

Г О Д И Ш Е Н Д О К Л А Д

на

КОМИСИЯТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СЪОЩЕНИЯТА

за 2016 година

АНАЛИЗ НА ПОЩЕНСКИТЕ УСЛУГИ

СЪДЪРЖАНИЕ

I. СЪСТОЯНИЕ НА ПОЩЕНСКИЯ ПАЗАР В БЪЛГАРИЯ	стр. 3
1. Участници на пазара	стр. 3
2. Обем и структура на пощенския пазар в България	стр. 3
2.1. Обем на пощенския пазар	стр. 3
2.2. Структура на пощенския пазар в България	стр. 5
II. ПРЕДОСТАВЯНЕ УПУ	стр. 7
1. Обхват и участници на пазара	стр. 7
2. Обем и структура на пазара на УПУ	стр. 8
3. Потребители на УПУ	стр. 11
4. Състояние на конкуренцията при УПУ	стр. 12
III. ПРЕДОСТАВЯНЕ НА НПУ	стр. 13
1. Обхват и участници на пазара	стр. 13
1.1. Участници на пазара на НПУ	стр. 13
1.2. Обем и структура на пазара на НПУ	стр. 13
2. Развитие и проблеми свързани с доставката на пратки, генерирани от електронната търговия	стр. 16
3. Предоставяне на услугата „пощенски парични преводи“	стр. 17
3.1. Участници на пазара	стр. 17
3.2. Обем на пазара и пазарни дялове	стр. 18
4. Състояние на конкуренцията при НПУ	стр. 19
IV. РЕГУЛИРАНЕ НА ПАЗАРА НА ПОЩЕНСКИТЕ УСЛУГИ	стр. 19
1. Оценка за наличието на несправедлива финансова тежест от извършването на УПУ и изготвяне на предложение за размера на компенсацията	стр. 19
2. Измерване и отчет за изпълнение на нормативите за качество на УПУ и ефикасността на обслужване	стр. 20
2.1. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки с предимство	стр. 20
2.2. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство	стр. 21
3. Обезпечаване на пощенската сигурност	стр. 21
4. Контролна дейност и защита на потребителите	стр. 22
V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ПОЩЕНСКИЯ СЕКТОР	стр. 27
Приложение 1 „Други резултати от измерване на качеството на УПУ“	стр. 28

I. Състояние на пощенския пазар в България

1. Участници на пазара

С развитието на електронната търговия все по-засилен става интересът на предприемачите към пазара на пощенски услуги и в частност към куриерския бизнес, за което до голяма степен допринася промяната в нагласата на потребителите и възможността за свободно пазаруване „с един клик“.

Съгласно разпоредбите на Закона за пощенските услуги (ЗПУ) пощенските услуги се предоставят въз основа на разрешителен (лицензионен) и уведомителен режими.

Предоставянето на универсалната пощенска услуга (УПУ) на цялата територия на Република България и на услуги, включени в обхвата на УПУ, както и предоставянето на услугата „пощенски парични преводи“ се осъществяват въз основа на издадени от Комисията за регулиране на съобщенията (КРС/Комисията) индивидуални лицензии.

В края на 2016 г. броят на участниците на пощенския пазар е 160¹, което представлява нарастване на показателя с 4 % спрямо предходната година.

Броят на лицензираните пощенски оператори, включително и „Български пощи“ ЕАД (БП/исторически оператор/задължен оператор) е 19 като през изминалата година КРС издаде една нова лицензия за извършване на услугата „пощенски парични преводи“ на „Лео Експрес“ ЕООД. Заявления за издаване на лицензии за извършване на услуги от обхвата на УПУ не са постъпвали.

Към 31.12.2016 г. броят на операторите, регистрирали намеренията си да предоставят неуниверсални пощенски услуги (НПУ), възлиза на 151, като 7 от тях са новорегистрирани. Двама от операторите са заличени от „Регистър на операторите, предоставящи НПУ“, по тяхно искане. Всички регистрирани пощенски оператори имат намерение да предоставят услугите с най-голям търговски интерес – куриерските.

2. Обем и структура на пощенския пазар в България

2.1. Обем на пощенския пазар

За 2016 г. обемът на пощенския пазар възлиза на около 399 млн. лв. и се формира от приходите, предоставени в пазарните сегменти на УПУ и НПУ. Този обем е изчислен на база на получените данни от 73 % от лицензираните и регистрирани оператори в България.

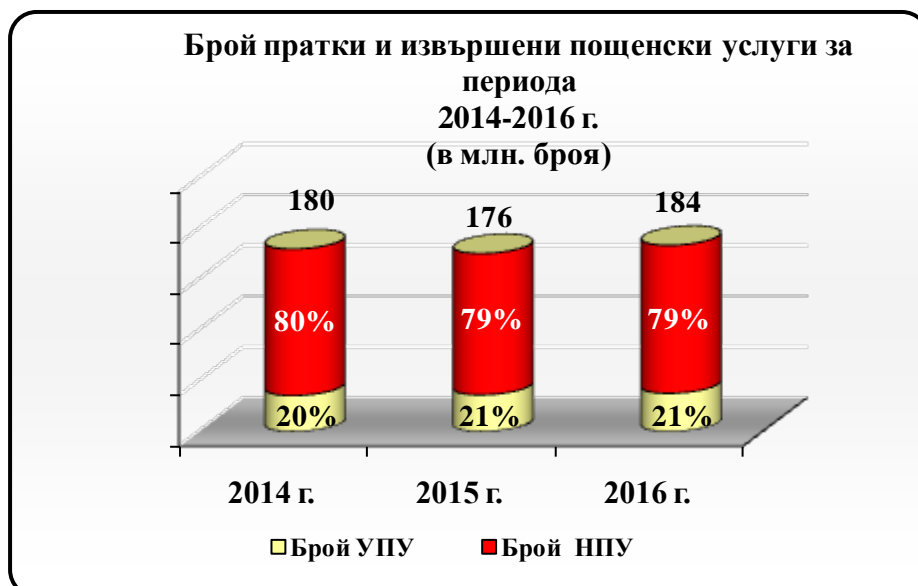
¹ „Български пощи“ ЕАД - операторът, задължен да извършва УПУ, извършващ и: услугата „пощенски парични преводи“ и неуниверсални пощенски услуги ;5 броя оператори, извършващи услуги от обхвата на УПУ, услугата „пощенски парични преводи“ и неуниверсални пощенски услуги; един оператор, извършващ само услугите от обхвата на УПУ и неуниверсални пощенски услуги, 13 оператори, предоставящи услугата „пощенски парични преводи“ и 144 оператори, предоставящи само неуниверсални пощенски услуги.



Фиг. 1

Източник: Данни, получени в КРС

Видно от фиг. 1, през 2016 г. обемът на пазара на пощенски услуги отбелязва ръст, възлизащ на 27 % спрямо 2015 г. Двигател на развитието на пощенския пазар през последните години са услугите от сегмента на НПУ, но въпреки това през 2016 г. и приходите на услугите от УПУ бележат значително увеличение като достигат ръст от 27%, спрямо 2015 г. Също толкова, през разглеждания период, е отчетеното нарастване на приходите от НПУ. За периода 2014 – 2016 г. тенденцията на значителен превес на дела на неуниверсалните пощенски услуги в общия обем на пазара се запазва. Съотношението между дяловете на пазарните сегменти на УПУ и НПУ е относително постоянно, като спрямо 2015 г. е без изменение.



Фиг. 2

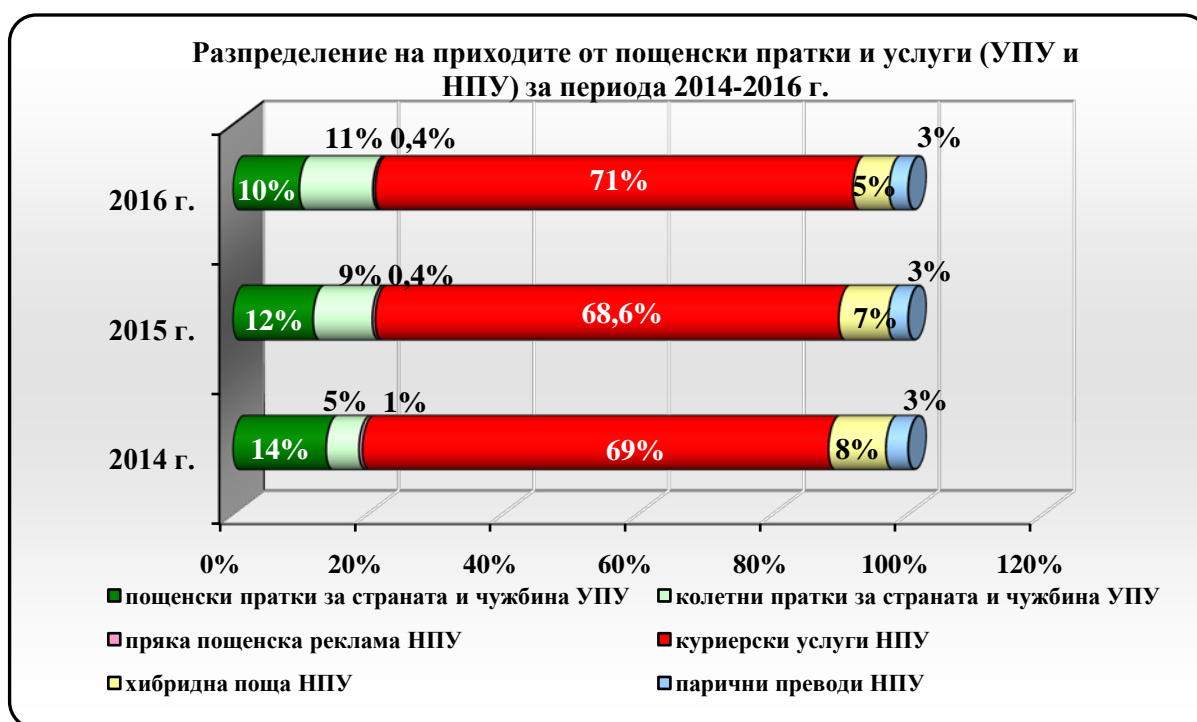
Източник: Данни, получени в КРС

Данните на фиг. 2 сочат, че общият брой пратки и услуги, предоставени през 2016 г. възлиза на 184 млн. бр., което представлява нарастване с около 5 % спрямо 2015 г.

