

ГОДИШЕН ДОКЛАД

НА

КОМИСИЯТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СЪОБЩЕНИЯТА ЗА 2012 г.

АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА ПОЩЕНСКИТЕ УСЛУГИ ЗА 2012 г.

СЪДЪРЖАНИЕ

I. Състояние на пощенския пазар в България	Стр. 4
1. Обхват на пощенския пазар и участници	Стр. 4
2. Обем и структура на пощенския пазар в България	Стр. 5
2.1 Обем на пощенския пазар	Стр. 5
2.2. Структура на пощенския пазар	Стр. 7
II. Предоставяне на универсалната пощенска услуга	Стр. 10
1. Изпълнение на УПУ	Стр. 10
1.1. Пощенски пратки страната	Стр. 11
1.2. Пощенски пратки за чужбина	Стр. 12
1.3. Пощенски колети за страната	Стр. 13
1.4. Пощенски колети за чужбина	Стр. 14
2. Потребители на услугите от обхвата на УПУ	Стр. 15
3. Несправедлива финансова тежест от извършването на УПУ	Стр. 16
III. Предоставяне на неуниверсалните пощенски услуги	Стр. 18
1. Обхват на пазара на НПУ	Стр. 18
1.1.Обем и структура на пазара на НПУ	Стр. 18
1.1.1.Разпределение на приходите от извършване на услугите от обхвата на НПУ	Стр. 19
2. Състояние на куриерските услуги	Стр. 19
3. Състояние на услугите „хибридна поща“ и „пряка пощенска реклама“	Стр. 20
4. Състояние на услугата „пощенски парични преводи“	Стр. 21
IV. Състояние на конкуренцията на пощенския пазар в България	Стр. 23
1. Индикатори за оценка на състоянието на конкуренцията на пощенския пазар в България	Стр. 23
1.1. Състояние на конкуренцията при УПУ	Стр. 23
1.2. Състояние на конкуренцията при НПУ	Стр. 23
1.3. Състояние на конкуренцията при услугата „пощенски парични преводи“	Стр. 24
V. Информация, свързана с регулаторните и контролни функции на КРС	Стр. 24
1. Създаване на подзаконова нормативна уредба	Стр. 24
2. Информация във връзка с изпълнението на индивидуалните лицензии	Стр. 26
2.1. Пощенска мрежа	Стр. 26
2.1.1. Пощенска мрежа на оператора със задължение за извършване на УПУ	Стр. 26
2.1.2. Пощенски мрежи на оператори, лицензирани за извършване на услуги, включени в обхвата на УПУ и на оператори, лицензирани за извършване на пощенски парични преводи	Стр. 26
3. Качество на УПУ през 2012 г.	Стр. 27
3.1 Време за пренасяне на вътрешни препоръчани пощенски пратки с предимство	Стр. 27
3.2. Време за пренасяне на вътрешни препоръчани пощенски	Стр. 29

пратки без предимство	
3.3. Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки	Стр. 29
3.4. Време за пренасяне на международни пощенски пратки	Стр. 29
3.4.1. Международни непрепоръчани пратки с предимство от географски зони в рамките на Европа	Стр. 30
3.4.2 Международни непрепоръчани пратки без предимство от географски зони в рамките на Европа	Стр. 30
3.5. Срокове за обработка на рекламации	Стр. 31
3.6. Рекламации за услуги от обхвата на УПУ	Стр. 31
3.7 Рекламации за НПУ	Стр. 32
4. Анализ на мерките за обезпечаване на пощенската сигурност	Стр. 34
5. Контролна дейност на КРС	Стр. 35
VI. Заключение	Стр. 36
1. Перспективи за развитие на УПУ	Стр. 36
2. Перспективи за развитие на НПУ	Стр. 37

