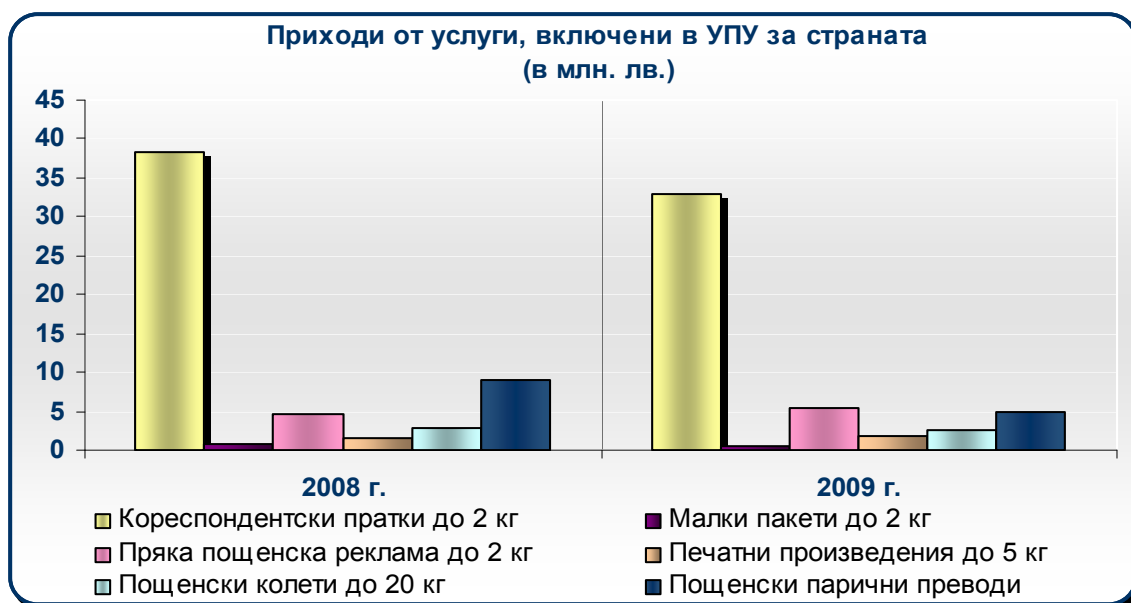
През 2009 г. в сравнение с 2008 г., се отчита спад в броя на реализираните пратки и услуги от обхвата на УПУ за страната, съответно и намаление в приходите от услуги, включени в обхвата на УПУ.

През 2009 г. за страната са предоставени 64,7 млн. бр. пратки и услуги от обхвата на УПУ. Този брой представлява 95% от реализираните услуги от обхвата на УПУ.

Приходите, реализирани от извършването на УПУ за страната са 48,2 млн. лева, в това число 4,97 млн. лева от услугата пощенски парични преводи. Спрямо 2008 г. приходите от извършването на УПУ за страната са намалели с 16%.

През отчетния период около 94 % от всички приходи, реализирани от извършени услуги от УПУ за страната са формирани от „Български пощи“ ЕАД.

„Тип-Топ Куриер“ АД, „Еконт Експрес“ ООД, „МИБМ Експрес“ ООД, „Изипей“ АД, „Финанс инженеринг“ АД, „Фактор И.Н.“АД си разпределят останалите 6% приходи.



Фиг. 6 Източник: Данни, подадени в КРС

С най-голямо потребление от всички услуги, включени в обхвата на УПУ е услугата „кореспондентски пратки“ до 2 кг. Делът на реализираните приходи от тази услуга е 68% от всички приходи от УПУ за страната. Основното потребление е на услугата „кореспондентски пратки“ „без предимство“, следващи по търсене са услугите „пряка пощенска реклама“ и „печатни произведения“.

При „кореспондентските пратки“ до 2 кг е отчетено намаление в приходите, с 13,6%, а при „малките пакети“ приходите са с 23,3% по-малко в сравнение с предходната година.

Реализираните приходи от пощенските колети са с 1,8% по-малко, в сравнение с 2008 г. Намалението е обусловено от трансформиране на колети в препоръчани малки пакети, подавани от големи клиенти на задължения пощенски оператор „Български пощи“ ЕАД. Пощенските колети формират 5,4% от приходите от УПУ.

Ръст от 2% се наблюдава при приходите от услугата „пряка пощенска реклама“, в сравнение с 2008 г, като дела на тази услуга в общите приходи е 11% от УПУ за страната.

По отношение на услугата „печатни произведения“ не се наблюдава значителна промяна при отчетените приходи и обеми през 2009 г. Услугата „печатни произведения“ е с дял от 3,6 от общите приходи в УПУ.

### 1.2.1 Пощенски парични преводи

От лицензираните десет пощенски оператора за извършване на услугата пощенски парични преводи, през отчетния период шест от тях са предоставяли услугата: „Български пощи“ ЕАД, „Тип-Топ Куриер“ АД, „Еконт Експрес“ ООД, „Изипей“ АД, „Фактор И.Н.“ АД и „Финанс инженеринг“ АД.

Делът на приходите от извършването на услугата пощенски парични преводи е 8,4% от общите приходи, реализирани от извършването на УПУ.

През 2009 г. спрямо предходната година, броят на извършените пощенски парични преводи е намалял с 25%, а приходите - с 45%.



**Фиг. 7 Източник: Данни, подадени в КРС**

„Български пощи“ ЕАД запазва лидерските си позиции с най-голям дял в приходите от 94%. В сравнение с 2008 г. през настоящия отчетен период пощенският оператор отчита намаление в броя и приходите от услугата съответно с 19 и 23%.

От 24.08.2009 г. пощенският оператор е внедрил проект „Преносна среда за телеграфни записи“, с който цели да намали технологичното време за обработка на един „телеграфен“ пощенски запис. С реализацията на проекта се променя технологията на пренос на информация за парични преводи, чрез софтуерни решения, които работят в реално време в над 500 пощенски станции на „Български пощи“ ЕАД. В останалите около 2500 пощенски станции, преносът на парични преводи ще се извършва чрез новоизградения център за обслужване на клиенти.



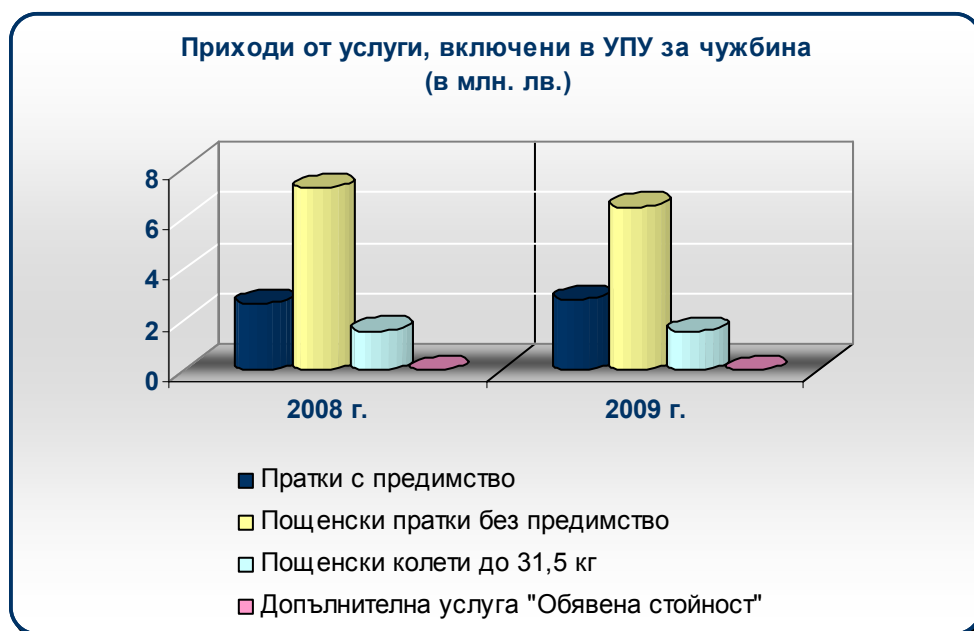
**Фиг. 8 Източник: Данни, подадени в КРС**

При останалите доставчици на услугата пощенски парични преводи се отчита значително намаление на реализираните брой услуги и приходи в сравнение с 2008 г. - при обемите със 72, при приходите с 90%. Драматичното намаление от една страна може да се обясни с влошената икономическа обстановка, а от друга, с това, че голяма част от реализираните парични преводи са отчетени не като пощенски парични преводи, а като плащания на суми за извършени услуги от сектора на услугите.

### 1.3 Услуги от обхвата на универсална пощенска услуга за чужбина

Приходите от извършените услуги от обхвата на УПУ за чужбина са реализирани основно от „Български пощи“ ЕАД и са в размер на 10,754 млн. лв. Тези услуги представляват 4,5% от общия брой реализирани услуги от обхвата на УПУ и 18,3% от общия размер приходи от УПУ.

Незначителни количества и реализирани приходи от услуги, включени в обхвата на УПУ за чужбина отчитат „Тип-Топ Куриер“ АД и „МИБМ Експрес“ ООД.



**Фиг. 9 Източник: Данни, подадени в КРС**

Спрямо 2008 г., през 2009 г. броят на извършените услуги, включени в обхвата на УПУ за чужбина е намалял с 14%, а приходите са спаднали с 5%. Намалението се дължи основно на пониженото потребление на услугата препоръчани писмовни пратки (с и без предимство).

През отчетния период, в сравнение с 2008 г. се наблюдава ръст единствено на приходите от препоръчани пратки „с и без предимство“ от 2,8% в броя и 3% на приходите от тези услуги за чужбина.

Реализираните количества пощенски колети до 31,5 кг и приходите от тях запазват миналогодишните нива, като тези приходи заемат дял от 14% в общите приходи от УПУ за чужбина. Пратките с обявена стойност за чужбина са с малък относителен дял - под 1%.

### 1.4 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 31 декември 2010 г. изключителното право да предоставя услугите вътрешни и международни кореспондентски пратки (с и без предимство) с тегло до 50 г и цена, която не превишава повече от 2,5 пъти (но не е равна на 2,5 пъти) цената за стандартна пратка до 20 г, съответно - вътрешна и международна (с или без предимство) принадлежи на „Български пощи“ ЕАД.