Отчетеното увеличение в броя на пощенските пратки и услуги през 2016 г. спрямо 2015 г. се дължи на увеличението с близо 5 % на пратките от сегмента на НПУ и ръст от 4% на броя на реализираните пратки от обхвата на УПУ. Спрямо 2015 г. относителният дял на пратките от сегмента на УПУ в общия брой пратки, реализирани през 2016 г., остава непроменен.

2.2. Структура на пощенския пазар в България

През 2016 г. структурата на пощенския пазар остава относително постоянна.



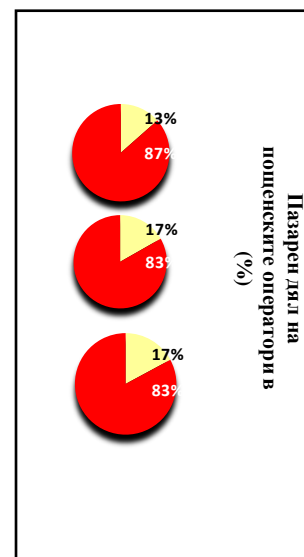
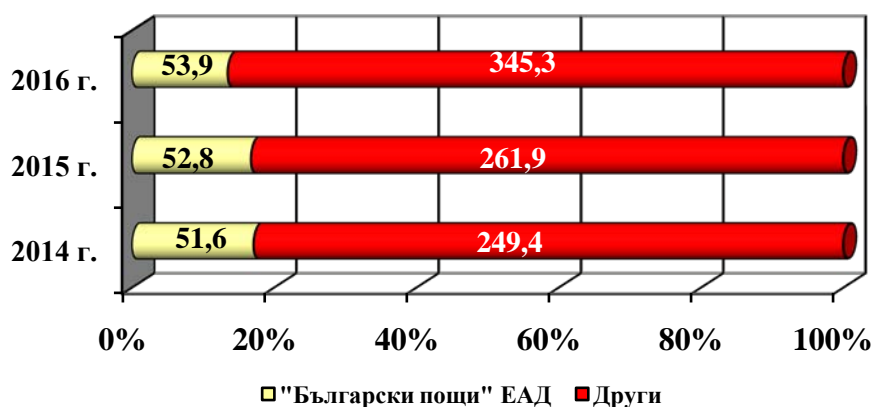
Фиг. 3

Източник: Данни, получени в КРС

Видно от фиг. 3, структурата се формира основно от куриерските услуги, които имат най-голям относителен дял (71%) от обема на пазара. Продължава тенденцията от предходните отчетни периоди на увеличение на дела на колетните пратки за страната и чужбина през 2016 г. спрямо 2015 г. за сметка на намаляващите пощенски пратки за страната и чужбина и услугата „хибридна поща“.

През 2016 г. пазарният дял на историческия пощенски оператор бележи намаление от 4 процентни пункта спрямо 2015 г. На фиг. 4 е проследено изменението на пазарния дял на БП в общите приходи от всички пощенски услуги, реализирани през последните три години.

Разпределение на приходите на пощенските оператори за 2014 г., 2015 г. и 2016 г. в (млн. лв.)



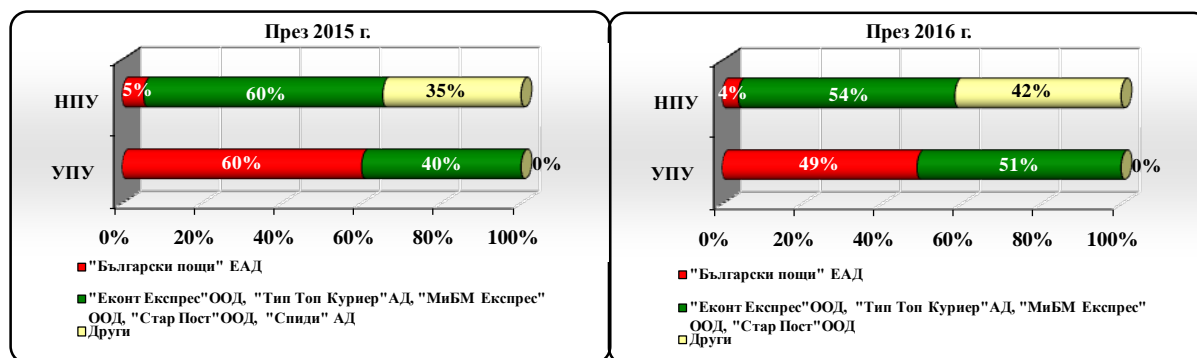
Фиг. 4

Източник: Данни, подадени в КРС

Основни причини за загубата на пазарен дял на историческия оператор са от една страна намаленият обем на реализираните услуги от пазарния сегмент УПУ, при относително запазване обема на приходите от пазарния сегмент НПУ, а от друга, значителният ръст на куриерските услуги, реализирани от конкурентните оператори.

На фигурите по-долу е представено разпределението на приходите по видове услуги, отчетени от пощенските оператори през 2015 г. и 2016 г.

Разпределение на приходите по видове услуги, отчетени от пощенските оператори



Фиг. 5

Източник: Данни, подадени в КРС

Предоставените в КРС данни сочат значително намаление - с 11 % на дела на задължения оператор от пазарния сегмент на УПУ, изчислен на база приходи през 2016 г. спрямо 2015 г. В сегмента на НПУ² пазарният дял на историческия оператор през 2016 г. спада с 1 % спрямо 2015 г. и достига до едва 4 на сто от общите приходи, реализирани от предоставените НПУ.

На долната фигура е представена структурата на потреблението на индивидуалните и бизнес потребители на пощенски услуги от пазарните сегменти на УПУ и НПУ.

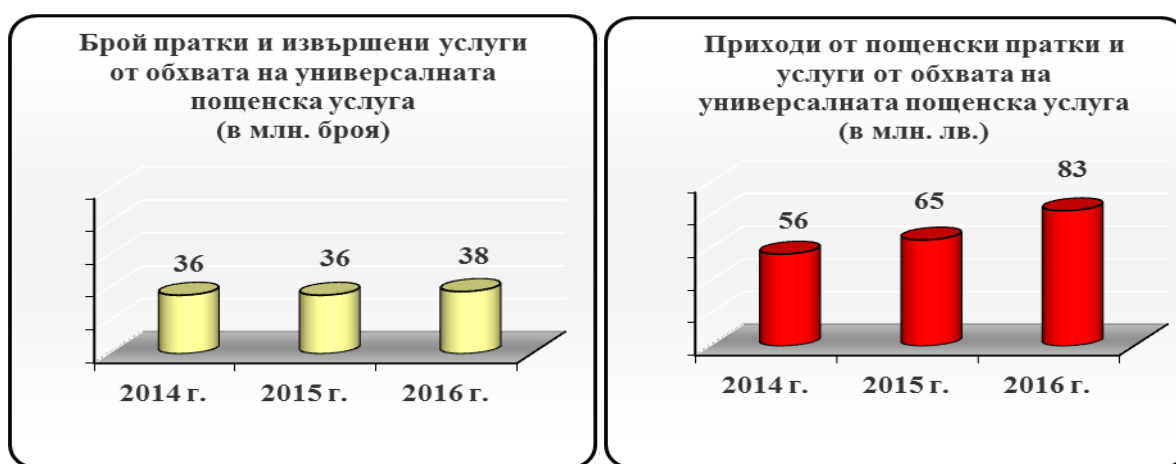
²² Включва услугите „пощенски парични преводи“, куриерски услуги, „хибридна поща“ и „пряка пощенска реклама“.

• „Еконт Експрес” ООД, „Тип-Топ Куриер” АД, „МИБМ Експрес” ООД, „Стар Пост” ООД, „Терра Пост Сървисис“ ЕООД и „Спиди” АД, чиито лицензии са издадени за извършване на услугите от обхвата на УПУ на част от територията на страната.

През изминалата 2016 година, с изключение на „Терра Пост Сървисис“ ЕООД, което е отбелязало, че не е извършвало дейност, посочените по-горе лицензирани оператори са представили данни за дейността си.

2. Обем и структура на пазара на УПУ

Съгласно обобщените в КРС данни, през 2016 г. приходите от УПУ възлизат на около 83 млн. лв. и бележат ръст спрямо 2015 г. в размер на около 27 %. Броят на реализираните пратки и услуги от обхвата на УПУ общо за страната и чужбина е около 38 млн. и бележи съвсем леко повишение спрямо предходната година.



Фиг. 6 и Фиг. 7

Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от фиг. 6 и 7, както през 2015 г., така и през 2016 г. се наблюдава изпреварващ темп на нарастване на приходите спрямо този на броя на пратките от обхвата на УПУ. По-бързият темп на нарастване на приходите се дължи на ръста на колетните пратки, както и на нарастването на пратките от обхвата на УПУ за чужбина, които имат сравнително по-високи цени от тези на кореспондентските пратки.