I. Състояние на пощенския пазар в България

През последното десетилетие се отбелязва бурен ръст на комуникациите, осъществявани по електронен път, способстван от масовото навлизане на Интернет и мобилната телефония. Както индивидуалните потребители, така и фирми и организации, все повече се ориентират към ползването на електронна поща и ставащите все по-популярни социални мрежи. Бързината, лесният достъп до електронните комуникации и тяхната понижаваща се цена ги правят предпочитан начин за общуване от разстояние за увеличаващ се дял от населението. Успоредно с това класическият сектор в областта на съобщенията като пощенските услуги остава встрани от всеобщата тенденция и бележи спад в дейността си. В България влияние оказва и свитото като цяло потребителско търсене и съответно слабият растеж на икономиката (0,8 % ръст на БВП за 2012 г.) Именно затова една от главните цели на Директива 2008/6/ЕО¹ е чрез изграждане на единния вътрешен пазар на пощенски услуги в Европейския съюз и неговото либерализиране да се улесни достъпът на нови играчи, които да увеличат неговия обем и да способстват за обновяването на сектора чрез засилване на конкуренцията, а оттук и предлагането на нови и иновативни услуги. По този начин пазарът на пощенски услуги трябва да отговори на новите предизвикателства и променените нужди на клиентите. В България либерализацията е факт вече 2 години.

1. Обхват на пощенския пазар и участници

Предлаганите на пазара пощенски услуги са разделени в две основни категории - универсална пощенска услуга (УПУ) и неуниверсални пощенски услуги (НПУ).

Според чл. 34, ал. 1 от Закона за пощенските услуги (ЗПУ) УПУ включват:

- приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни пощенски пратки, както следва: кореспондентски пратки до 2 кг; малки пакети до 2 кг; печатни произведения до 7 кг и секограми до 7 кг.
- приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни пощенски колети – до 20 кг.;
- допълнителни услуги „препоръка” и „обявена стойност”.

Съгласно чл. 38 от ЗПУ НПУ включват:

- приемане, пренасяне и доставяне на пряка пощенска реклама;
- приемане на съобщения, предадени във физическа или електронна форма от подателя, обработването и предаването им чрез електронни средства и доставянето на тези съобщения на получателя като пощенски пратки – т.нар. „хибридна поща”;
- куриерските услуги;
- пощенските парични преводи.

Съобразно степента на регулиране, на която подлежат, пощенските услуги се предоставят въз основа на разрешителен (лицензионен) и уведомителен режим. В чл. 39 на ЗПУ е предвидено издаването на три вида индивидуални

¹ Директива 2008/6 на Европейския парламент и на Съвета от 20.02.2008 г. за изменение на Директива 96/97/ЕО с оглед пълното изграждане на вътрешния пазар на пощенски услуги в Общността.

лицензии, а именно: за извършване на УПУ на цялата територия на Република България от оператор, на когото е възложено задължение за извършване на тази услуга; за извършване на услуги, включени в обхвата на УПУ; за извършване на услугата „пощенски парични преводи“. Услугите „хибридна поща“, пряка пощенска реклама и куриерските услуги могат да бъдат предлагани, след като съответният оператор подаде уведомление до Комисията за регулиране на съобщенията.

Всички оператори, предоставящи пощенски услуги, подлежат на вписване в специални публични регистри, след получаване на съответната лицензия или след подаване на уведомление.

През 2012 г. броят на пощенските оператори е 118, което представлява увеличение с около 16 %. Като цяло е видно, че достъпът до пазара и напускането му е най-лесно при услугите на уведомителен режим поради сравнително ниските разходи за започване на бизнеса и липсата на лицензионна такса.

Забелязва се и тенденция, при която фирми, извършващи превоз на пътници, подават уведомления в КРС и съответно се регистрират като оператори на куриерски услуги. Това е свързано със засиления контрол върху автобусните оператори относно нерегламентирания превоз на пратки.