Реализираните приходи от резервирания сектор през 2009 г. заемат 52% от общите приходи от УПУ. Пратките от резервирания сектор, вътрешни и международни, попадат в най-голямата група услуги – кореспондентски пратки за страната и чужбина, заемаща 84% от

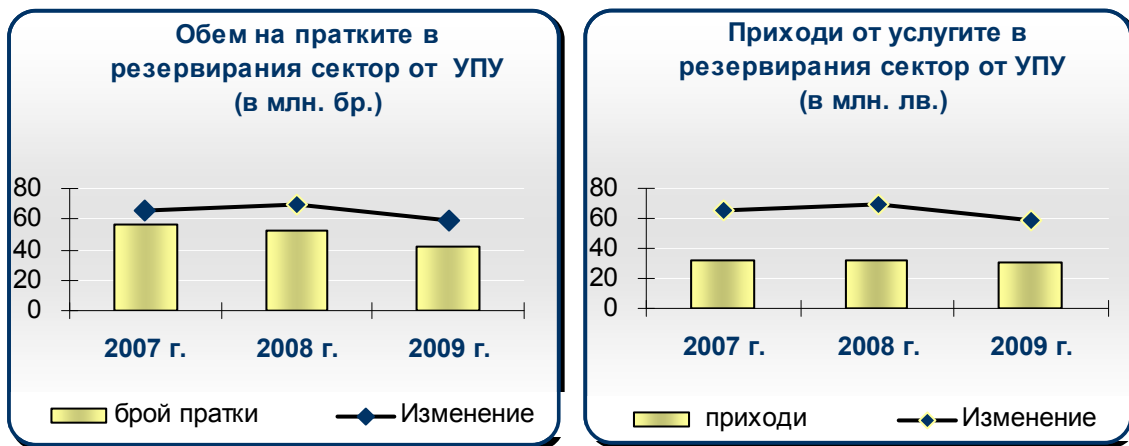


приходите на цялата УПУ. Делът на приходите, реализирани от пратките до 50 г в приходите от групата на кореспондентските пратки е 63%.

През 2009 г., спрямо 2008 г. броят на кореспондентските пратки до 50 г намалява с 20%, а приходите от пратките в резервирания сектор бележат намаление с 16%.

Това до голяма степен се дължи на продължаващата от 2008 г. тенденция на трансформиране на голям брой кореспондентски пратки с тегло до 50 г в „хибридна поща“, а от друга страна на намаленото потребление на пощенски услуги.

Потреблението на пратките в тази теглова граница обхваща предимно услугите „без предимство“. През 2009 г. реализираните пратки „с предимство“ непрепоръчани са едва 0,7% от общия брой, а приходите от тези услуги представляват 1,3% от приходите на непрепоръчаните писмовни пратки за страната. Относителният дял на препоръчаните пратки „с предимство“ е едва 0,9% от обема и 1,3% от приходите, реализирани от групата на препоръчаните кореспондентски пратки.



Фиг. 10 Източник: Данни, подадени в КРС

### 1.5 Цени на универсалната пощенска услуга за страната, предоставяна от „Български пощи“ ЕАД

Съгласно чл. 65, ал. 2 от ЗПУ, цената на УПУ по видове услуги се образува от пощенския оператор със задължение за извършване на УПУ - „Български пощи“ ЕАД, при спазване изискванията на Наредба за определяне на правила за образуване и прилагане на цената на универсалната пощенска услуга (Наредбата) и Методика за определяне достъпността на цената на универсалната пощенска услуга (Методика). При образуване цените на международните пощенски услуги, „Български пощи“ ЕАД спазва и решенията, заложи в актовете на Всемирния пощенски съюз, ратифицирани от Република България. „Български пощи“ ЕАД предоставя цената на УПУ в КРС за съгласуване в срок от 30 дни преди влизането ѝ в сила.

Задълженият пощенски оператор се ръководи от следните принципи при изготвянето на цените на услугите, включени в УПУ:

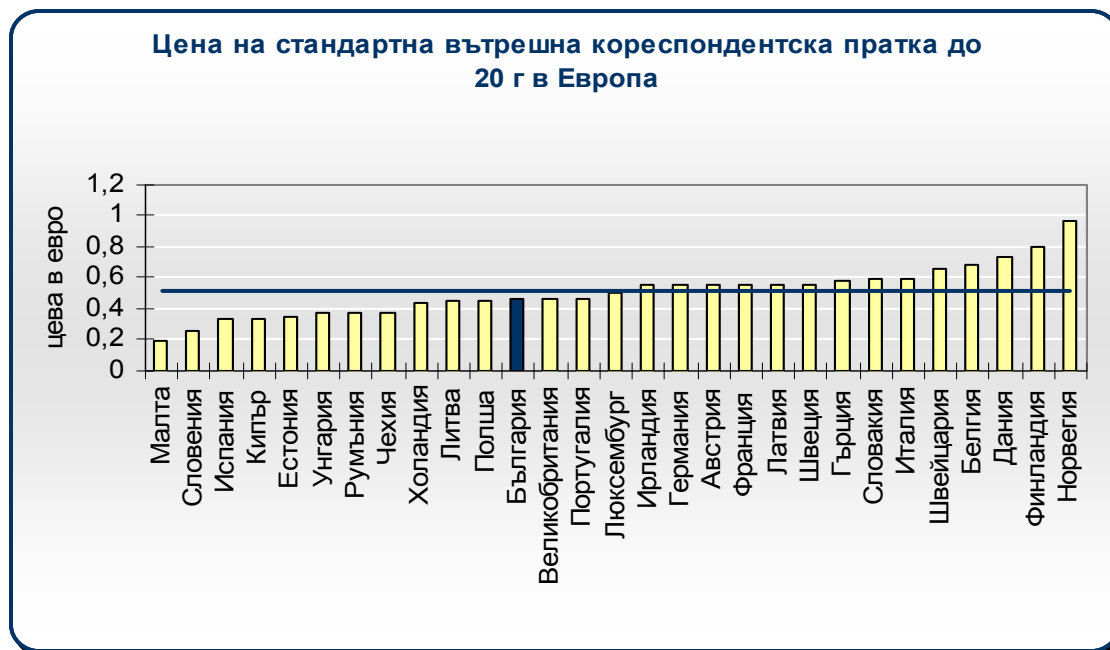
- ✓ еднакви цени за еднакви услуги на територията на страната;
- ✓ равнопоставеност на потребителите;
- ✓ съобразяване с разходите по предоставяне на услугите;
- ✓ достъпност на цените;
- ✓ обвързване с качеството на услугите;
- ✓ осигуряване на икономически обоснована печалба в съответствие с приетата инвестиционна политика;
- ✓ създаване на условия за стимулиране на потреблението;
- ✓ отчитане равнището на цените на международните пазари, доколкото националните условия го позволяват;
- ✓ публичност на цените.

Цените на услугите, включени в УПУ са еднакви за територията на цялата страна за физически и юридически лица. Потребители, които системно изпращат голям брой собствени пратки, могат да договарят цени, различни от определените съгласно Методиката. Конкретните

условия, както и размерите на отстъпките се съгласуват с КРС по реда на Наредбата и са публични. Достъпността е основен принцип, спазването на който се прилага чрез Методиката за определяне достъпността на цената на универсалната пощенска услуга.

Действащите цени на услугите, включени в обхвата на УПУ, извършвани от „Български пощи“ ЕАД през 2009 г. са в сила от 01.06.2008 г. Тогава пощенският оператор за първи път въведе цени на писмовните пратки за страната, базирани на бързината при обработката и доставката, като пратки „с и без предимство“. Цените за пратки „с предимство“ са 50% по-високи от тези на пратки „без предимство“.

През 2009 г. операторът е в подготовка за пълно либерализиране на пазара на пощенските услуги, част от което се изразява в реструктуриране на цените на писмовните пратки за страната.



**Фиг. 11 Източник: Данни от проучване, "Letter prices in Europe", направено от Deutsche Post**

На графиката по-горе е представено сравнение на цената за стандартна вътрешна кореспондентска пратка в държавите-членки на Европейския съюз, Швейцария и Норвегия. Най-високи са цените за стандартна вътрешна кореспондентска пратка в Норвегия, Финландия, Дания и Белгия, а най-ниски в Малта и Словения.

Видно от данните, „Български пощи“ ЕАД извършва приемане, пренасяне и доставяне на стандартна кореспондентска пратка за вътрешността на страната на цена, равна на цената за такава пратка в страни като Великобритания, Португалия и Полша.

### **1.6 Финансов резултат от предоставяната УПУ при икономически неизгодни условия през 2009 г.**

За осигуряване предоставянето на УПУ и задоволяване нуждите на потребителите от услуга, която съответства на непрекъснатото предоставяне на пощенски услуги с определено качество, във всички места, на цени, достъпни за всички потребители, ЗПУ определя пощенски оператор, задължен да извършва УПУ на територията на цялата страна, включително при икономически неизгодни условия. По смисъла на ЗПУ, икономически неизгодни са условията, при които извършването на УПУ на територията на цялата страна, включително и в труднодостъпни райони, води до финансови загуби за пощенския оператор.

С последното си изменение (ДВ, бр. 87 от 2009 г., в сила от 3.11.2009 г.) ЗПУ поставя нова дефиниция на операторите, предоставящи универсални пощенски услуги, разграничаващи ги на оператор със задължение за извършване на УПУ и оператори, извършващи услугите от обхвата на УПУ.

Задължението за извършване на УПУ чрез пощенската си мрежа на територията на цялата страна посредством индивидуална лицензия е възложено на „Български пощи“ ЕАД.

Според разпоредбите на ЗПУ, при доказване на дефицит от извършването на УПУ при икономически неизгодни условия, за гарантиране предоставянето на услугата, задълженият оператор получава компенсация от държавния бюджет. Поради планирания и отчетен положителен финансов резултат от предоставянето на универсалната пощенска услуга, през 2009 г., както и през последните няколко години „Български пощи“ ЕАД не е получавало субсидия от Държавния бюджет.

### 1.6.1 Финансов резултат от предоставяне на УПУ от задължения оператор

През 2009 г. финансовия резултат от предоставянето на УПУ на територията на страната, отчетен от „Български пощи“ ЕАД, е отрицателен, в размер на 1,360 млн. лв. Салдото от финансови разчети с чужди пощенски администрации е положително и е в размер на 2,801 млн. лева. Коригиран с положителното салдо от международните разчети, крайният резултат от изпълнението на услугата през 2009 г. е положителен, в размер на 1,440 млн. лв.

Приходите, реализирани от извършването на УПУ през изминалата година са в размер на 56,210 млн. лв. и спрямо отчетените през 2008 г. намаляват с 8,408 млн. лв. Отчетените разходи през 2009 г. са в размер на 57,770 млн. лв. и намалението им спрямо предходната година в абсолютна стойност е 6,031 млн. лв.

Финансовият резултат от изпълнението на УПУ в частта на резервирания сектор е загуба, в размер на 0,709 млн. лв., след коригиране с положителното салдо от финансови разчети с чужди пощенски администрации, в размер на 1,296 млн. лв.