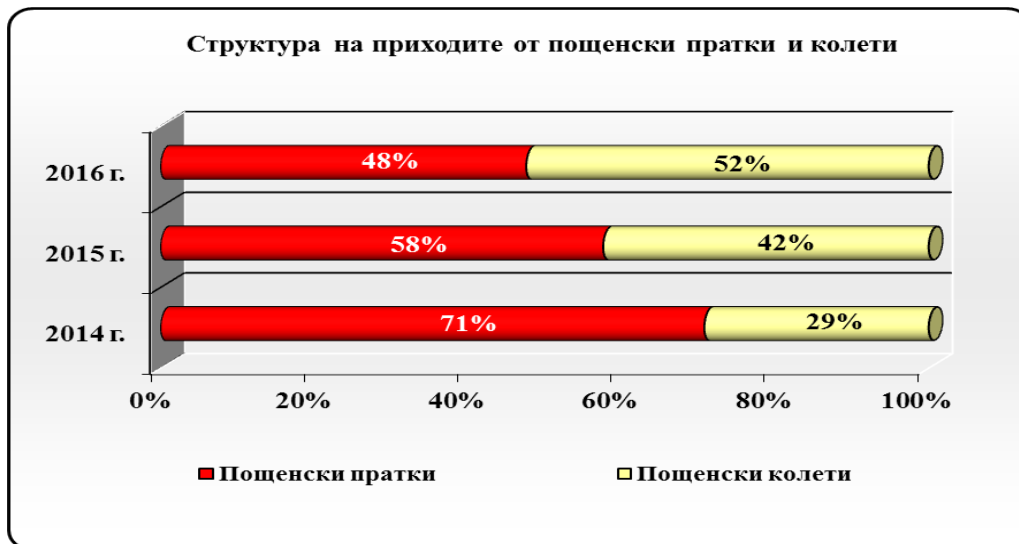
За целите на настоящия анализ, включените услуги в обхвата на УПУ са разделени условно на две групи - пощенски пратки⁴ (за страната и чужбина) и пощенски колети до 20 кг⁵ (за страната и чужбина)⁶.

На следващата фигура е представена структурата на реализираните приходи от пощенски пратки и пощенски колети до 20 кг за страната и чужбина.

⁴ Пощенските пратки включват кореспондентски пратки до 2 кг, малки пакети до 2 кг, печатни произведения до 5 кг, секограми до 7 кг и „пратки с предимство”/ „пратки без предимство”.

⁵ Пощенските колети са „обикновени“ и „с обявена стойност“.

⁶ Към някои от видовете пратки и колети, като допълнителни услуги по избор на потребителите, могат да се добавят услугите „препоръка” и „обявена стойност”.



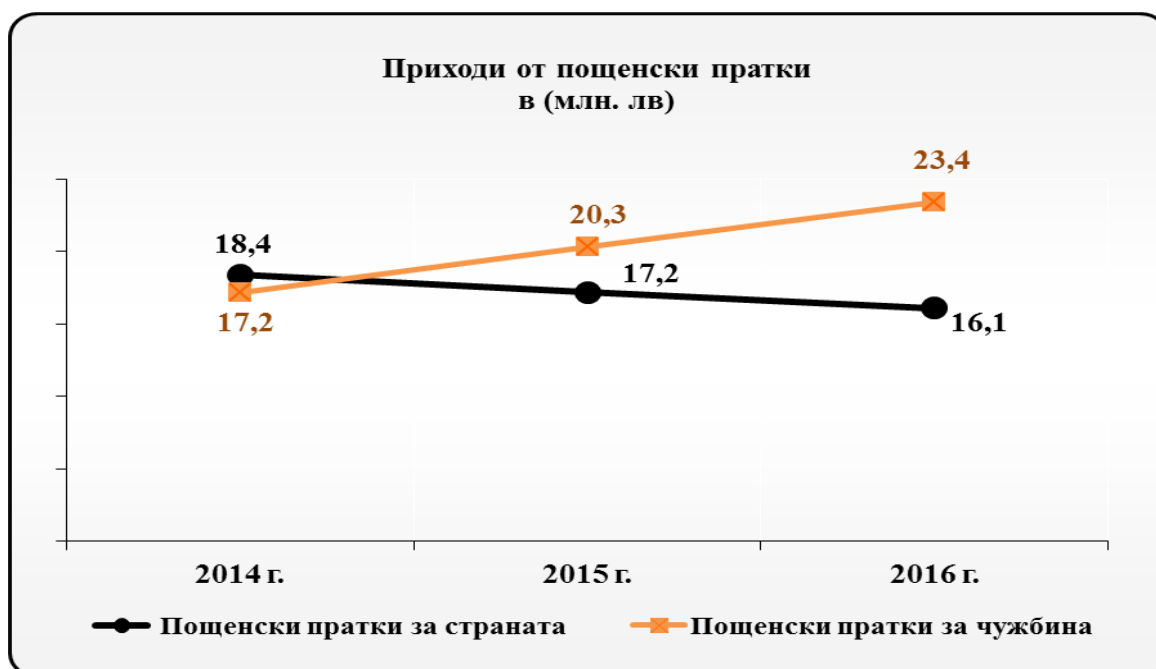
Фиг.8

Източник: Данни, подадени в КРС

От фиг. 8 е видно, че в тригодишен период 2014 г. – 2016 г. и в пазарния сегмент на услугите от обхвата на УПУ е валидна тенденцията на увеличение на дела на приходите от колетни пратки за сметка на намаляващия дял на тези от пощенски пратки. Приходите от колетните пратки нарастват с 10 процентни пункта в сравнение с 2015 г.

Приходите от пощенските пратки за страната възлизат на 16,1 млн. лв., като 86 % от тях са отчетени от БП. Приходите от кореспондентски пратки до 2 кг заемат най-значителен дял от приходите от пощенски пратки. Общият брой на кореспондентските пратки е около 22,9 млн.

На фиг. 9 са представени измененията в развитието на приходите от пощенски пратки за страната и чужбина за периода 2014 г. – 2016 г.



Фиг. 9

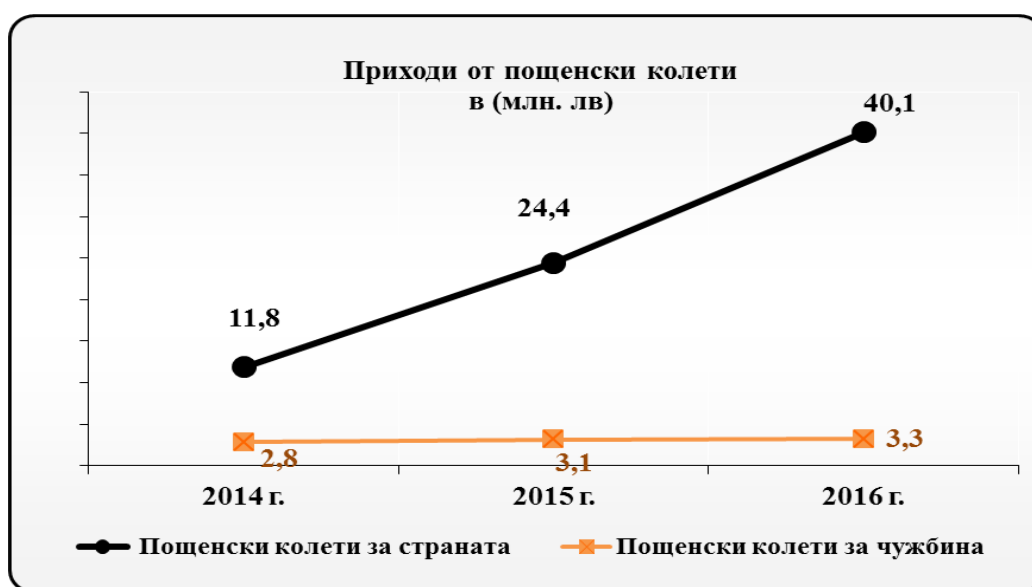
Източник: Данни, подадени в КРС

Данните сочат, че приходите от пощенски пратки за страната продължават да намаляват, като наблюдаваният спад през 2016 г. е в размер на 6 % спрямо 2015 г. В сравнение с предходната 2015 г. се наблюдава намаление от около 6 % и в отчетения брой пратки в тази група. Тази низходяща тенденция е резултат на замененото потребление на традиционни пощенски услуги с различни електронни съобщителни услуги.

БП е формирало 86% от приходите в групата на пощенските пратки за страната, „МИБМ Експрес“ ООД - около 11 % , а останалите 3 % от приходите са реализирани общо от „Еконт Експрес“ ООД, „Тип-Топ Куриер“ АД и „Стар Пост“ ООД.

През 2016 г. приходите от изходящи международни пратки възлизат на около 23, 4 млн. лв., а общият им брой е приблизително 5 млн. бр. В сравнение с 2015 г. през 2016 г. приходите на международните пратки нарастват с 15%, а броят им със 7 %.

Приходите, реализирани от предоставяне на колетни пратки за страната и чужбина, общо възлизат на 43,4 млн. лв., а броят им - на 9 млн.



Фиг. 10

Източник: Данни, подадени в КРС

От горната фигура е видно, че отчетените приходи от колетни пратки до 20 кг за страната за 2016 г. са нараснали с 64 % в сравнение с 2015 г. Съгласно обобщените данни, около 40 % от всички приходи от колетни пратки за страната до 20 кг са формирани от колетни пратки, генерирани от електронна търговия.

Както през предходната 2015 г. така и през 2016 г. нарастването на приходите от услугите, включени в обхвата на УПУ основно се дължи на нарастването на приходите от приети и доставени пощенски колети за страната до 20 кг от „Еконт Експрес“ ООД. За 2016 г. пощенският оператор отчита увеличение с около 40 % на броя на колетните пратки за страната и ръст на приходите от 66 % от тази услуга в сравнение с предходния отчетен период (01.01.-31.12.2015 г.). За 2016 г. „Спиди“ АД отчита брой и приходи единствено от предоставяне на колетни пратки до 20 кг за страната, които в едногодишен период са нараснали близо 3 пъти. С незначителни дялове в пазарния сегмент на колетните пратки за страната до 20 кг са броя и приходите, реализирани от „МИБМ Експрес“ ООД, „Тип-Топ Куриер“ АД и „Стар Пост“ ООД.

През 2016 г. услугата „пощенски колет до 20 кг за чужбина” е предоставяна основно от БП. В сравнение с 2015 г. се наблюдава ръст на приходите от тази услуга в размер на 5 %.

3. Потребители на УПУ

За целите на анализа потребителите на УПУ са разделени на две групи: бизнес и индивидуални потребители.

Съотношението на количествата пощенски пратки и услуги от обхвата на УПУ, предоставени на бизнес и на индивидуални потребители от БП през 2016 г., е съответно 34,5% към 65,5%. По данни на БП индивидуалните потребители най-често са употребявали препоръчани кореспондентски пратки, малки пакети, колет без и с обявена стойност, а бизнес потребителите на УПУ – услугите „непрепоръчани и препоръчани вътрешни и международни кореспондентски пратки” до 50 гр. без предимство и препоръчани пратки с известие за доставяне.