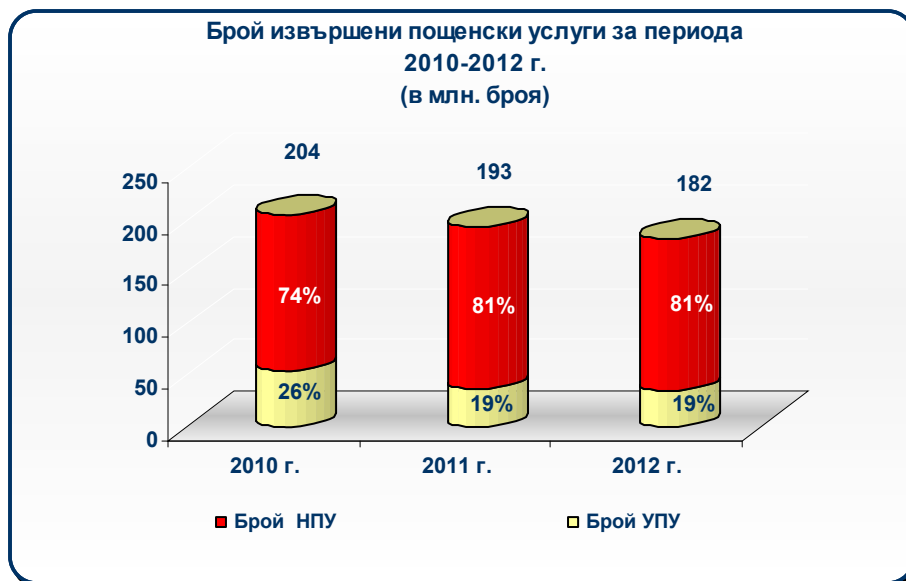
През 2012 г. КРС е издала една индивидуална лицензия за предоставяне на услугата „пощенски парични преводи“. Към края на годината 13 фирми оперират на пазара на пощенски услуги с лицензионен режим. Това са както следва:

- „Български пощи“ ЕАД като оператор, на когото със ЗПУ е наложено задължението за извършване на УПУ на територията на цялата страна;
- Еконт Експрес” ООД, „Тип-Топ Куриер” АД, „МИБМ Експрес” ООД, „Стар Пост” ООД и „Терра пост Сървисес” ЕООД - за извършване на услуги от обхвата на УПУ;
- „Български пощи” ЕАД, „Еконт Експрес” ООД, „Кеш Офис” АД, „Тип Топ Куриер” АД, „Фактор И.Н.” АД, „Финанс Инженеринг” АД, „Кеш Експрес Сървис” ЕООД, „Терра Пост Сървиз” ЕООД, „Тойота Тиксим” ЕООД, „Изипей” АД, „МИБМ Експрес” ООД, „Спиди” АД и „Телепайд България” ООД - за извършване на услугата „пощенски парични преводи”.

2. Обем и структура на пощенския пазар в България

2.1 Обем на пощенския пазар

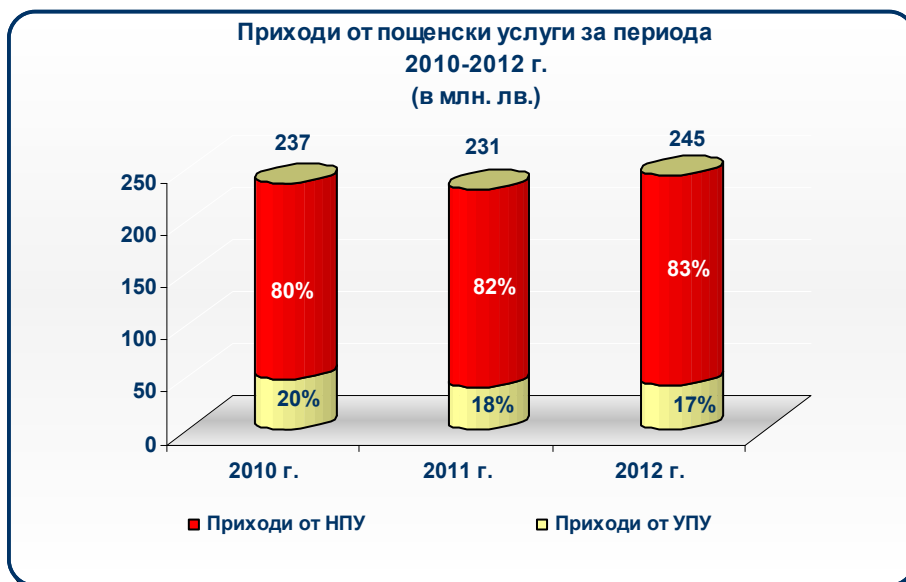
Оценката на обема на пощенския пазар в България през 2012 г. е направена въз основа на получените данни от 81 % от лицензираните и регистрирани оператори в България към 31.12.2012 г. Динамиката на показателя обем на пощенския пазар в България според броя на пощенските пратки и услуги е показано на фиг. 1.