През 2009 г. спрямо 2008 г. УПУ се е предоставяла по-неефективно, като разходите на всеки лев приходи като относително число са се увеличили с 4,06% и ефективността на всеки лев разход се е намалила с 3,90%. Тази тенденция на влошаване на ефективността следва от предходния отчетен период, сравнявайки ефективността на УПУ през 2008 г. с тази през 2007 г. Оценката на ефективността на извършваната УПУ е направена чрез съпоставяне на съответните коефициенти на ефективност на приходите и ефективност на разходите за 2009 г. и 2008 г.

Услугите от обхвата на резервирания сектор през 2009 г. също са се предоставяли по-неефективно спрямо предходната година. През 2009 г. разходите от предоставянето на пратки до 50 г като относително число на всеки лев приходи са се увеличили с 8,21%, а ефективността на всеки лев разход е намалела с 7,59%.

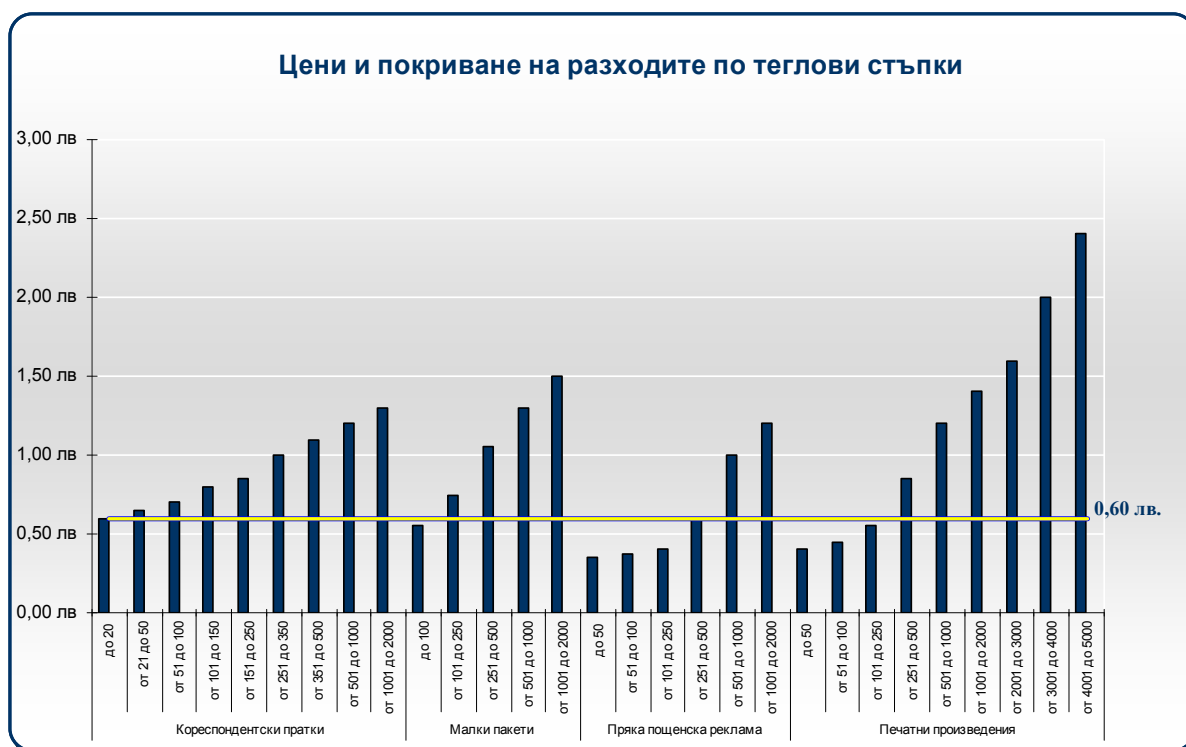
Основни фактори, оказали влияние върху финансовия резултат от изпълнението на УПУ през 2009 г.:

- ✓ През 2009 г. броят на предоставените пратки и услуги от УПУ бележи намаление с 20% спрямо 2008 г. Най-значително е намалението в групата на непрепоръчаните кореспондентски пратки, които реализират 75% от общия обем пратки. По данни на оператора това се дължи на промяна в потреблението на услугите предимно от големи клиенти и отпадане на сключени договори;
- ✓ Приходите от предоставянето на УПУ през 2009 г. намаляват с 13%, спрямо предходната отчетна година, вследствие намаления обем пратки от големи клиенти;
- ✓ През 2009 г. спрямо 2008 г. разходите от предоставянето на УПУ са намалели с 9%. Общите разходи на дружеството по отчет нарастват спрямо 2008 г. с 0,4%. Причините за незначителното нарастване на разходите са свързани с развитието на стопанската дейност и инфлационните процеси в страната. Поради влошената икономическа обстановка през втората половина на отчетния период операторът е предприел мерки за оптимално използване на ресурсите. В резултат на предприети антикризисни мерки, разходите за извършване на УПУ на територията на страната през 2009 г. намаляват и делът на разходите за УПУ в общите разходи за разпределение намалява от 43,6% през 2008 г. на 39% през отчетната 2009 г. В следствие на настъпили промени в технологията на работа (въвеждане на фискални устройства, облепване на пратките с баркод, компютъризиране на значителна част от пощенските станции) е извършена актуализация на използваните ресурси за извършваните дейности в пощенските станции с утвърдени нови разходни норми на труд в пощенската експлоатация;
- ✓ Резултатът от извършването на УПУ на територията на страната е отрицателен, а отчетената обща печалба от извършването ѝ през 2009 г. се дължи на положителното салдо по международните разчети;
- ✓ През 2009 г. резултатът от предоставянето на услугите от групата „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” - непрепоръчани и препоръчани е печалба. Тази група е с най-голям дял (95%) в общия брой пратки;

- ✓ Останалите услуги от обхвата на УПУ - вътрешни и международни колетни пратки без обявена стойност, пощенски парични преводи и пратки с обявена стойност през 2009 г. са се предоставяли на загуба.

Цените на колетните пратки и цената за допълнителната услуга „препоръка” все още не покриват разходите по предоставянето им. През 2009 г. все още степента на покриване на разходите в някои от тегловите граници на услугите от групата на кореспондентските пратки, малките пакети, пряка пощенска реклама до 2 кг, печатни произведения до 5 кг, секограми до 7 кг е различна. По данни на оператора, единичният разход, формиран за всички услуги от тази група е 0,60 лв., изчислен чрез Системата за разпределение на разходите на оператора. Тази група е с най-голям дял в общия обем пратки от УПУ, реализирала е 84% от приходите и черпи 82% от разходите за УПУ. В таблицата по-долу са представени услугите и нивото на покриване на разходите от цените в групата по теглови стъпки.



**Фиг. 12 Източник: Данни, подадени в КРС**

Основните насоки в работата на „Български пощи” ЕАД през 2010 г. ще бъдат насочени към изпълнение на задължението за предоставяне на УПУ и защита интересите на потребителите, посредством:

- ✓ Внедряване на нови технологии, които ще направят традиционните пощенски услуги по-ефективни и адаптирани към изискванията на потребителите;
- ✓ Подобряване качеството и повишаване конкурентоспособността на услугите включени в УПУ;
- ✓ Изграждане и функциониране на модерна пощенска мрежа и автоматизиране на технологичните процеси;
- ✓ Поддържане и обновяване на транспортните средства;
- ✓ Утвърждаване ролята на пощенския сектор като фактор за развитие на информационното общество.

### 1.6.2 Финансов резултат от предоставяне на услугите от обхвата на УПУ от останалите оператори

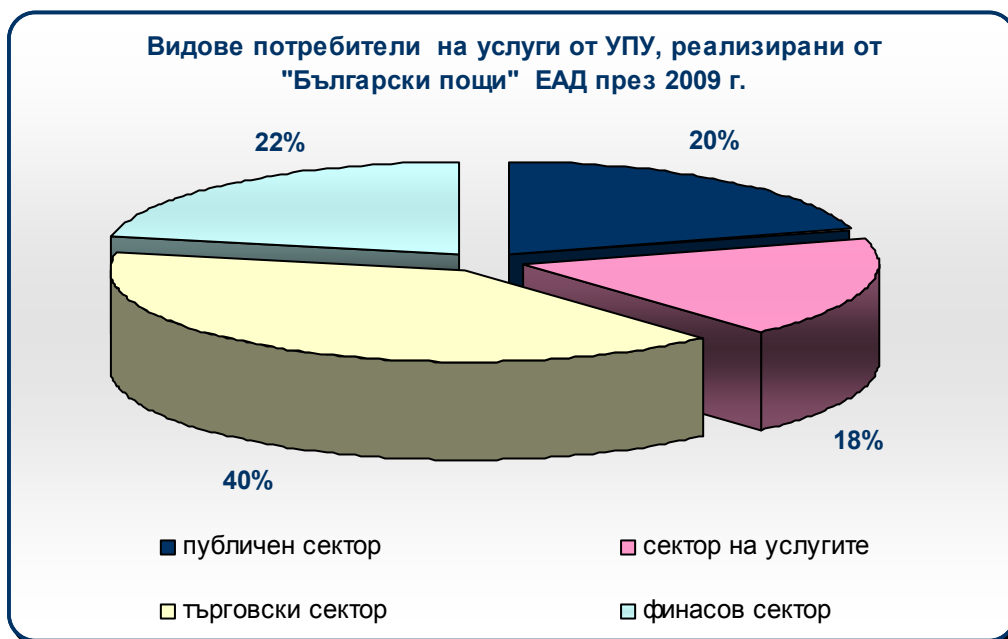
През 2009 г. операторът „Тип топ Куриер“ АД е реализирал положителен финансов резултат от изпълнението на УПУ. През отчетната година всички услуги от обхвата на УПУ бележат ръст. По данни на оператора, положителният резултат от услугата се дължи на промяна в политиката на дружеството в следните насоки:

- ✓ утвърждаване на пощенските офиси на оператора като центрове, предоставящи широка гама пощенски услуги;
- ✓ повишаване на качеството на услугите и ефикасността на обслужване на партньорите на компанията;
- ✓ агресивна маркетингова, рекламна и търговска дейност по сключване на договори за извършване на пощенски услуги;
- ✓ сключване на договори за взаимен достъп до мрежата на „Български пощи“ ЕАД.

Операторите „Еконт Експрес“ ООД и „МИБМ Експрес“ ООД през 2009 г. отчетат 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 2009 г. оператор „Старпост“ ЕООД все още е в процес на изграждане на мрежата си.