„МиБМ Експрес” ООД предоставяло услуги на около 99,97% на бизнес потребители и само на 0,3% индивидуални потребители.

През 2016 г. услугите от обхвата на УПУ, които е извършвало „Еконт Експрес” ООД, са били използвани от бизнес и индивидуални потребители в съотношение 24,4% към 75,6%.

На графиката по-долу, групирано по сектори, е показано потреблението за страната и чужбина на бизнес потребителите, ползвали през 2016 г. предлаганите от всички лицензирани оператори услуги от обхвата на УПУ.



Фиг. 11

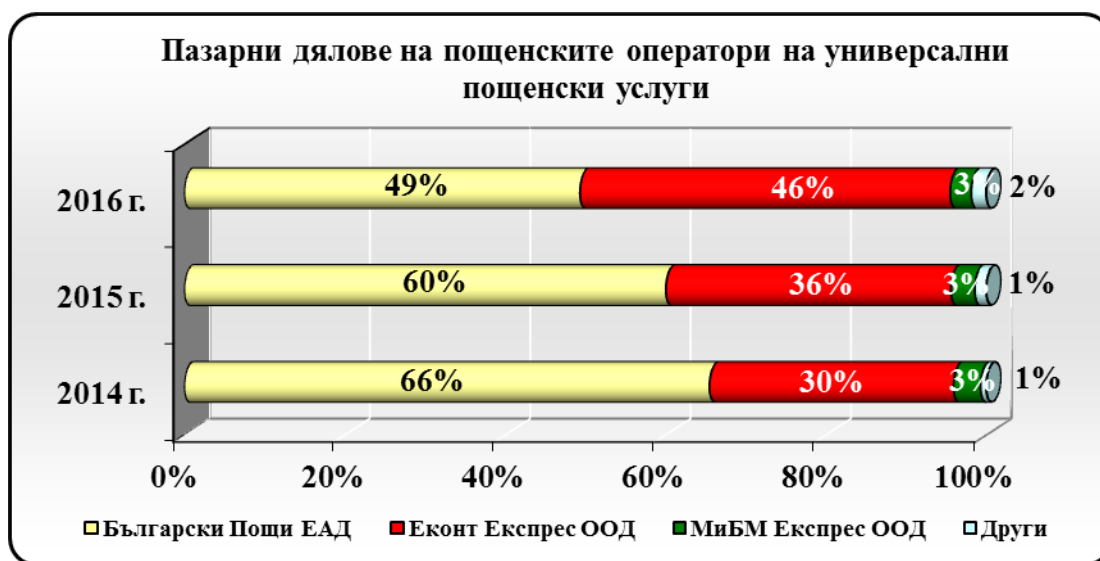
Източник: Данни, подадени в КРС

Според графиката, с най-голямо потребление на пощенски пратки и колет и през 2016 г. е публичният сектор – 47 %. В сравнение с предходната 2015 г. потреблението на публичния сектор остава непроменено. Към този сектор са включени министерства, общини, осигурителни компании, агентства и др. Втори по дял с 35% са бизнес потребителите, извършващи обществени услуги – обществен сектор, като ВиК, електроразпределителни и телекомуникационни компании и други. Делът на тези

потребители е нараснал с 11 процентни пункта в сравнение с предходния отчетен период. Ръст от 7 процентни пункта се наблюдава при потреблението на бизнес потребителите от търговския сектор, докато при потребители от финансовия сектор (банки и други финансови институции) е регистриран спад от 3 процентни пункта в сравнение с предходната отчетна година.

4. Състояние на конкуренцията при УПУ

В пазарния сегмент на УПУ през 2016 г. се наблюдава засилена конкуренция между двама основни участника – БП и „Еконт Експрес” ООД. Свидетелство за това са почти изравнените пазарни дялове на тези участници.



Фиг. 12

Източник: Данни, подадени в КРС

Според данните на фиг. 12, пазарният дял на БП е 49 %, който в сравнение с предходната 2015 г. е намалял с 11 процентни пункта. Загубеният пазарен дял на БП е завзет от „Еконт Експрес” ООД, чийто дял е 46%.

Спрямо предходния отчетен период „МиБМ Експрес” ООД запазва непроменен пазарен дял от 3 %. Дейност и приходи от предоставени услуги от обхвата на УПУ отчита и „Спиди“ АД, но заедно със „Стар Пост” ООД и „Тип Топ Куриер“ АД формират общ пазарен дял от 2 % (представен като „други“ на фиг. 13).

Въпреки нарасналата пазарна мощ на „Еконт Експрес” ООД за сметка на тази на БП, през 2016 г., за поредна година конкуренцията в този пазарен сегмент, измерена чрез индекса ННІ⁷ и коефициента CR4⁸, се характеризира като слаба, с високо ниво на концентрация.

БП е реализирал 86 % от всички отчетени приходи за страната от кореспондентски пратки до 2 кг; 92 % от всички приходи от печатни произведения; 98 % от всички приходи от международни услуги от обхвата на УПУ. „Еконт Експрес” ООД е лидер при предоставяне на услугата пощенски колети за страната до 20 кг – с дял от около 95 % от всички отчетените приходи от тази услуга за страната.

⁷ ННІ - Индекс на Херфиндал-Хиршман (Herfindahl-Hirschman Index) - измерител за пазарна концентрация.

⁸ CR4 - (CR - Concentration Ratio) - показател за концентрация, който характеризира не целия пазар, а само позицията на най-големите участници в него.

III. Предоставяне на НПУ

1. Обхват и участници на пазара

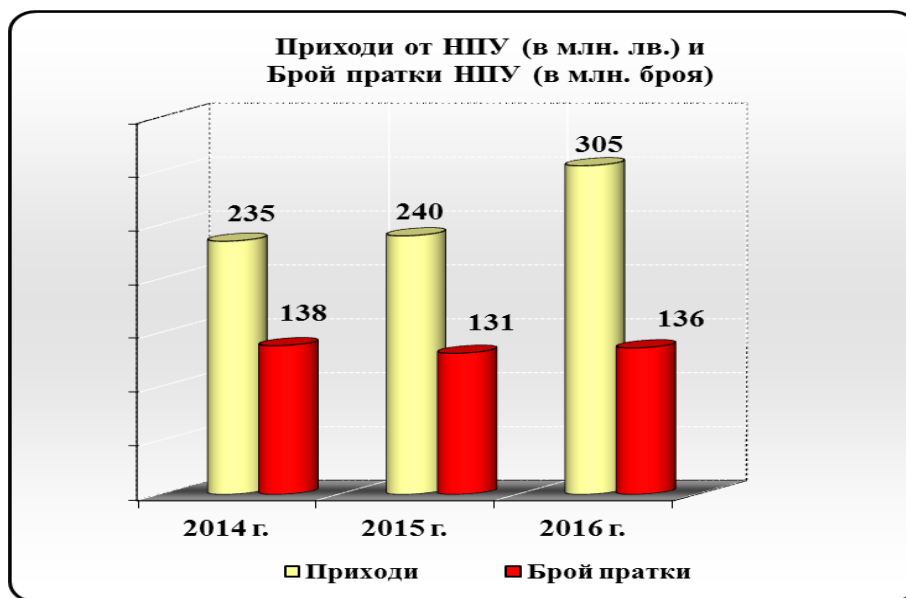
За целите на настоящия анализ, в обхвата на НПУ са включени предоставянето на куриерски услуги до 35 кг, хибридна поща, пряка пощенска реклама и допълнителните услуги („наложен платеж” и „известие за доставка”)⁹.

1.1. Участници на пазара на НПУ

От вписаните в регистъра 151 пощенски оператори, обявили намеренията си да предоставят услуги от обхвата на НПУ, 69 реално са предоставяли НПУ, а 40 са декларирали, че през отчетния период не са извършвали дейност.

1.2.Обем и структура на пазара на НПУ

Приходите от НПУ през 2016 г. (куриерски услуги до 35 кг, хибридна поща, пряка пощенска реклама, наложен платеж и известия за доставяне) са в размер на 305 млн. лв., като в сравнение с 2015 г. са нараснали с около 27% (фиг. 13). За същия период общият брой на обработените пратки е 136 млн.бр., което е увеличение с 3% спрямо 2015 г.



Фиг. 13

Източник: Данни, подадени в КРС

Ръстът на приходите от НПУ за периода се дължи на увеличаване на приходите от куриерски пратки за страната с 29% спрямо предходния отчетен период. Това нарастване до голяма степен е свързано с увеличените приходи от услугата „наложен платеж“ близо два пъти спрямо 2015 г.

Броят на обработените пощенски пратки се увеличава спрямо предходния отчетен период и се доближава до нивата от 2014 г., което дава оптимистични прогнози за развитието на сегмента.

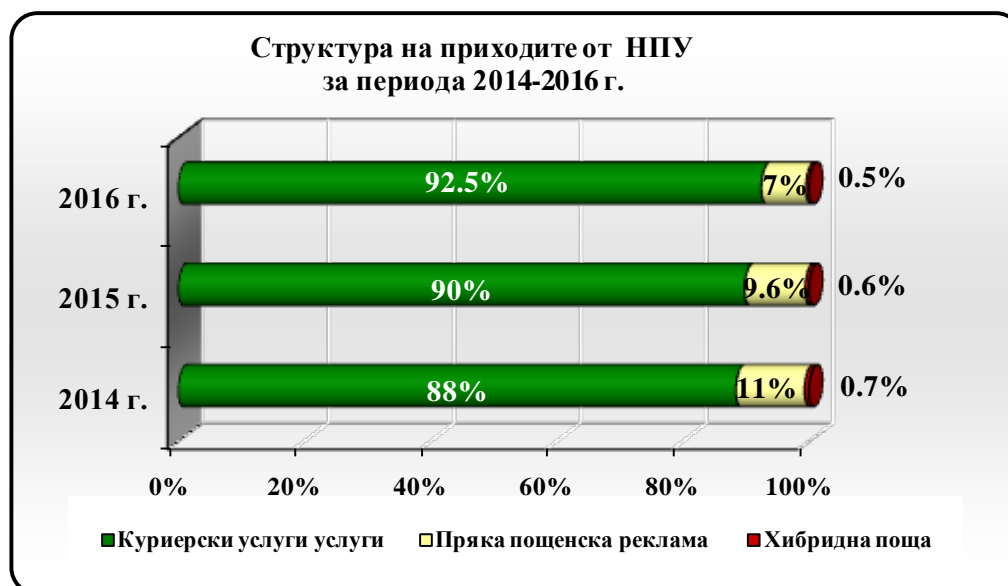
⁹ Посочените услуги са съпътстващи към УПУ и НПУ и не може да се предоставят самостоятелно

Десетте оператора с най-голям относителен дял¹⁰ в обема на приходите от този пазарен сегмент, според предоставените в КРС данни, са:

- БП;
- „Дид Експрес“ ЕООД;
- „Ди Ейч Ел България“ ЕООД;
- „Еконт Експрес“ ООД;
- „Ин Тайм“ ООД;
- „Лео Експрес“ ЕООД;
- „МИБМ Експрес“ ООД;
- „Рапидо Експрес енд Лоджистикс“ ООД;
- „Спиди“ АД;
- „ТНТ България“ ЕООД.