Фиг. 1 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от графиката е тенденция за спад в броя на пощенските пратки и услуги. За 2012 г. спрямо 2011 г., намалението е с около 6 %. В същото време дялът на НПУ в общия обем на пазара, се запазва непроменен – 81 %.

Интересна тенденция се наблюдава на фиг. 2, където е представен обемът пощенския пазар през 2012 г. в България, оценен на база реализираните приходи от всички пощенски услуги.

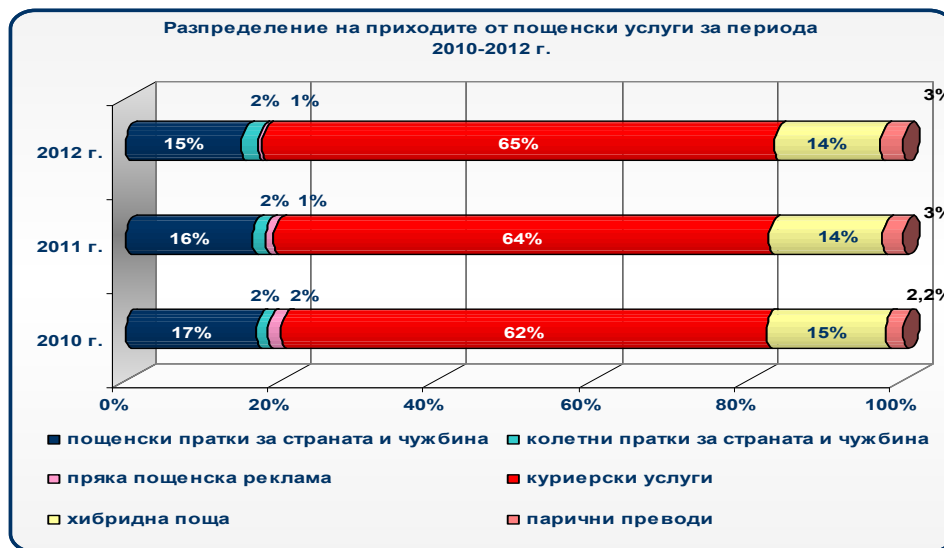


Фиг. 2 Източник: Данни, подадени в КРС

Общата сума на приходите от предоставяне на пощенски услуги за 2012 г. възлиза на 245 млн. лв., което показва нарастване спрямо 2011 г. с 6 %. Това увеличение се дължи най-вече на повишените приходи от НПУ. Ето защо се забелязва и повишение с един процентен пункт на относителния им дял от общия обем на приходите.

2.2. Структура на пощенския пазар

На фиг. 3 е представена структурата на приходите от пощенски услуги за периода 2010-2012 г.