### 1.7 Потребители на услуги, включени в обхвата на УПУ

Според представените данни от пощенските оператори, през 2009 г. бизнес потребителите формират по-голям дял в общия брой пратки от УПУ, спрямо индивидуалните потребители. Съотношението на бизнес потребителите към индивидуалните клиенти на задължения пощенски оператор „Български пощи“ ЕАД е 53:47.



**Фиг. 13 Източник: Данни, подадени в КРС**

Потреблението на услугите от УПУ за страната и за чужбина от клиентите, профилирани според сферата им на дейност и условно разделени по сектори е отчетено като процент от общото потребление на подадени пратки и услуги.

С най-голямо потребление на услугите от УПУ са клиентите от търговски сектор – с дял от около 40%. Най-често използваните услуги от тези клиенти са пряката пощенска реклама (96,36%) и препоръчани кореспондентски пратки без предимство за страната и чужбина.

С втори по големина дял от 22% се нареждат потребителите от финансовия сектор. Използваните услуги в този сектор са препоръчани кореспондентски пратки без предимство

(58,23%), непрепоръчани кореспондентски пратки без предимство (36,54%), както и пощенски парични преводи. Бизнес потребителите от публичния сектор заемат трета позиция с дял от 20%, като най-търсени услуги са били непрепоръчаните пратки без предимство (57,68%) и препоръчани кореспондентски пратки без предимство (29,85%).

Към сектора на услугите са отнесени потребителите, като предприятия, предоставящи обществени електронни съобщения, компании, свързани с електроразпределение, водоснабдяване и топлофикация. Делът на тези потребители формира 18% от общия брой услуги от УПУ през 2009 г. Най-предпочитаните услуги от този сектор са непрепоръчаните пратки без предимство за страната.

### **1.8 Конкуренция при доставчиците на пощенски услуги, включени в обхвата на УПУ**

Фактор за състоянието на конкуренцията е установения държавен монопол върху резервиран сектор от УПУ в полза на „Български пощи“ ЕАД. От началото на 2011 г. предстои да отпадне този монопол и пощенския пазар ще бъде напълно либерализиран. Освен резервирания сектор, историческия пощенски оператор „Български пощи“ ЕАД се ползва и с други конкурентни предимства, като наличие на позната търговска марка, добре развита мрежа и възможност за осъществяване на икономии от мащаба и обхвата.

С приемането на ЗИД на ЗПУ, в сила от 03.11.2009 г., се постави положителен акцент и приоритетна цел за либерализиране на пощенските услуги, създаване на свободен пощенски пазар и лоялна конкуренция. Отпаднаха някои съществени бариери за навлизане на пазара на УПУ. Алтернативните пощенски оператори на УПУ вече нямат задължения да изграждат и поддържат пощенска мрежа на територията на цялата страна, да осигуряват услугата през всички работни дни, най-малко 5 дни в седмицата, както и да извършват най-малко едно събиране и една доставка на ден на такива пратки и услуги. Освен това, тези доставчици на услуги от УПУ вече нямат задължение да внасят цени на УПУ за съгласуване от КРС.

И през 2009 г. в сравнение с 2008 г., състоянието на конкуренцията при услугите от УПУ се запазва почти без промяна. От лицензираните единадесет пощенски оператора, реално УПУ са предоставяли седем от тях.

В общия размер приходи от УПУ, „Български пощи“ ЕАД е с дял от 95%, като за 2008 г. е бил 94%. Коефициентът CR4 остава почти непроменен в сравнение с 2008 г. - 99,86%. Индексът ННІ е в размер на 9 093 и следователно като цяло за този сектор нивото на концентрация може да бъде оценено като високо при слабо конкурентен пазар.

Независимо, че услугата „пощенски парични преводи“ е единствената, която се предоставя в условията на конкуренция от 2006 г., конкуренцията при пощенските парични преводи все още не може да бъде характеризирани като ефективна. И през 2009 г. „Български пощи“ ЕАД е с най-голям дял - 94% в общите реализирани приходи от услугата пощенски парични преводи.

Останалите 6% се разпределят между „Тип-Топ Куриер“ АД, „Еконт Експрес“ ООД, „Изипей“ АД, „Фактор И.Н.“ АД и „Финанс инженеринг“ АД.

### III. Неуниверсални пощенски услуги

#### 1. Анализ на пазара на НПУ

През последните години в КРС се наложи практиката да се анализира и наблюдава пазара на НПУ в България. Основната цел е реалното определяне на насоките на развитие на този сегмент. С изменението на ЗПУ от 03.11.2009 г. в обхвата на НПУ се включват следните услуги:

- ✓ куриерски услуги;
- ✓ приемане на съобщения, подадени във физическа или електронна форма от подателя, предаването им чрез далекосъобщителни средства и доставяне на тези съобщения на получателя като пощенски пратки (т.нар. хибридна поща);
- ✓ пощенски парични преводи.

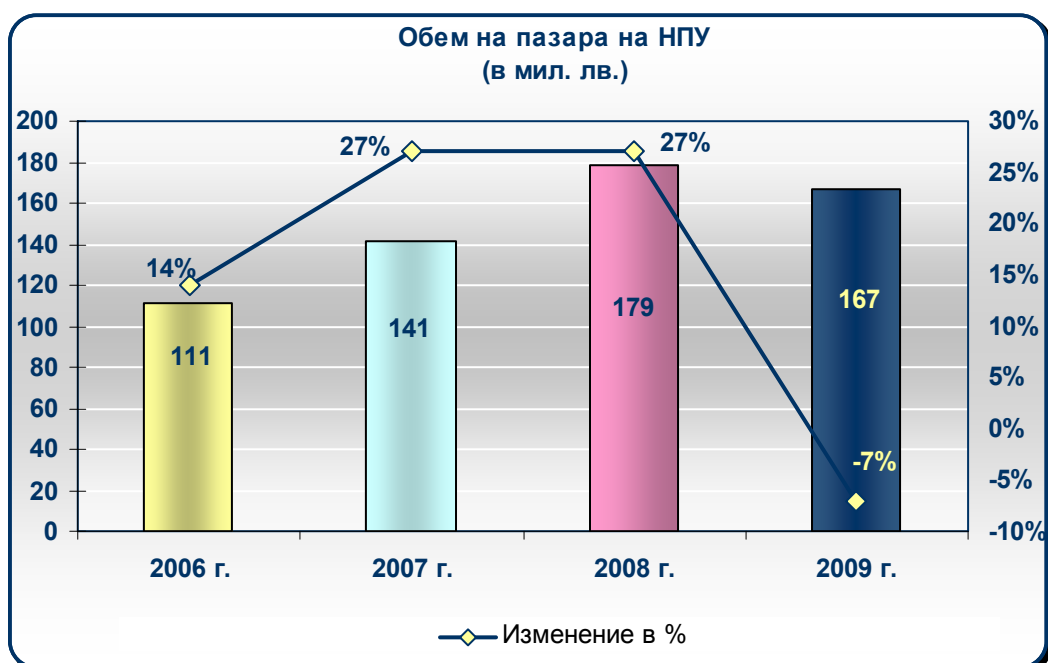
НПУ преминават от регистрационен към уведомителен режим, който е значително по-облекчен. Това ще доведе до преодоляване на административните и бюрократичните пречки пред желаещите да извършват тази дейност и така ще подпомогне развитието на пазара.

В качеството им на финансова услуга лицензионният режим по отношение на пощенските парични преводи се запазва, като мярка за сигурност на потребителите.

През последните години пазарът на НПУ устойчиво нараства, но през 2009 г. обемът му намалява със 7% спрямо предходната 2008 г. Налице е очакваното от операторите свиване на пазара. Наблюдава се и намаление на инвестициите с технологично значение. По-голямата част от операторите на НПУ ще се въздържат от инвестиции за следващата 2010 г. В същото време някои от операторите с голям пазарен дял посочват, че ще продължат да инвестират във внедряването на нови технологии и в усъвършенстването на софтуерните си системи. Следва да се отбележи, че въпреки финансово-икономическата обстановка, броят на операторите спрямо 2008 г. се е увеличил с четирима. Тази положителна тенденция е в резултат на това, че през периода НПУ се извършват в условията на конкуренция въз основа на търсенето и предлагането.

През 2009 г. броят на регистрираните пощенски оператори за предоставяне на НПУ нараства до 80, 44 от които са предоставяли само куриерски услуги, 8 са извършвали куриерски услуги и хибридна поща, 2 са предоставяли само услугата хибридна поща, а 26 са декларирали, че не са извършвали дейност през изминалата година.

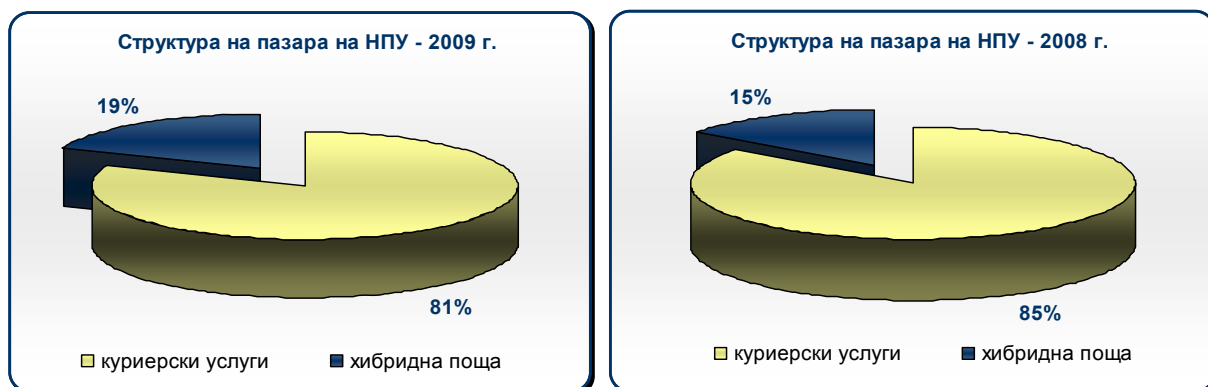
За същия период, обемът на пазара е изчислен на база на реализираните приходи от НПУ и е в размер на 167 млн. лв. - в сравнение с 2008 г. е намалял с 7%. Обемът на пазара е изчислен като експертна оценка на база предоставените данни от 94% от регистрираните оператори към 31.12.2009 г.