През 2016 г. десетте оператора с най-големи пазарни дялове от предоставянето на куриерските услуги, хибридна поща и пряка пощенска реклама са формирали 88% от приходите в сегмента на НПУ.

По отношение на структурата на приходите от предоставяне на НПУ за периода 2014 – 2016 г. не се наблюдават съществени изменения.



Фиг.14

Източник: Данни, подадени в КРС

През разглеждания период куриерските услуги формират ежегодно близо 90% от пазара на НПУ. В едногодишен период техният дял е нараснал с близо 3 процентни пункта, а този на пряка пощенска реклама е намалял с около 3 процентни пункта. Приходите от хибридна поща формират под 1% от общия размер на приходите от НПУ.

През 2016 г. приходите от куриерски услуги са в размер на 282 млн.лв., като в едногодишен период те нарастват с 31%. Общият брой приети, пренесени и доставени куриерски пратки е в размер на 48 млн. бр., което е нарастване с 27% спрямо 2015 г.

Нарастването и на приходите, и на пратките през отчетния период показва подем на пазара на куриерски услуги, като основен двигател на бизнеса е електронната търговия.

¹⁰ Операторите са подредени по азбучен ред, а не по големина на пазарния дял

Приходите от куриерски услуги за чужбина са 73 млн.лв., което е с 36% повече от 2015 г., а броят пратки намалява с 9%. Голямото нарастване на приходите, съпоставено с намаляване на броя на пратките, се дължи на по-високите цени на международните услуги, предоставяни от пощенските оператори.

Операторите, предоставяли куриерски услуги за чужбина през 2016 г., са 36, което е с пет оператора повече в сравнение с 2015 г. От тях 11 са предоставяли само международни куриерски услуги.

Операторите, предоставяли услугата „хибридна поща“ през 2016 г., са шест: „МИБМ Експрес“ ООД, БП, „Стар Пост“ ООД, „Европът 2000“ АД, „Тип Топ Куриер“ АД и „Е-Пост“ ЕООД и техният брой остава непроменен спрямо предходния отчетен период.



Фиг. 15

Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от данните на фиг. 15, тенденцията на спад на приходите и броя на пратките от извършване на услугата „хибридна поща“ продължава и през 2016 г. Приходите от предоставянето на услугата възлизат на 21 млн.лв. и са намалели със 7% спрямо 2015 г. През 2016 г. броят на обработените пратки намалява с 6% спрямо предходния отчетен период.

Спадът, както в броя на пратките, така и в приходите, може да се обясни с отказа на все повече потребители да получават сметките си за комунални услуги на хартиен носител. Големите комунални оператори, банковият сектор и мобилните оператори провеждат все по-активни кампании за намаляване на хартиените фактури и заменянето им с електронни такива като финансова и екологична мярка.

Услугата „пряка пощенска реклама“, която влиза в обхвата на НПУ през 2016 г., е предоставяна от БП, „Е-Пост“ ЕООД, „МиБМ Експрес“ ООД и „Про Логистик“ ЕООД.

През изминалата година пратките от услугата „приемане, пренасяне и доставяне на пряка пощенска реклама“ са намалели с 11% в сравнение с 2015 г., а приходите са нараснали с близо 3%, което може да е свързано с промяна в условията по договорите с големите клиенти.

Намалението в броя на тези услуги може да се дължи на предпочитанията на големите търговски вериги да провеждат своята рекламна кампания чрез неадресирани идентични брошури или т.нар. „безадресна доставка“, като използват частни лица на договор за разноса им до пощенските кутии на потребителите.

2. Развитие и проблеми свързани с доставката на пратки генерирани от електронната търговия

Електронната търговия през последните години е значим фактор за предприемаческата бизнес активност в световен мащаб. Това в голяма степен се дължи на специфичната организация и обхват на дигиталната търговия. От една страна задоволява потребностите на потребителите от различни продукти, а от друга преодолява ограниченията за място и време.

Според проучване на Economy.bg, онлайн търговията в България през 2016 г. бележи ръст с около 14%, докато ръстът за цяла Европа е 12%. В проучването се посочва, че през изминалата година 1,3 милиона българи са пазарували онлайн, а оборотът на онлайн търговията у нас възлиза на 340 милиона долара¹¹.

По отношение на начините на доставка, в проучването е посочено, че все още най-предпочитан начин на получаване е доставката до вкъщи. Много скоро, в световен мащаб, се очакват иновативни нововъведения като доставки с дрон, с робот или с хибридни автономни автомобили.

Все по-голяма популярност в Западна Европа придобива начинът на доставка „Click&Collect“, при който потребителят си избира стоки и продукти онлайн, след което посочва точка, от която той самият си ги взима. Този вид доставка е предпочитана предимно за бързооборотните стоки, като се наблюдава непрекъснато разширяване на точките за получаване на доставката. Потребителят може да си получи покупките от шкафчета в самите магазини, в пощенските офиси и в метростанциите.

По данни на 71% от пощенските оператори, извършващи НПУ през 2016 г., приходите от доставка на пратки, генерирани от електронната търговия, формират 35% от общия размер на приходите от куриерски услуги.

Въз основа на тези данни пратките, генерирани посредством електронната търговия, имат тенденция на увеличение и дават оптимистични прогнози за развитието на този пазарен сегмент.

Основен фактор за успешната реализация на електронната търговия е бързината, както по отношение на контакта на потребителя с онлайн платформата, така и по отношение на доставянето на поръчаната стока. И докато осъществяването на контакт на потребителя с онлайн платформата е предимство по отношение на бързината, то доставката ѝ би могло да компрометира това предимство. Рисковете с доставката най-често се свързват с неизпълнение, частично забавяне или повреждане на стоката.

Според данни на Националния статистически институт (НСИ) проблемите, с които се срещат българските потребители при поръчки или покупки на стоки през интернет, са следните¹²:

¹¹ <http://www.economy.bg/topnews/view/27615/14%25-ryst-na-onlajn-tyrgoviyata-u-nas-prez-2016>

¹² www.nsi.bg/bg/content/2830/електронна-търговия

Видове проблеми	2015 г.	2016 г.
Техническа повреда в уебсайта по време на поръчване или плащане	4,8%	4,1%
Трудности при намиране на информация относно гаранции и други законови права	9,9%	4,9%
Времето за доставка е по-дълго от посоченото	11,7%	7,1%
Крайните разходи са по-високи от посочените (напр. по-висока цена за доставка)	3,0%	1,3%
Доставени са погрешни или повредени стоки	3,8%	3,7%
Проблеми, свързани с измама (напр. стоките/услугите не са получени изобщо, финансови загуби вследствие на злоупотреба с данните от кредитната Ви карта и др.)	1,8%	0,4%
Трудности при подаване на оплакване и искане на обезщетение или получаване на незадоволителен отговор след подадено оплакване	2,6%	1,3%
Чуждестранните търговци не работят с България (напр. не приемат поръчки или разплащателни карти от други държави)	1,8%	1,7%
Други	3,9%	2,6%

Източник: НСИ

Подобно на 2015 г. през изминалата година най-голям процент от потребителите посочват като проблем времето за доставка на стоките поръчани онлайн, следвани от проблеми свързани с трудности при намиране на информация относно гаранции и други законови права. Въпреки, че основните проблеми, посочени от потребителите и за двете години остават същите, през 2016 г. има значително намаляване на потребителите, които са срещнали някои от изброените проблеми с пазаруването онлайн. При доставката на стоки, поръчани онлайн за 2015 г., 11,7% от потребителите са имали затруднения, докато през 2016 г. този процент е 7,1%, което показва значително подобрене в работата на пощенските оператори по отношение на доставката на стоки поръчани онлайн. По отношение на проблемите, свързани с трудности при намиране на информация относно гаранции и други законови права потребителите, които са изпитали подобни затруднения, през 2016 г. са намалели с 5% в сравнение с 2015 г.

3. Предоставяне на услугата „пощенски парични преводи” (ППП)

3.1. Участници на пазара

С издаването през 2016 г. на индивидуална лицензия за извършване на ППП на „Лео Експрес” ЕООД, броят на пощенските оператори, лицензирани за извършване на услугата ППП възлиза на 18. От тях само 11 пощенски оператори са отчели дейност за периода по предоставяне на ППП: БП, „Еконт Експрес” ООД, „Спиди” АД, „Тип Топ Куриер” АД, „Европът 2000“ АД, „Фактор И.Н.” АД, „Изипей” АД, „Тойота Тиксим“ ЕООД, „Експрес Пей” ЕООД, „Интеркапитал Груп” АД и „Рапидо Експрес енд Лоджистикс” ООД.

3.2. Обем на пазара и пазарни дялове

Съгласно предоставените данни в КРС, към 31.12.2016 г. всички активни участници общо са предоставили около 10 млн. бр. пощенски парични преводи, а отчетените приходи от тях са около 11 млн. лв.