Фиг. 3 Източник: Данни, подадени в КРС

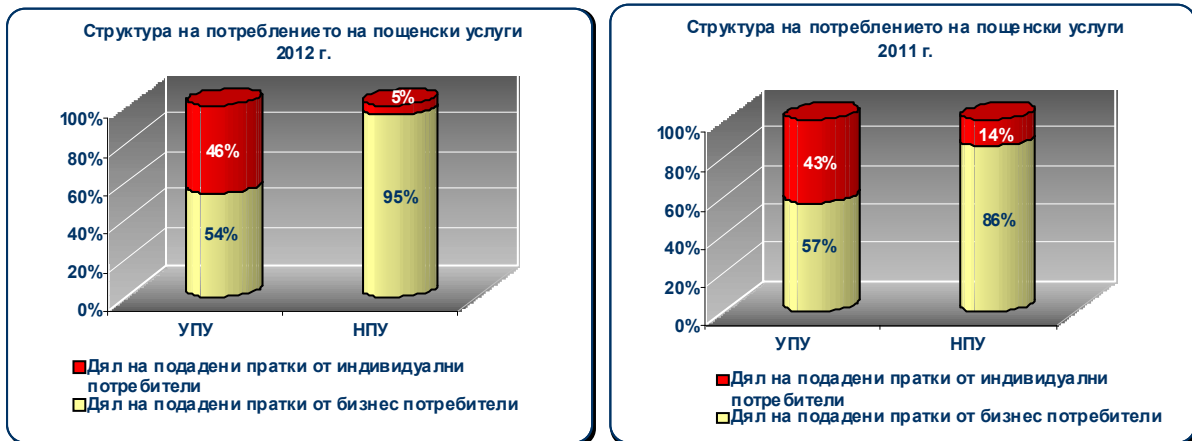
Видно е, че за период от три години промените в относителните дялове на различните видове услуги са минимални. Куриерските услуги формират годишно над 60% от общия размер на приходите от пощенски услуги. През 2012 г. дялът на приходите от тези услуги формира 65 % от общия размер, което представлява увеличение с един процентен пункт спрямо 2011 г. Куриерските услуги намаляват като брой пратки, но едновременно с това бележат ръст в получените приходи.

Сегментът „Пощенски пратки” губи един процентен пункт от относителния си дял в общия размер на приходите на отрасъла. През 2012 г. спрямо 2011 г. приходите в този сегмент са намалели с 2.4 %, а броят на подадените пратки спада с 8 %, което е проява на световната тенденция на продължаващия спад в сегмента.

Без промяна на относителния си дял в общия размер на приходите са останалите видове пощенски услуги, а именно:

- 14 % продължават да формират приходите от услугата „хибридна поща”, като за поредна година се отбелязва намаление както на броя (-1,7 %), така и на приходите (- 6 %) от услугата;
- пощенските парични преводи остават с относителен дял от 3 %;
- дялът на колетите до 20 кг. се запазва на 2 %;
- най-малък дял 1 % от приходите на пазара продължава да формира пряката пощенска реклама.

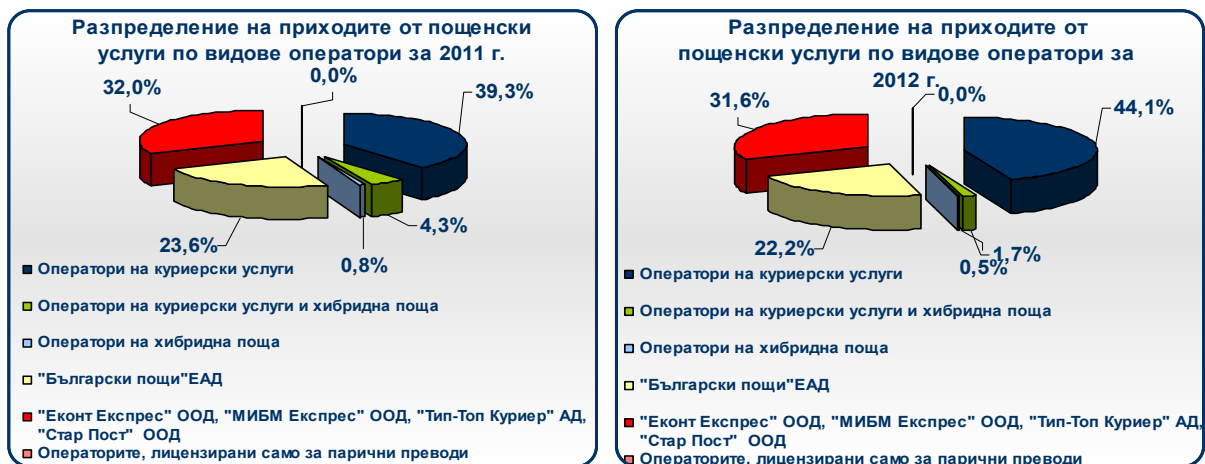
На фиг. 4 и фиг. 5 е представена структурата на потреблението на пощенски услуги през 2012 г. спрямо 2011 г.