Фиг. 14 Източник: Данни, подадени в КРС

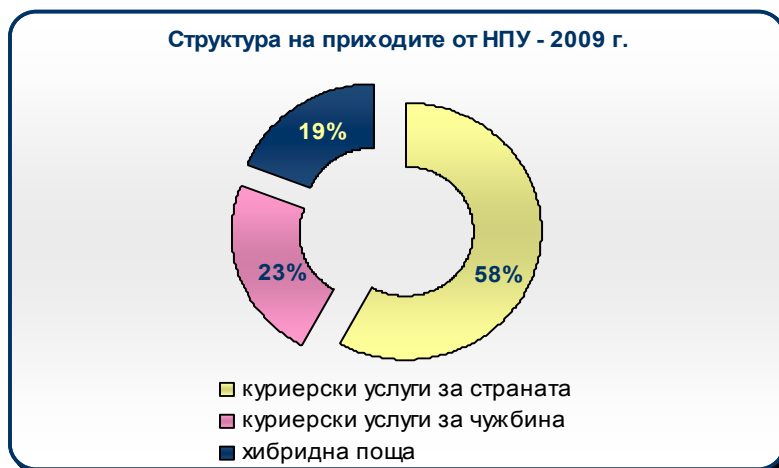


Общият брой на обработените пощенски пратки за разглеждания период е 136 млн.бр., като той е нараснал спрямо 2008 г. с 22%. За разглеждания период пратките от куриерски услуги формират 13% от общия брой пратки, а хибридната поща 87%.



Фиг. 15 Източник: Данни, подадени в КРС

През изминалата година структурата на пазара на НПУ се запазва без промяна в сравнение с 2008 г. Приходите от НПУ са формирани основно от предоставянето на куриерски услуги за страната. Прави впечатление факта, че през 2009 г. спрямо предходната година са се увеличили с 10 броя операторите, които предоставят куриерски услуги за чужбина. Тази положителна тенденция се дължи на продължаващата интеграция на страната ни в общия европейски пазар.



Фиг. 16 Източник: Данни, подадени в КРС

С най-големи пазарни дялове на пазара на НПУ, според предоставени данни в КРС, през 2009 г., са:<sup>1</sup>

|                              |                                    |                                 |
|------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. „Български пощи“ ЕАД      | 6. „Интерлогистика Куриер“ ООД     | 11. „Спиди“ АД                  |
| 2. „Д и Д Експрес“ ООД       | 7. „МиБМ Експрес“ ООД              | 12. „Стар Пост“ ЕООД            |
| 3. „Ди Ейч Ел България“ ЕООД | 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 2009 г., както и през предходната 2008 г., формират основно приходите от НПУ. За 2009 г. те са формирали над 93% от обема на пазара.

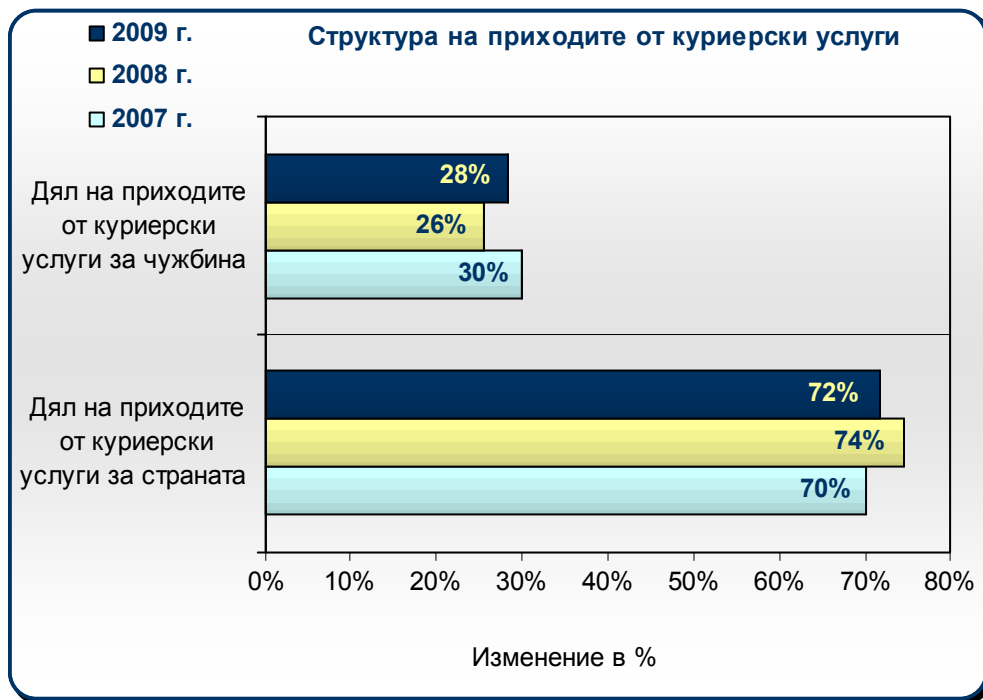
<sup>1</sup> Операторите са подредени по азбучен ред, а не по пазарен дял.



## 2. Развитие на услугите от обхвата на НПУ

### 2.1 Развитие на куриерските услуги

През 2009 г. приходите от куриерски услуги формират 81% от обема на пазара на НПУ и са намалели с 11% спрямо 2008 г. Приходите от куриерски услуги за страната, които формират 72% от общия размер на приходите от куриерски услуги, са намалели спрямо 2008 г. с 15%. Относителният дял на приходите от международни изходящи куриерски услуги от общия размер на приходите от куриерски услуги е намалял само с 2 пункта през 2009 г. спрямо 2008 г. и формира 28% от приходите от куриерски услуги.



Фиг. 17 Източник: Данни, подадени в КРС

През изминалите три години се наблюдава тенденция на намаление на предоставените куриерски услуги. През 2008 г. спрямо 2007 г. общият брой на предоставените пратки е спаднал с 5%, а през 2009 г. намалението спрямо 2008 г. вече е 14%. 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;
- ✓ Споделяне на цената на услугите между подател и получател;
- ✓ Възможност за проверка на пратката преди плащане;
- ✓ Изготвяне на индивидуални ценови планове;
- ✓ Доставка с намалено отделяне на въглероден диоксид, в съответствие със световните тенденции за опазване на околната среда;
- ✓ 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).

Основните тенденции, които се наблюдават в развитието на куриерския пазар са:

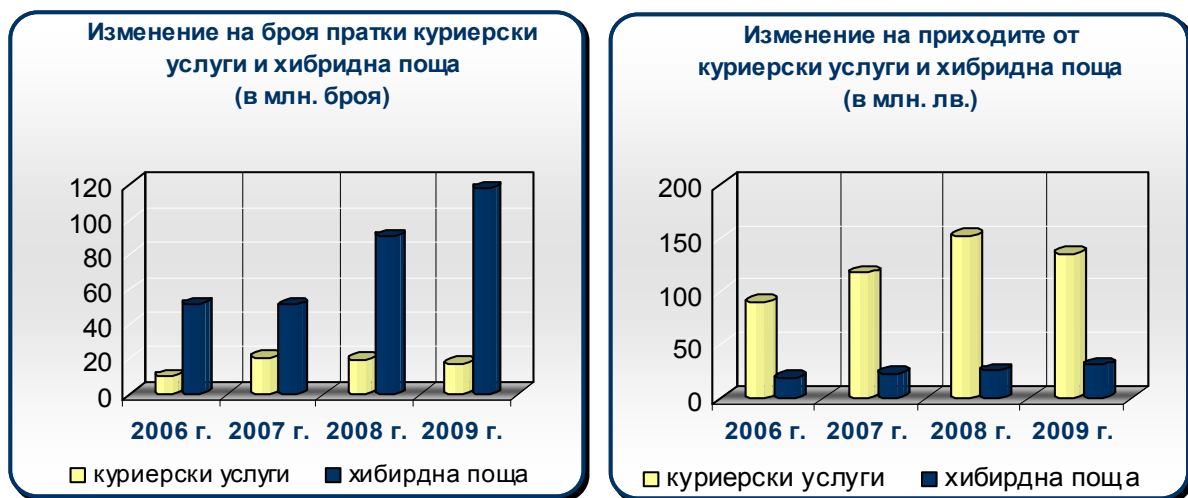
- ✓ Влияние на пазарните лидери в предоставянето на куриерски услуги;
- ✓ Запазване на завоювания пазарен сегмент и затвърждаване на пазарни позиции;
- ✓ Запазване на ценовата политика;
- ✓ Непрекъснато увеличаване броя на операторите на пазара на куриерски услуги.

## 2.2 Развитие на услугата „хибридна поща“

През изминалата 2009 г. приходите от потреблението на услугата „хибридна поща“ формират 19% от обема на пазара на НПУ, като спрямо 2008 г. са нараснали с 20%. През разглеждания период приходите от тази услуга са формирани от 8 оператора, като шест от тях са предоставяли 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.

През последните четири години (или от самото ѝ въвеждане до сега) предоставянето на услугата „хибридна поща“ бележи трайната тенденция на ежегодно нарастване на приходите и обемите пратки от тази услуга. Тази сравнително нова услуга се развива и тепърва ще разгръща своя потенциал.



Фиг. 18 Източник: Данни, подадени в КРС

Основните предимства на услугата 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.

На практика хибридна поща 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 транспортването на физическата поща на големи разстояния.

## 2.3 Тенденции в развитието на НПУ

Потребителските изисквания са към повишаване или поне задържане на качеството на услугите срещу понижаващи се цени. Промяната в цените на дадена услуга става основен конкурентен фактор. Бизнес клиентите са основните потребители на НПУ, частта на индивидуалните потребители е малка. Бизнесът изцяло диктува новаторски решения и технологични нововъведения в предоставянето на куриерските услуги. Тези услуги се

предоставят изцяло в условия на свободна конкуренция и са съответно най- разнообразните и ориентирани към потребителите си услуги от цялата палитра на пощенския пазар.

Бурното развитие на електронните комуникации през последните години обуславя появата на иновативни услуги на пазара на НПУ. Такива са например:

- ✓ **услуги, свързани с електронната търговия** - с все по-широкото навлизане на интернет във всички сфери на обществото, електронната търговия представлява сериозна възможност за развитие на пощенския пазар. Позволява въвеждането на нови, гъвкави услуги, които да удовлетворяват изискванията на потребителите. Пазаруването през интернет има огромен потенциал, който тепърва ще се разгръща. Все по-надеждна става сигурността на разплащане и качеството на стоките, предлагани в световната мрежа. Подобряването на сигурността в интернет в съчетание с либерализацията в областта на пощенския пазар ще благоприятства развитието на целия пощенски сектор;
- ✓ **„хибридна поща“** - „хибрид“<sup>2</sup>, тази услуга се въвежда от германската компания за пощенски услуги и логистика „Дойче пост“. Потребителите на услугата ще изпращат писма по интернет до пощенски клон, където ще бъдат отпечатвани, поставяни в плик и доставяни до офиси или до частни адреси от традиционни пощальони. Услугата ще бъде удобна за големи компании, които търсят по-евтин начин за доставяне на големи количества пощенски пратки. Ще се предлага и във вариант, при който услугата ще бъде **изцяло електронна**. При него писмата ще бъдат доставяни като електронна поща. Тъй като за безплатните електронни съобщения не може да се докаже, че са пристигнали на адрес, услугата ще бъде платена, за да се гарантира защитата на доставката при правен спор.