БП отчита 1,4 млн. броя ППП, от които са постъпили 4,3 млн.лв. Спрямо 2016 г. операторът отчита намаление в размер на 12 % в отчетените обеми ППП, а приходите са спаднали с 11%. С оглед на най-добре развитата мрежа историческият пощенски оператор е предоставял тази финансова услуга в 2980 места за достъп, от които 639 в градовете и 2341 в селата.

„Еконт Експрес” ООД отчита 7,7 млн. бр. ППП за 2016 г. и 6,1 млн. лв. приходи от тях. В сравнение с 2015 г. регистрираното увеличение е в размер на 40% при обемите и около 60 % при реализираните приходи от услугата. Дружеството разполага с 1 собствен офис, в който се предоставя услугата и 587 бр. офиси по договори, сключени съгласно чл. 22 от ЗПУ.

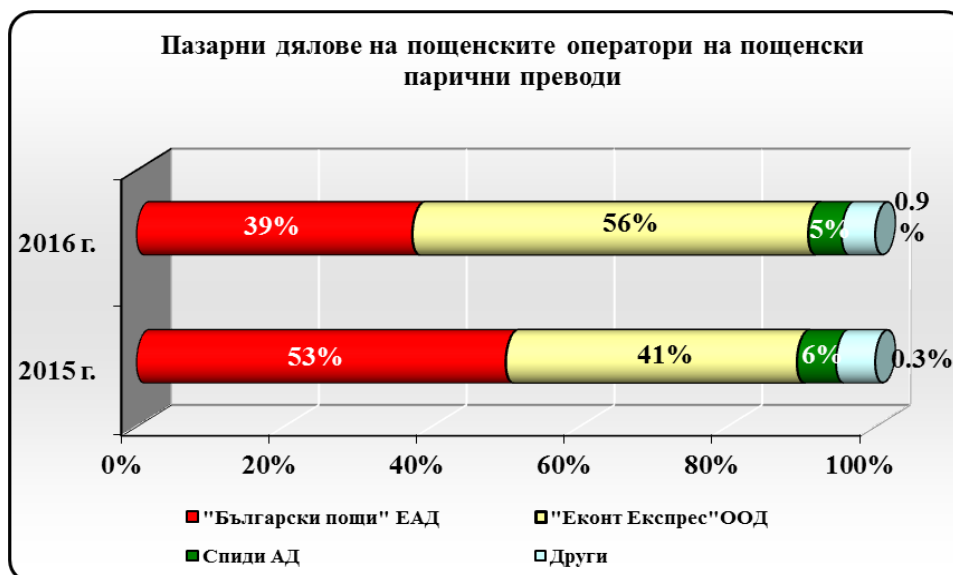
С отчетените от „Изипей” АД около 6800 лв. приходи от ППП е регистриран ръст от около 25 %, съпоставени с отчетените приходи от оператора за 2015 г.

За едногодишен период реализираните приходи от ППП, отчетени от „Експрес Пей” ЕООД, са на стойност едва 0,1 млн. лв. и са равни на отчетените за предходната 2015 г.

Отчетените обеми и приходи от ППП от „Спиди” АД през 2016 г. са почти равни на тези от 2015 г.. Всичките отчетени ППП от този пощенски оператор са били експресни преводи.

При "Интеркапитал Груп"АД се наблюдава ръст при обемите и при приходите от ППП, съответно с 46 % при обемите и с 55 % при приходите.

На фиг. 16 е представено разпределението на приходите, реализирани от извършване на услугата ППП на тримата основни участници в този сегмент.



Фиг. 16

Източник: Данни, подадени в КРС

През 2016 г. за първа година с най-голям дял в приходите от 56% е „Еконт Експрес“ ООД. В сравнение с 2015 г. дялът на „Еконт Експрес“ ЕООД е нараснал с 15 процентни пункта. Второ място по пазарен дял в приходите от предоставянето на ППП с 39 % заема задължения пощенски оператор БП. Спадът в пазарния дял на оператора се наблюдава от 2011 г., независимо от гъстотата на пощенската му мрежа и добре познатата търговска

марка. През наблюдавания период пазарният дял на „Спиди“ АД е нараснал само с един процентен пункт.

4. Състояние на конкуренцията при НПУ

Състоянието на конкуренцията на пазара на НПУ и на предоставянето на услугата „пощенски парични преводи“ се оценява чрез изчисляването на индекса ННІ, и коефициента CR. Стойностите на двата показателя (на ННІ - 1324 и на CR5 – 71,5%) през 2016 г. определят пазарния сегмент на НПУ като сравнително конкурентен със средна към умерена концентрация. При изчисляване стойността на коефициента CR5 са взети пазарните дялове на петте оператора - „Ди Ейч Ел България“ ЕООД; „Еконт Експрес“ ООД „МИБМ Експрес“ ООД, „Спиди“ АД и “ТНТ България“ ЕООД. През 2016 г. петте посочени оператора са формирали пазарни дялове на пазара на НПУ между 6 % и 23 %, като горната граница на пазарен дял се запазва почти непроменена спрямо 2015 г.

Сегментът на пощенските парични преводи се определя като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация (стойността на ННІ е 4620, а на CR4 - 99,7%). При изчисляване стойността на коефициента CR4 са взети пазарните дялове на четирите оператора - БП, „Еконт Експрес“ ООД, „Рапидо Експрес енд Лоджистикс“ ЕООД и „Спиди“ АД.

IV. Регулиране на пазара на пощенските услуги

През 2016 г. приоритетните дейности на КРС по регулиране на пазара на пощенски услуги бяха съсредоточени в следните насоки:

1. Оценка за наличието на несправедлива финансова тежест от извършването на универсалната пощенска услуга и изготвяне на предложение за размера на компенсацията

В съответствие с разпоредбата на чл. 29а, ал. 1 от ЗПУ, операторът със задължение за извършване на УПУ „Български пощи“ ЕАД представи в КРС заявление за получаване на компенсация на нетните разходи и несправедливата финансова тежест от предоставяне на услугата през 2015 г.

В изпълнение на законовите си задължения по чл. 29б, ал. 5, чл. 29а, ал. 3 от ЗПУ, КРС проведе процедура за определяне на изпълнител¹³ на обществена поръчка с предмет: „Проверка за прилагане на системата за разпределение на разходите на „Български пощи“ ЕАД и одит на внесените документи, свързани с изчислението на нетните разходи от извършване на универсалната пощенска услуга за 2015 г.“. Въз основа на фактическите констатации от извършения одит КРС прие следните решения:

- Решение № 437 от 29.08.2016 г. за съгласуване на получените резултати от системата за разпределение на разходите по видове услуги на „Български пощи“ ЕАД;
- Решение № 513 от 06.10.2016 г. относно наличието на несправедлива финансова тежест от извършването на универсалната пощенска услуга и определяне на размера на компенсация, дължима на „Български пощи“ ЕАД за извършване на УПУ през 2015 г.

Съгласно оценката на одитора: нетните разходи от извършване на УПУ за 2015 г., преди отчитане на нематериалните ползи и стимулите за ефективност на разходите, са в размер на 15,142,087 лв. След коригиране с паричния еквивалент на нематериалните ползи

¹³ Изпълнението на поръчката беше възложено от КРС на „КПМГ БЪЛГАРИЯ“ ООД - с договор № 03-08-27/16.05.2016 г.

(в размер на 1,171,845 лв.) и с паричния еквивалент на стимулите за ефективност (в размер на 623,064 лв.) общият размер на нетните разходи е 13,347 хил. лв.

Докладът за фактически констатации от извършения одит е публикуван при съблюдаване на изискванията за опазване на търговската тайна на страницата на КРС в интернет, в раздел „Области на регулиране” – Пощи.

Въз основа на оценката за наличието и размера на несправедливата тежест от предоставяне на УПУ за 2015 г. КРС определи дължимата компенсация на БП в размер на 13,347 хил. лв. В съответствие с разпоредбата на чл. 15, ал.1 т. 16, Комисията предложи на министъра на финансите да включи определената компенсация в проекта на закон за държавния бюджет на Република България за 2017 г.

2. Измерване и отчет за изпълнение на нормативите за качеството на УПУ и ефикасността на обслужване

В изпълнение на задължението си по чл. 15, ал. 1, т. 7 от ЗПУ КРС проведе процедура и определи изпълнител¹⁴ на обществена поръчка с предмет: „Измерване на времето за пренасяне „от край до край” на единични вътрешни пощенски пратки с предимство и на пощенски колети в мрежата на оператора със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга през 2016 г.”. Въз основа на целогодишната дейност по осъществяване на обществената поръчка бяха направени следните констатации относно резултатите от измерването на изпълнението на нормативите за качество¹⁵ за времето за пренасяне на пощенските пратки (нормативи):

2.1. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки с предимство

При норматив за качество по отношение на времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки с предимство за Д+1 – не по-малко от **80%** от пощенските пратки и за Д+2 – не по-малко от **95%** от пратките, на годишна база (2016 г.) резултатите от измерването са съответно **59.7%** и **86.1%**.

Време за пренасяне „от край до край”	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2014 г.	Резултати 2015 г.	Резултати 2016 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	67,2%	71,4%	59.7%
Д+2	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	90,3%	92,2%	86.1%

Видно от горната таблица, през 2016 г. тенденцията за постепенно подобряване на резултатите е прекъсната. Измерените резултати бележат чувствителен спад, особено за Д+1, което значително ги отдалечава от нормативите.

¹⁴ „ПрайсуотърхаусКупърс България” ЕООД

¹⁵ Нормативи за качество на универсалната пощенска услуга и ефикасността на обслужване, обн. ДВ.бр.64 от 19 август 2011 г.

2.2. Време за пренасяне на вътрешни пощенски колетни пратки

За пръв път през 2016 г. се прави измерване на времето за пренасяне „от край до край” на пощенски колетни от независима външна организация. Резултатите са представени в следващата таблица:

Време за пренасяне „от край до край”	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2016 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от колетните пратки	53.2%
Д+2	Не по-малко от 95% от колетните пратки	92%

Резултатът за Д+1 е далеч от норматива, но резултатът за Д+2 е почти постигнат.