Фиг. 4 и Фиг. 5 Източник: Данни, подадени в КРС

Следва да се отбележи, че представените от операторите данни сочат, че куриерските услуги, които имат най-голям дял в НПУ, се ползват изключително от бизнес потребители, като през 2012 г. делът на последните е нараснал до 95 %. Като една от основните причини за този голям дял може да се отбележи нарастването на онлайн-търговията. Подадените от индивидуални и от бизнес потребители пратки са разпределени почти по равно като относителен дял от УПУ, като делът на бизнеса през 2012 г. е намалял с три процентни пункта, спрямо предходната 2011 г.

На фиг. 6 и фиг. 7 е представено разпределението на приходите от пощенски услуги по оператори през 2011 г. и 2012 г.



Фиг. 6 и Фиг. 7 Източник: Данни, подадени в КРС

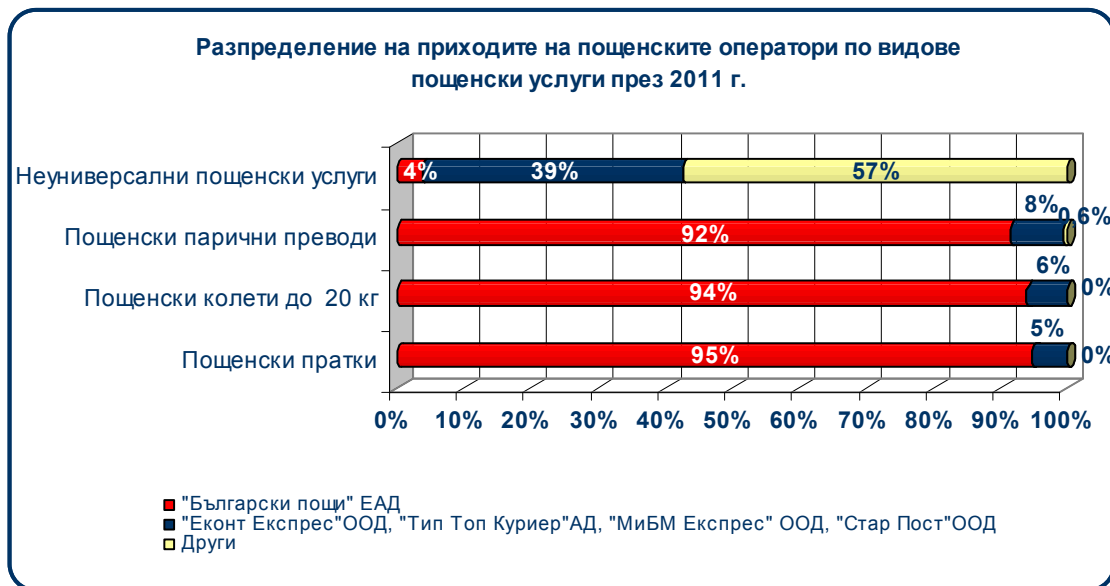
През 2012 г. спрямо 2011 г. не се наблюдават съществени изменения в относителните дялове на приходите по отделните видове пощенски оператори.

Най-голямо е изменението при операторите предоставящи само куриерски услуги, чиито относителен дял, след регистрирания спад през предходната година, възлиза на 44 %.