---

<sup>2</sup> Източник: списание „Поща за вас“, издание на „Български пощи“ ЕАД.

### 3. Състояние на конкуренцията при НПУ

През последните четири години от 2006 г. до 2009 г. броят на регистрираните оператори на НПУ се е увеличил от 59 на 80. През 2009 г. пазарът на НПУ се запазва като ефективен, сравнително конкурентен, като се характеризира със средна към умерена концентрация. За измерване на концентрацията на пазара на НПУ е използван индекса на Херфиндал – Хиршман, като неговата стойност за 2009 г. е 1063 и е изчислена на база предоставените данни от 94% от регистрираните пощенски оператори към края на 2009 г. Коефициентът CR4 в размер на 59% също доказва относително средно ниво на концентрация. За последните три години петте оператора с най-големи приходи от извършване на НПУ са формирали пазарни дялове между 6% и 20%.

През 2009 г., в сравнение с 2008 г., се наблюдава завишаване на концентрацията при извършването на НПУ, като в сравнение с куриерските услуги услугата „хибридна поща“ се характеризира с много по-висока степен на концентрация.

#### 3.1 Очаквания на операторите на НПУ за пазара и конкуренцията

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 (разпознаваема от клиентите търговска марка), имат изградена пощенска мрежа на територията на цялата страна, предлагат богата гама от допълнителни услуги и ежегодно формират над 90% 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. Все пак тези абсолютни предимства на действащите оператори не могат да бъдат определени като непреодолими бариери за навлизането на пазара на НПУ.

В комбинация обаче с влошената икономическа обстановка, това може да доведе до напускане на пазара от по-малките оператори, както и от оператори, на които основните приходи са по договори с големи клиенти, които на свой ред може да изпитват затруднения вследствие на кризата. Това е предпоставка за обединяване на по-малки оператори или поглъщане на някои от тях от по-големите оператори на НПУ. Моментът е подходящ за финансово стабилните компании да придобият евтино свои конкуренти и така да разширят своите пазарни дялове.

Интересен е фактът, че почти всички от водещите оператори на НПУ са български. Това показва, че българските оператори успешно се конкурират с изявените световни марки.

От правна гледна точка пред потенциалните оператори на НПУ няма съществени бариери, тъй като извършването на НПУ е въз основа на уведомителен режим и не е свързано с изисквания за изграждане на пощенска мрежа на територията на цялата страна, съгласуване на цени и др.

В заключение, въпреки икономическия спад, повечето водещи оператори са оптимистично настроени за развитието на пазара на НПУ.

Все още тези, които имат големи пазарни дялове остават стабилни и са в състояние да реагират адекватно на негативните конюнктурни промени на пазара. Ще разширяват продуктовата си гама и нейното качество, което може да има само позитивен ефект върху икономиката като цяло.

#### **IV. Информация, свързана с регулаторните и контролни функции на КРС**

##### **1. Отчет за контролната дейност на КРС**

В изпълнение на законовото задължение за контрол по спазването на изискванията за извършване на УПУ, установеният държавен монопол върху резервиран сектор от УПУ, условията по изпълнение на издадените индивидуални лицензи и задълженията на операторите, извършващи НПУ, през 2009 г. от оправомощени служители на КРС са извършени общо 98 проверки.

Извършени са 85 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, а един от тях изобщо не е стартирал дейността. Вследствие на извършените проверки е ангажирана административнонаказателна отговорност на двама оператора.

С последната промяна на ЗПУ, в сила от 3.11.2009 г., отпадна изискването за задължително териториално покритие на цялата страна от всички лицензирани оператори. То остава единствено за оператора със задължение за извършване на УПУ – „Български пощи“ ЕАД.

Извършени са 13 проверки на оператори, регистрирани за предоставяне на неуниверсални пощенски услуги. За открити нарушения на ЗПУ са санкционирани с ангажиране на административнонаказателна отговорност двама оператора. Трима 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 Комисията. През изтеклата 2009 г. са разгледани 22 жалби/сигнали относно нарушения на ЗПУ, по-голямата част от които са неоснователни – 16 броя. Най-много са жалбите, касаещи забавяне или недоставяне на международни пощенски пратки, но всички са неоснователни. Една от основателните жалби е за изгубена куриерска пратка, за която жалбоподателят е получил обезщетение. Останалите 5 броя основателни жалби касаят неправилно изплатени суми по пощенски парични преводи, нарушаване на ЗПУ и събиране на такса от 4 лв. от „Български пощи“ ЕАД за представяне пред митница на пощенски пратки от Европейския съюз. Таксата е отменена от 25 януари 2010 г.

## 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.

През 2009 г., при спазване изискванията на индивидуалната лицензия за съгласуване с КРС и в съответствие с Нормативите за определяне гъстотата на местата за достъп, са закрити 2 пощенски станции на пощенския оператор със задължение за извършване на УПУ „Български пощи“ ЕАД. Така в края на 2009 г. броят на пощенските станции е 2979, като 634 от тях се намират в градовете и 2345 - в селата. От пощенските станции в селата, 220 се намират в села с население под 200 жители, а 1171 - в села с население между 200 и 800 жители. Освен чрез пощенски станции, пощенски услуги се предоставят чрез 142 пощенски агентства и 2611 междуселищни пощальони.

В експлоатация са 5185 пощенски кутии за събиране на непрепоръчани кореспондентски пратки. Обслужваното население от една пощенска кутия средно за страната е 1467 жители.

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

|  | 2007 г. | 2008 г. | 2009 г. |
|--|---------|---------|---------|
| <b>1. Брой на пощенските станции</b>                                     | 2986    | 2981    | 2979    |
| В градовете  | 636     | 631     | 634     |
| В селата, в т.ч.   | 2350    | 2350    | 2345    |
| в селата с население над 800 жители                                      |         | 973     | 954     |
| в селата с население от 200 до 800 жители                                |         | 1171    | 1171    |
| в селата с население под 200 жители                                      |         | 206     | 220     |
| <b>2. Обслужвано население от една пощенска станция, бр.</b>             | 2570    | 2865    | 2552    |
| В градовете  | 8517    | 9889    | 8502    |
| В селата   | 959     | 974     | 938     |
| <b>3. Обслужвана територия от една пощенска станция, км.<sup>2</sup></b> | 36.95   | 37      | 37      |
| <b>4. Брой на пощенските агентства</b>                                   | 141     | 141     | 142     |
| <b>5. Брой на пощенските кутии за събиране на кореспондентски пратки</b> | 5332    | 5286    | 5185    |
| В градовете  | 2015    | 1947    | 1876    |
| В селата   | 3317    | 3339    | 3309    |
| <b>6. Брой на абонаментните пощенски кутии</b>                           |         | 44154   | 43972   |

*Източник: Доклад за изпълнението на УПУ за 2009 г. от БП ЕАД*

Лицензираният за извършване на цялата УПУ оператор „Тип Топ куриер“ АД има изградени 54 центъра за пощенски услуги (4 от тях – в София), като в офисите в гр. София има 32 абонаментни пощенски кутии. За улеснение на потребителите, в близост до центровете за пощенски услуги са поставени 10 пощенски кутии за подаване на кореспондентски пратки.

Другият лицензиран за извършване на цялата УПУ оператор „Еконт Експрес“ ООД разполага с 262 офиса, 32 от които на територията на гр. София. В цялата страна са поставени 932 броя пощенски кутии.

„МиБМ Експрес“ ООД, също лицензиран оператор за извършване на цялата УПУ, предоставя услуги на потребителите чрез 38 пощенски офиса, 2 от които в София.

Последният лицензиран през 2009 г. оператор за извършване на цялата УПУ - „Стар пост“ ЕООД ще започне дейността си с 31 пощенски офиса.

При лицензираните за пощенски парични преводи оператори, най-динамично се развива мрежата на „Изипей“ АД с 943 места за достъп, по-голямата част от които са на партньорски организации по договори, сключени съгласно чл. 22 от ЗПУ. Водещи фактори при избора им са били широка и достъпна търговска мрежа или наличие на подходящи помещения в малки населени места, в които операторът не разполага със собствени помещения за извършване на услугите по парични преводи, квалифициран персонал и поддържане на парична наличност.

„Фактор И.Н.“ АД е увеличил броя на местата за достъп с 21, с което общата им численост достига 85. „Финанс инженеринг“ АД разполага с 31 офиса, 20 от които са по договори, сключени съгласно чл. 22 от ЗПУ.

ФК „Кеш Експрес Сървис“ ЕООД и Кеш Офис“ АД не извършват дейност и през 2009 г.

### 3. Качество на УПУ през 2009 г.

В съответствие с разпоредбите на Директива 97/67/ЕО, въведени в ЗПУ, изискването за измерване изпълнението на Нормативите за качество на УПУ и ефикасността на обслужване касае само оператора със задължение за извършване на УПУ – „Български пощи“ ЕАД.

Измерването на времето за пренасяне на приоритетните писмовни пратки „от край до край“ за страната се извършва чрез системата DIAMON, разработена съгласно изискванията на стандарт БДС EN 13850:2004.

#### 3.1 Време за пренасяне на вътрешни препоръчани пратки с предимство

| Време за пренасяне от край до край | Нормативи за качество на услугата              | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|------------------------------------|--|-------------------|-------------------|
| Д+1                                | Не по-малко от <b>80%</b> от пощенските пратки | 68,78%            | 84,2%             |
| Д+2                                | Не по-малко от <b>95%</b> от пощенските пратки | 91,43%            | 97,4%             |

Взетите мерки по отношение подобряване организацията на процесите от всички участници в пощенската верига са дали резултат в посока значително подобрене на качеството на услугата в рамките на изтеклата година, като нормативите не само са достигнати, но и са превишени. Висок е обаче процентът на считаните за изгубени пратки – 4,7%. За сравнение, през 2006 г., когато беше извършено измерване на качеството от независима организация, неполучените от адресатите пратки бяха 1,55%.

Следва да се отбележи, че относителния дял на вътрешните кореспондентски пратки с предимство спрямо тези без предимство е изключително малък - 0,95%, или на една пратка с предимство се падат 106 пратки без предимство.