С оглед подобряване на качеството на предоставяната УПУ, по време на ежегодните измервания за изпълнение на нормативите КРС периодично е уведомявала задължения оператор за междинните резултати по тримесечия. На годишна база са давани и препоръки за подобряване качеството на услугата. В съответствие с правомощията си по чл. 105б от ЗПУ, КРС е предприела съответните административнонаказателни мерки.

Резултатите за времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пратки без предимство и на международни пратки, както и резултатите за сроковете за обработване на рекламации са дадени в табличен вид с коментари и пояснения в Приложение 1 „Други резултати от измерване на качеството на УПУ” към доклада.

3. Обезпечаване на пощенската сигурност

Пощенската сигурност е важен фактор за качествено предоставяне на пощенските услуги, тъй като спомага за предотвратяване и ограничаване на материалните и финансови щети, понасяни от потребителите и пощенските оператори. Предвид международната обстановка все повече се засилва ролята на пощенската сигурност в борбата срещу тероризма. Доколкото българската пощенска система е тясно свързана с международната, обезпечаването на пощенската сигурност на национално ниво е част от обезпечаването на пощенската сигурност на глобално ниво. Изискванията за пощенска сигурност имат задължителен характер, независимо от територията, на която се прилагат, и статута на пощенските оператори.

ЗПУ дава правната рамка, регламентираща общите изисквания, свързани с осигуряването на пощенската сигурност, както и санкциите при тяхното нарушаване. С подзаконов нормативен акт – Наредба № 6 за изискванията за пощенската сигурност (обн., ДВ, бр. 90 от 15.11.2011 г.), се прецизират изискванията, създаването на организация и мерките, които се отнасят до предотвратяване на:

- посегателствата върху пощенските пратки от страна на външни лица и служители на пощенските оператори;
- посегателствата срещу безопасността на персонала, сградите и имуществото на пощенските оператори;
- пренасянето чрез пощенските пратки на забранени и опасни стоки, предмети и вещества;

- използването на неистински и невалидни пощенски марки, пощенски продукти с отпечатан знак за цената за заплащане на универсална пощенска услуга, пощенски печати и клейма, пощенски формуляри и документи и др.;
- изпирането на пари чрез националната пощенска инфраструктура.

Във връзка с разпоредбата на чл. 13, т. 4 от Наредба № 6, пощенските оператори разработват вътрешни правила за действие на служителите при съмнение за наличие в пощенските пратки на оръжия, боеприпаси, пиротехнически изделия, взривни, запалителни или други опасни вещества и предмети. Правилата по чл. 13, т. 4 се съгласуват с компетентните органи на Министерството на вътрешните работи и Държавна агенция „Национална сигурност” (ДАНС/Агенцията). По сведения на ДАНС, през 2016 г. Агенцията е съгласувала вътрешните правила на 2 дружества.

Пощенските оператори, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи”, са длъжни съгласно условията на издадената им индивидуална лицензия да изготвят вътрешни правила за контрол и предотвратяване изпирането на пари, които се утвърждават от председателя на ДАНС. По сведения на ДАНС към края на 2016 г. почти всички пощенски оператори, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи”, са изпълнили горното лицензионно задължение.

По сведения от въпросниците, попълнени от пощенските оператори, превантивните мерки, които те най-често предприемат за недопускане в пощенската мрежа на забранени предмети и вещества, са: физически контрол и опаковане на пратките в присъствието на служител на оператора, като при отказ пратката не се приема от някои оператори; декларация от клиента; периодичен инструктаж и/или специализирани обучения по сигурността на служителите; подготовка и разпространение на информационни материали, посочващи признаци за наличие на забранени предмети и вещества. Вече не е новост видеонаблюдението, особено при по-големите оператори, със собствени видеокамери или чрез СОТ охрана. В някои от големите куриерски фирми се изготвя ежедневен анализ и оценка на риска от служители от отделите по сигурността. Две от големите международни куриерски фирми поддържат сертификат за сигурност TAPA Class A.

Най-често срещани от операторите забранени за влагане в пощенските пратки предмети и вещества по чл. 90 и чл. 91 от ЗПУ са: оръжие и боеприпаси; аерозоли; тютюн; пари; наркотични вещества, прекурсори и техни аналози. Във всички случаи се уведомяват МВР и/или митническите органи.

Чл. 14 от Наредба № 6 изисква от пощенските оператори във връзка с недопускане в пощенските пратки на забранени предмети и вещества да доставят, монтират, въвеждат в експлоатация и поддържат за своя сметка необходимите технически устройства и софтуер и при необходимост да осигуряват ползването им по възмезден начин от други пощенски оператори или да ползват при необходимост по възмезден начин такива ресурси на други пощенски оператори. Незначителен брой оператори могат да си позволят покупката на технически средства и софтуер за защита на пощенския трафик и по-голямата част от тях сключват договори за ползване на устройства под наем. Пет са операторите, които разполагат със собствени технически устройства и софтуер, шест оператора имат сключени договори за ползване по възмезден начин на ресурсите на разполагащите със собствени технически устройства и софтуер оператори, а 4 оператора имат сключени договори с външни фирми.

4. Контролна дейност и защита на потребителите

В изпълнение на законовото задължение за контрол по спазването на нормативните актове в областта на пощенските услуги, изискванията за извършване на УПУ, условията по изпълнение на издадените индивидуални лицензии и задълженията на операторите,

извършващи НПУ, през 2016 г. от оправомощени служители на КРС са извършени общо 137 инспекторски проверки, от които:

- 39 инспекторски проверки във връзка с постъпили 30 бр. жалби, като преобладаващата част от жалбите са относно недоставени пощенски пратки;
- 35 инспекторски проверки на пощенски станции на БП (като пощенски оператор със задължение за извършване на УПУ), относно спазване на задължението за извършване на УПУ през всички работни дни, най-малко 5 дни в седмицата, най-малко 1 събиране и 1 доставка през всеки работен ден;
- 22 инспекторски проверки на 5 оператора, лицензирани за извършване на услуги, включени в обхвата на универсалната пощенска услуга, относно спазване условията на издадените индивидуални лицензии;
- 12 инспекторски проверки на 6 оператора, лицензирани за извършване на пощенски парични преводи, относно спазване условията на издадените индивидуални лицензии;
- 1 инспекторска проверка на оператор за спазване изискванията на чл. 48, ал. 2 от ЗПУ;
- 28 инспекторски проверки във връзка с връчване на актове за установяване на административно нарушение (АУАН) и наказателни постановления (НП).

През 2016 г. са съставени 10 АУАН в областта на пощенските услуги, от които 9 са за непредоставяне на информация на КРС и 1 за нарушение на чл. 105б от ЗПУ. Във връзка с постъпили жалби/сигнали или вследствие на извършени проверки от Главна дирекция „Контрол на съобщенията” има 7 случая на ангажирана административнонаказателна отговорност, като във всички случаи са издадени и НП.

За изпълнение на законовото си задължение да защитава интересите на потребителите КРС разполага с два инструмента – съгласуване на Общите условия на договора с потребителите на пощенски услуги (Общи условия) и правото на потребителите да подават жалби и сигнали до Комисията. През изминалата 2016 г. КРС е съгласувала Общите условия на два оператора. Отделно от това Комисията е приела, че Общите условия на 4 пощенски оператора са в съответствие със ЗПУ, но не ги е съгласувала, а ги е изпратила за одобрение на Комисията за защита на потребителите (КЗП)¹⁶. Също така КРС предприе действия за оптимизиране на вътрешните процедури по съгласуване на Общите условия и повишаване на прозрачността си по отношение на тази дейност, като прие нови Правила за реда и сроковете за одобряване (съгласуване) на Общите условия. Разгледани са 227 жалби/сигнали от страна на потребители на пощенски услуги срещу пощенски оператори. От общо подадените жалби 146 са били счетени за основателни и исканията на жалбоподателите са удовлетворени с определени действия и/или чрез изплащане на дължими обезщетения съгласно приложимите Общи условия. Най-много са жалбите за забавена доставка, следвани от тези за повредени и недоставени пратки. Броят на счетените за неоснователни жалби е 81, като в почти половината случаи се касае за непрепоръчани пощенски пратки, за които съгласно чл. 87, т. 1 от ЗПУ пощенските оператори не носят отговорност.

През 2016 г. по данни от годишните въпросници на задължения оператор и на оператори, извършващи услуги от обхвата на УПУ, са подадени общо 20441 броя

¹⁶ По силата на чл. 148, ал. 2 от Закона за защита на потребителите (ЗЗП), когато в нормативен акт е предвидено държавен орган да одобрява общите условия на договорите с потребители и последващите изменения в тях, те се изпращат на КЗП за становище за наличието на неравноправни клаузи. Държавният орган одобрява общите условия на договорите с потребители само ако КЗП одобри предоставените ѝ общи условия и след като прецени, че те не съдържат неравноправни клаузи по смисъла на ЗЗП. Отделно от това, в тази хипотеза на ЗЗП не е предвиден срок за произнасяне на КЗП по така предоставените ѝ Общи условия. Към момента на изготвяне на настоящия доклад КЗП не е одобрила общо 11 бр. Общи условия (изпратени ѝ през 2016 и 2015 г.) и поради това КРС не ги е съгласувала.

рекламации, от които 7869 са основателни. В таблицата по-долу са представени данни за броя и разпределението на основателните рекламации за вътрешни и международни пратки според причинителите за 2-годишен период.

Разпределение на основателните рекламации според причинителите	Брой					
	2015 г.		2016 г.		Изменение	
	вътрешни	международни	вътрешни	международни	вътрешни	международни
Подадени рекламации (общо), в това число:	1474	2431	873	6996	▼	▲
за загубена пратка	63	2420	99	6359	▲	▲
за пратка, доставена със закъснение	300	0	170	385	▼	▲
за повредена или с липсващо съдържание (изцял или частично) пратка	521	9	240	110	▼	▲
за погрешно доставена пратка	2	0	14	35	▲	▲
за върнат пощенски колет с липсващ мотив за недоставяне	1	2	3	43	▲	▲
общи рекламации (рекламации, основаващи се на общо неудовлетворение от услугите на оператора)	548	0	329	58	▼	▲
относно поведението и компетентността на пощенски служители	39	0	13	0	▼	=

Разпределение на основателните рекламации според причинителите	Брой					
	2015 г.		2016 г.		Изменение	
	вътрешни	международни	вътрешни	международни	вътрешни	международни
относно обработването на рекламация	0	0	5	6	▲	▲
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	2015		2016		Изменение	
	бр.	лв.	бр.	лв.	бр.	лв.
	2993	219 152	5712	431 311	▲	▲

Общият брой на подадените рекламации през 2016 г. спрямо 2015 г. се е увеличил с 40%, а броят на счетените за основателни рекламации е нараснал близо 2 пъти през 2016 г. В едногодишен период се е увеличил броят на рекламациите, приключили с изплащане на обезщетение, а сумата на изплатените обезщетения е нараснала с 97%.

В сравнение с 2015 г., през 2016 г. се наблюдава съществен ръст (близо три пъти) в броя на счетените за основателни рекламации за международни пратки. През 2016 г. рекламациите за загубени международни пратки формират близо 80% от броя на подадените основателни рекламации. Основно тези рекламации се отнасят за загубени международни пратки, подадени в мрежата на БП. По данни на оператора това са пратки, експедираны от БП, които не могат да бъдат локализираны от чуждите пощенски администрации.

В едногодишен период броят на подадените основателни рекламации за вътрешни пратки е намалял с 41%. Най-голямо намаление от 54% се наблюдава при рекламациите за повредени или с липсващо съдържание пощенски пратки. През 2016 г. продължава тенденцията от предходната година за намаление в броя на рекламациите относно поведението и компетентността на пощенските служители. Тази положителна тенденция показва, че лицензираните оператори предприемат мерки за подобряване на професионалните качества на служителите си, което е изцяло в интерес на потребителите.

По данни от годишните въпросници на операторите, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи“ и регистрирани за извършване на НПУ, през 2016 г. общият брой на подадените рекламации е 11419 и той се е увеличил спрямо този през 2015 г. с 2%. Броят на счетените за основателни рекламации през изминалата година е 7688 и той се е увеличил спрямо предходната година с 5%. Броят на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации се запазва почти без изменение спрямо 2015 г., а общата сума на изплатените обезщетения е нараснала с 21%.

В таблицата по-долу е показано разпределение на основателните рекламации според причинителите им за 2-годишен период.

Разпределение на основателните рекламации според причинителите	Брой					
	2015 г.		2016 г.		Изменение	
Подадени рекламации (общо), в това число:	7338		7688		▲	
за повредена пратка	3081		3129		▲	
за загубена пратка	728		644		▼	
за ограбена пратка	243		417		▲	
за унищожена пратка	236		210		▼	
за пратка, доставена със закъснение от посочения срок	2068		2219		▲	
други	923		1041		▲	
за пощенски парични преводи	59		28		▼	
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.	бр.	лв.	бр.	лв.
	5532	781 900	5534	945 760	=	▲

Данните в горната таблица показват, че и през двете години с най-голям дял от счетените за основателни рекламации са подадените рекламации за повредени пратки, следвани от рекламациите за пратки, доставени със закъснение. Взети заедно, двата вида формират годишно до 70% от броя на основателните рекламации.

В едногодишен период броят на счетените за основателни рекламации за пощенски парични преводи е намалял с 53%. През 2016 г. сред основните причинители, довели до подаване на рекламации, са преводи, изплатени със закъснение и общо неудовлетворение от услугата.

КРС внимателно следи и анализира причините за подадените към Комисията рекламации. След обобщаване на постъпилите в КРС жалби през изминалата година от потребители на пощенски услуги се очертаха няколко съществени проблема, свързани с известяване за наличието, и/или на доставянето на пощенски пратки (препоръчани пратки, малки пакети) и с недостатъчно добре опакованите пощенски пратки. В тази връзка КРС поддържа активен диалог с пощенските оператори с цел подобряване режима на доставяне (известяване, извършване на справки) на пощенски пратки. Също така КРС изготви предложения за текстове, касаещи неприемане на пратки с неподходяща опаковка, които да бъдат включени в Общите условия на пощенските оператори. Предложените текстове са предоставени на операторите. Част от тях вече са включили предложените текстове в общите си условия.

V. Заключение – прогнози за развитие на пощенските услуги

Пощенските услуги продължават да играят важна роля в нашето ежедневие, въпреки че естеството им се променя с новите технологии, които водят до заместване на традиционната поща с електронна поща и до нарастване на обема на покупките онлайн. Възможността за изпращане на писма и колетни, които да пристигат в определен срок и на определена цена до всички части на страната, остава един от основните фактори за социалното и икономическото развитие на пазара. Бързото развитие на новите технологии въздейства на развитието на пощенския пазар в България и поставя предизвикателства, свързани с:

- въвеждане на иновативни продукти и услуги от пощенските оператори;
- подобряване на взаимодействието между онлайн търговците и пощенските оператори, осигуряване на прозрачност и на по-добра информираност на потребителите относно доставката на стоки, генерирани от електронната търговия;
- оптимизиране на процеса по доставка на пощенските пратки до крайните потребители с по-добро качество и на по-ниски цени;
- изработване и въвеждане на правила за връщане на закупени on-line стоки и ясни механизми за решаване на спорове, разглеждане на рекламации и изплащане на обезщетения.

Електронната търговия като основен двигател за развитието на пазара на пощенски услуги формира очаквания за продължаващ ръст както на приходите от колетни пратки в сегмента на УПУ, така и на приходите от куриерските услуги в сегмента на НПУ.

От извършения анализ и установените тенденции в анализа могат да бъдат очертани следните перспективи за развитието на пощенския пазар в едногодишен период:

1. Нарастване броя на участниците на пощенския пазар, както в сегмента на куриерските услуги, така и при предоставяне на услугата „пощенски парични преводи“;
2. Ръст на приходите генерирани от електронна търговия;
3. Спад в потреблението на традиционните пощенски услуги, като приемане, пренасяне и доставяне на кореспондентски пратки до 2 кг и печатни произведения до 5 кг;
4. Нарастване на потреблението на вътрешни и международни колетни пратки;
5. Продължаване на тенденцията на намаление на пазарния дял на историческия пощенски оператор;
6. Устойчиво нарастване на броя пратки, реализирани от бизнес потребителите.

Приложение 1

Други резултати от измерване на качеството на УПУ

1. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство

Време за пренасяне „от край до край“	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2014 г.	Резултати 2015 г.	Резултати 2016 г.
Д+2	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	87.3%	90,4%	95,8%*
Д+3	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	94.8%	97,1%	99,6%*

Резултатите за времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пратки без предимство за 2016 г. са от измервания на задължения оператор, докато тези от предходните 2 години са от измервания на независима организация. Измерването и отчитането на параметрите на качеството за времето за пренасяне по вътрешната пощенска верига се осъществява чрез методи, описани в „Инструкция за прилагане на нормативите за качество на УПУ” – Инструкция (форма 3А) в „Български пощи” ЕАД, а не чрез изработени от CEN¹⁷ стандарти. Видно от горната таблица, независимо от това кой и по какъв начин извършва измерванията, резултатите са съпоставими, зададените нормативи се изпълняват и надхвърлят. Може да се направи обоснован извод, че предлаганата услуга е с необходимото качество.

2. Време за пренасяне на международни пощенски пратки

Времето за пренасяне от „край до край” на международните приоритетни пратки се измерва чрез системата UNEX, към която „Български пощи” ЕАД е присъединено от началото на 2008 г. През 2016 г. системата е обхванала в измерванията си пощенските оператори със задължение за извършване на УПУ от 28^{те} страни-членки на ЕС, както и Исландия, Норвегия, Швейцария и Сърбия. Организирана е съгласно разпоредбата на Директива 97/67ЕО за независимо измерване на времето за пренасяне “от край до край”, а измерванията са осъществени съобразно изискванията на стандарт EN 13850:2012. Получените резултати са официални за всички оператори и са база за разчитанията между тях.

2.1 Международни непрепоръчани пратки с предимство от географски зони в рамките на Европа

¹⁷ Европейски комитет по стандартизация.

Време за пренасяне „от край до край”	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2014 г.	Резултати 2015 г.	Резултати 2016 г.
Д+3	Не по-малко от 85% от пощенските пратки	32,7%	39,8%	44%
Д+5	Не по-малко от 97% от пощенските пратки	76%	81,9%	81%

Сравнението на резултатите за тригодишен период показва, че тенденцията за неизпълнение и на двата норматива продължава, но също така продължава и тенденцията към постепенно подобрене на резултатите и по-специално на този за Д+3.

Интересно е да се отбележи, че на европейско ниво се наблюдава обратната тенденция – към последователно понижаване на резултатите, считано от 2013 г.¹⁸ Въпросната тенденция се обяснява основно с това, че пощенските оператори трябва да намаляват оперативните разходи, свързани с намаляващите обеми международна писмовна поща, докато в същото време пощенските продукти – резултат на електронната търговия, като непроследяеми пратки, са в постоянен и значителен възход, създавайки предизвикателства в съществуващата инфраструктура.

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

Време за пренасяне „от край до край”	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2014 г.	Резултати 2015 г.	Резултати 2016 г.
Д+5	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	71,8%	82%	79,4%
Д+7	Не по-малко от 95% от пощенските пратки	93,3%	96,4%	96,2%

В сравнение с предходната година, при този норматив има незначително отстъпление в резултата за Д+5, но и двата показателя са изпълнени. Тук следва да отбележим, че измерванията по тези нормативи се извършват от „Български пощи“ ЕАД съгласно Инструкцията, цитирана по-горе в т. 1.

3. Срокове за обработка на рекламации

Нормативен срок за обработване на рекламациите	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2014 г.	Резултати 2015 г.	Резултати 2016 г.
30 дни за вътрешни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	99%	99%	99%
90 дни за международни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	98,2%	98,6%	98,6%

Видно от горната таблица, нормативите не само се изпълняват, но и резултатите (по данни на „Български пощи“ ЕАД) са по-високи от заложените нормативи.

¹⁸ https://www.ipc.be/en/reports-library/publications/ipcreports_brochures/unex_2016