#### 3.2 Време за пренасяне на вътрешни препоръчани пощенски пратки без предимство

| Време за пренасяне от край до край | Нормативи за качество на услугата                     | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|------------------------------------|---|-------------------|-------------------|
| Д+2                                | Не по-малко от <b>80%</b> от кореспондентските пратки | 84,96%            | 90,48%            |
| Д+3                                | Не по-малко от <b>95%</b> от кореспондентските пратки | 96,09%            | 98,01%            |

#### 3.3 Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки

| Време за пренасяне от край до край | Нормативи за качество на услугата             | Резултати 2007 г. | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|------------------------------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Д+1                                | Не по-малко от <b>70%</b> от колетните пратки | 86,34%            | 85,46%            | 85,39%            |
| Д+2                                | Не по-малко от <b>80%</b> от колетните пратки | 97,55%            | 97,84%            | 97,03%            |
| Д+3                                | Не по-малко от <b>95%</b> от колетните пратки | 99,60%            | 99,71%            | 99,76%            |



### 3.4 Време за пренасяне на вътрешни пощенски парични преводи

| Време за пренасяне от край до край | Нормативи за качество на услугата                       | Резултати 2007 г. | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|------------------------------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Д+1                                | Не по-малко от <b>85%</b> от пощенските парични преводи | 85,96%            | 81,75%            | 85,73%            |
| Д+2                                | Не по-малко от <b>92%</b> от пощенските парични преводи | 97,55%            | 96,82%            | 97,36%            |
| Д+3                                | Не по-малко от <b>98%</b> от пощенските парични преводи | 99,73%            | 99,61%            | 99,85%            |

Видно от представените в таблиците резултати за тригодишен период, посочените нормативи се изпълняват.

### 3.5 Време за пренасяне на международни пощенски пратки

Времето за пренасяне от „край до край“ на международните приоритетни пратки се измерва чрез системата UNEX, въведена в „Български пощи“ЕАД от началото на 2008 г. Системата обхваща обществените пощенски оператори в рамките на ЕС и е организирана съгласно изискването за независимо измерване на времето за пренасяне „от край до край“ на Директива 97/67ЕО за единните правила за развитието на вътрешния пазар на пощенските услуги в общността и подобряване качеството на услугата, и съобразно изискванията на стандарт EN 13850.

#### 3.5.1. Международни непрепоръчани пратки с предимство от географски зони в рамките на Европа

| Време за пренасяне от край до край | Нормативи за качество на услугата              | Резултати 2007 г. | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|------------------------------------|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Д+3                                | Не по-малко от <b>85%</b> от пощенските пратки | 50,89%            | 49%               | 71,4%             |
| Д+5                                | Не по-малко от <b>97%</b> от пощенските пратки | 84,03%            | 85,1%             | 95,5%             |

Независимо, че е налице значително подобрение на резултатите спрямо 2008 г., нормативите все още не са достигнати, особено за Д+3. Анализът на резултатите от оператора показва, че неспазването на вътрешните контролни срокове за обработка в Българския разменно-сортировъчен център (БРСЦ) води до влошаване на общия резултат.

#### 3.5.2 Международни непрепоръчани пратки без предимство от географски зони в рамките на Европа

| Време за пренасяне от край до край | Нормативи за качество на услугата              | Резултати 2007 г. | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|------------------------------------|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Д+4                                | Не по-малко от <b>55%</b> от пощенските пратки | 51,85%            | 57,83%            | 61,42%            |
| Д+6                                | Не по-малко от <b>80%</b> от пощенските пратки | 81,44%            | 84,13%            | 87,15%            |

По отношение на приоритетни и неприоритетни непрепоръчани пратки от географски зони извън Европа нормативите се изпълняват.

### 3.6 Редовност на събиране на пощенските пратки и парични преводи – брой събираня от пощенски кутии и пощенски станции

| Населено място | Дни от седмицата                          | Брой събирания на ден | Нормативи за качество на услугата | Резултати 2007 г. | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|----------------|---|-----------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| София          | От понеделник до петък<br>Събота и неделя | 2<br>1                | <b>95%</b>                        | 99,06%            | 99,48%            | 99,62%            |
| С РСЦ          | От понеделник до събота                   | 1                     |                                   |                   |                   |                   |
| Без РСЦ        | От понеделник до петък                    | 1                     |                                   |                   |                   |                   |

### 3.7 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 2007 г. | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|----------------|-------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| София          | От понеделник до събота | 2                    | <b>95%</b>                        | 98,81%            | 99,57%            | 98,99%            |
| С РСЦ          | От понеделник до събота | 1                    |                                   |                   |                   |                   |
| Без РСЦ        | От понеделник до петък  | 1                    |                                   |                   |                   |                   |

### 3.8 Срокове за обработка на рекламации

| Нормативен срок за обработване на рекламациите | Нормативи за качество на услугата         | Резултати 2007 г. | Резултати 2008 г. | Резултати 2009 г. |
|--|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| 30 дни за вътрешни пощенски услуги             | Не по-малко от <b>90%</b> от рекламациите | 86,81%            | 94,44%            | 91,39%            |
| 90 дни за международни пощенски услуги         | Не по-малко от <b>90%</b> от рекламациите | 91,31%            | 95,75%            | 94,67%            |

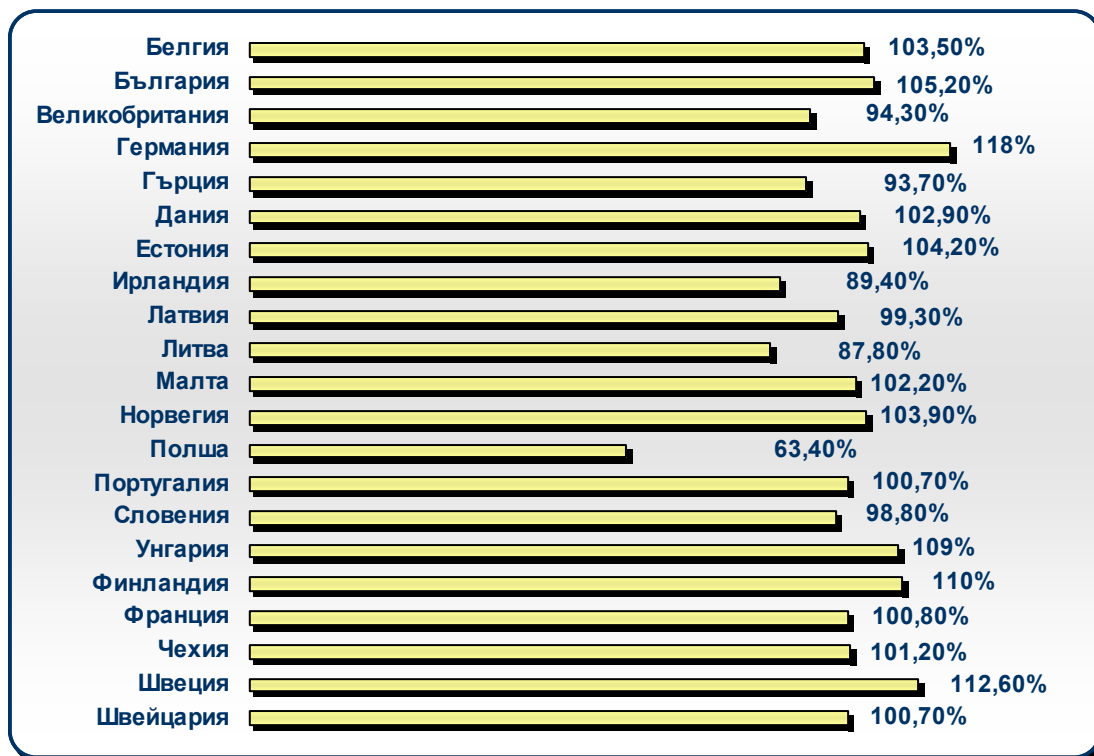
През 2009 г. КРС не е организирана измерване на качеството на УПУ от независима външна организация. С промяната на ЗПУ, в сила от 3.11.2009 г., „Български пощи“ ЕАД следва да осигурява за своя сметка ежегодно извършване на измерване изпълнението на Нормативите от независима организация при условия, които съответстват на действащите стандарти за качество на пощенските услуги.

В приложената таблица се съдържа информация за норматива за качество Д+1 за вътрешни приоритетни пратки и резултатите от измерванията в някои европейски страни за 2009 г.<sup>3</sup>

| Страна   | Норматив за качество (Д+1) | Резултат 2009 г. |
|----------|----------------------------|------------------|
| Белгия   | 90%                        | 93,2%            |
| България | 80%                        | 84,2%            |

<sup>3</sup> Информацията е от проучване на КРС

| Страна         | Норматив за качество (Д+1) | Резултат 2009 г. |
|----------------|----------------------------|------------------|
| Великобритания | 93%                        | 87,7%            |
| Германия       | 80%                        | 94,4%            |
| Гърция         | 87%                        | 81,5%            |
| Дания          | 93%                        | 95,7%            |
| Естония        | 90%                        | 93,8%            |
| Ирландия       | 94%                        | 84%              |
| Латвия         | 97%                        | 96,3%            |
| Литва          | 85%                        | 74,6%            |
| Малта          | 93%                        | 95,1%            |
| Норвегия       | 85%                        | 88,3%            |
| Полша          | 82%                        | 52%              |
| Португалия     | 94,5%                      | 95,2%            |
| Словения       | 95%                        | 93,9%            |
| Унгария        | 85%                        | 93%              |
| Финландия      | 85%                        | 93,5%            |
| Франция        | 84%                        | 84,7%            |
| Чехия          | 91%                        | 92,1%            |
| Швеция         | 85%                        | 95,7%            |
| Швейцария      | 97%                        | 97,7%            |



Фиг. 19

Графика 19, е изготвена въз основа на данните от горната таблица, представя процентното изпълнение на нормативите за качество на услугата в съответните страни.

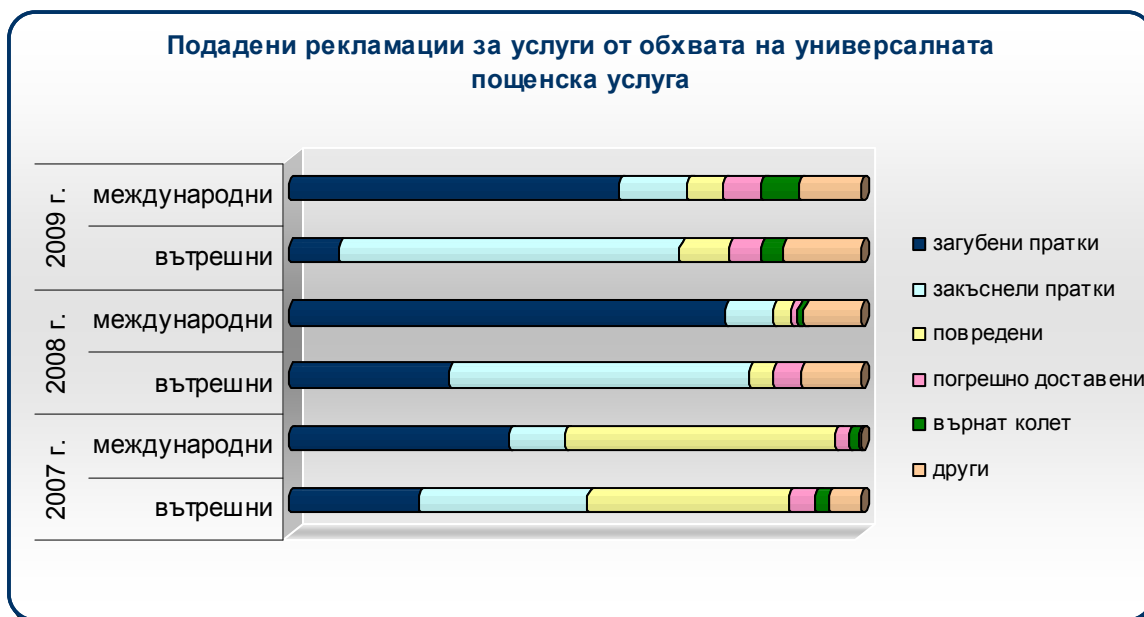
### 3.9 Рекламации за услуги от обхвата на УПУ

През 2009 г., по данни от годишните въпросници за оператори, предоставящи УПУ или част от нея, са подадени общо 5649 броя рекламации, които се разпределят по следния начин:

| Подадени писмени рекламации за 2009 г.   | Брой        |              |
|--|-------------|--------------|
|  | вътрешни    | международни |
| <b>Рекламации (общо)</b>   | <b>1139</b> | <b>4510</b>  |
| Рекламации, счетени за основателни   | 489         | 386          |
| <b>Разпределение на рекламациите според причинителите:</b>                                       |             |              |
| 1. загубена пратка   | 43          | 223          |
| 2. пратка, доставена със закъснение  | 294         | 46           |
| 3. повредена или с липсващо съдържание (изцяло или частично) пратка                              | 42          | 24           |
| 4. погрешно доставена пратка   | 27          | 26           |
| 5. върнат пощенски колет с липсващ мотив за недоставяне  | 20          | 25           |
| 6. неизплатени или неправилно изплатени суми по пощенски парични преводи                         | 11          | 7            |
| 7. обща рекламация (рекламация, основаваща се на общо неудовлетворение от услугите на оператора) | 8           | 7            |
| 8. относно поведението и компетентността на пощенски служители                                   | 39          | 26           |
| 9. относно обработването на рекламация   | 5           |              |
| <b>Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение</b>   | <b>бр.</b>  | <b>лв.</b>   |
|  | <b>208</b>  | <b>5736</b>  |

Броят на подадените рекламации за 2009 г. значително е нараснал спрямо 2008 г., като счетените за основателни рекламации за вътрешни пратки са се увеличили 3,5 пъти, а за международни пратки – 2 пъти. Счетените за основателни рекламации съставляват 15% от общия брой на подадените рекламации, срещу 9,33% през 2008 г. Увеличен е и броят на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации, както и общата сума на изплатените обезщетения.

Един от пощенските оператори е намерил нетрадиционен подход - вместо с пари обезщетява потребителите с пощенски материали (таксувани пощенски пликове), което е начин да ги привлече отново да ползват неговите услуги.



**Фиг. 20**

В графиката по-горе е представена динамиката на изменението на причините за подаваните рекламации за тригодишен период. Докато през 2007 г. са преобладавали рекламациите за повредени, загубени и доставени със закъснение пратки, през 2008 г. най-много са рекламациите за доставени със закъснение вътрешни пратки и загубени международни пратки, увеличен е и броят на други видове рекламации. През 2009 г. при вътрешните пратки е намалял дялът на рекламациите за загубени пратки, за сметка на драстично увеличение на рекламациите относно пратки, доставени със закъснение – 4 пъти; 3 пъти са нараснали тези рекламации и при международните пратки. В графа „други“ значително е увеличен броят на рекламациите относно поведението и компетентността на пощенските служители, което е ясен сигнал за растящата взискателност на потребителите.

### 3.10 Рекламации за НПУ

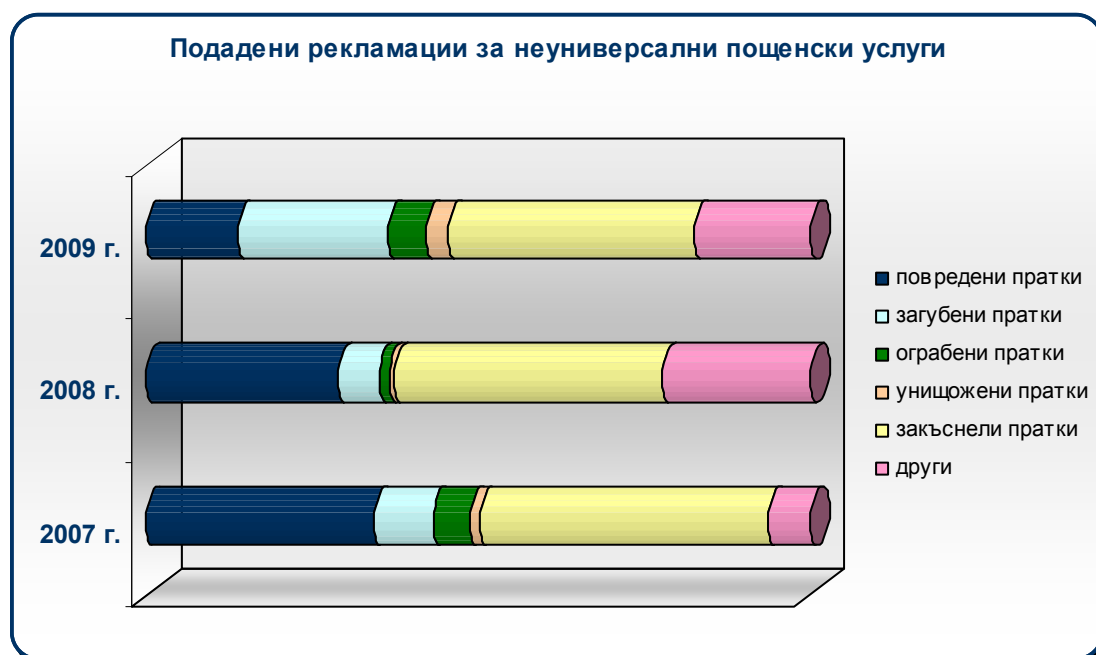
Рекламациите за НПУ за 2009 г. се разпределят по брой според причинителите както следва<sup>4</sup>:

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Рекламации (общ брой)</b>  | <b>7684</b> |
| в това число рекламации, счетени за основателни   | 2783        |
| <b>Разпределение на рекламациите според причинителите:</b>                                      |             |
| 1. повредена пратка<br>(целостта на пратката е нарушена)  | 380         |
| 2. загубена пратка<br>(пратката не е доставена на потребителя)                                  | 632         |
| 3. ограбена пратка<br>(липсва част или цялото съдържание на пратката)                           | 161         |
| 4. унищожена пратка (пратката е така увредена, че не може да бъде използвана по предназначение) | 96          |

<sup>4</sup> Данните са от годишните въпросници за оператори, предоставящи НПУ.

|  |             |               |
|--|-------------|---------------|
| <b>Рекламации (общ брой)</b>                                       | <b>7684</b> |               |
| 5. пратка, доставена със закъснение от посочения срок за доставяне | 1032        |               |
| 6. други   | 482         |               |
| <b>Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение</b>           | <b>бр.</b>  | <b>лв.</b>    |
|  | <b>2199</b> | <b>248581</b> |

В сравнение с 2008 г. броят на рекламациите е нараснал, повече като общо количество подадени, отколкото като основателни. Броят на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации се е увеличил с 6%, а сумата на изплатените обезщетения бележи ръст от 44%.



Фиг. 21

Графика 21, представяща изменението на броя на рекламациите според причините за подаването им за тригодишен период, показва постоянен голям брой рекламации за забавено доставяне, намаляващ брой рекламации, особено през 2009 г., за повредени пратки – 2 пъти, за сметка на нарастващия през последната година брой рекламации за загубени пратки – почти 4 пъти.

## V. Заключение. Перспективи за развитие на пощенския пазар

През изминалата година тенденцията за устойчивото нарастване на обема на целия пощенски пазар годишно с около 20% беше прекъсната, поради влошаването на вътрешната икономическа обстановка. За 2010 г., в резултат на свиването в потреблението и инвестициите като цяло в условия на криза, се очаква да настъпят следните промени в предоставянето на пощенски услуги:

- ✓ Обемът на пощенския пазар в България ще намалее спрямо този от 2009 г.;
- ✓ Очаква се броят на пощенските оператори, желаещи да извършват НПУ, да се увеличи;
- ✓ Броят на предоставените пратки от УПУ ще намалее спрямо 2009 г. Като цяло интересът на потребителите ще е насочен към неприоритетните кореспондентски пратки до 50 г (услугите в частта на резервирания сектор);
- ✓ Броят на потребените пратки от бизнес потребители ще намалее спрямо този от 2009 г., но ще се увеличи делът на пратките от УПУ, предназначени от бизнес потребители към индивидуални потребители;
- ✓ Размерът на реализираните приходи от НПУ ще продължи да намалява;
- ✓ Спрямо 2009 г., броят на предоставените куриерски пратки ще намалее, докато този на пратките хибридна поща ще нарасне;
- ✓ Пазарният дял на алтернативните лицензирани оператори в 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 частта на 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.

През 2010 г. основен приоритет в дейността 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. Ще се засили и регулацията по отношение на осигуряване на достъп до мрежата на оператора със задължение за извършване на УПУ, който на практика притежава единствената мрежа, покриваща територията на цялата страна.

Имплементирането на Директива 2008/6/ЕО във вътрешното законодателство ще е свързано с изграждане на нова регулаторна рамка, която ще цели създаване на условия за постепенно отваряне на пазара на пощенските услуги и стимулиране на конкуренцията, като едновременно с това се гарантира извършването на универсалната пощенска услуга на територията на цялата страна.

Също така важен аспект от дейността на КРС ще остане защитата на интересите на потребителите на пощенски услуги. В тази насока дейността на регулатора е свързана от една страна с разглеждане и съгласуване на общите условия на договорите с потребителите на пощенски услуги на всички пощенски оператори, а от друга със създаване на оптимална организация и правила за приемане, разглеждане и отговор на постъпилите рекламации.