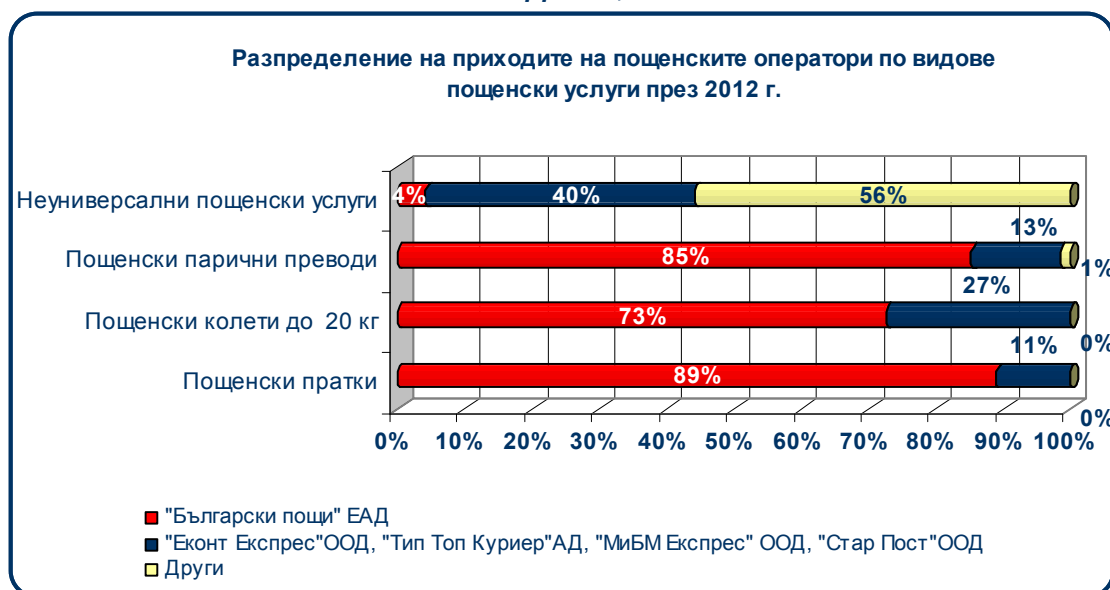
Делът на операторите „Еконт Експрес“ ООД, „МиБМ Експрес“ ООД, „Тип Топ Куриер“ АД и „Стар Пост“ ООД, които са лицензирани за извършване на услуги от обхвата на УПУ, но предоставят и НПУ, намалява с около половин процентен пункт, въпреки че в абсолютна стойност приходите на групата растат. Като цяло нормата на печалба на изброените оператори се движи около 13 %.

Делът на „Български пощи“ ЕАД също се свива с около един процентен пункт. Операторите, предоставящи едновременно куриерски услуги и хибридна поща, губят 2,6 процентни пункта поради свиването на приходите от хибридна поща.

На фиг. 8 и фиг. 9 е представено разпределение на приходите на пощенските оператори по видове пощенски услуги.



Фиг. 8 Източник: Данни, подадени в КРС



Фиг. 9 Източник: Данни, подадени в КРС

За разлика от 2011 г., която беше първата година на либерализацията на пазара на УПУ, през 2012 г. ясно се забелязва по-активното действие на операторите, притежаващи лиценз за предоставяне на услуги от обхвата на УПУ. „Български пощи“ ЕАД продължава да е лидер, но губи сериозен дял в сегмента на пощенските колети до 20 кг., където намалението е с 21 процентни пункта. При пощенските пратки намалението е с 6 процентни пункта. При неуниверсалната пощенска услуга „пощенски парични преводи“ основният оператор също губи позиции. Все пак дружеството продължава да е главният играч при тези три вида услуги и има най-голям дял от получените приходи.

При НПУ съотношенията на приходите се запазват почти непроменени, като „Български пощи“ ЕАД продължава да получава 4% от приходите на пазара. Четирите големи оператора, притежаващи и лиценз за предоставяне на УПУ – „Еконт Експрес“ ООД, „Тип Топ Куриер“ АД, „МиБМ Експрес“ ООД и „Стар Пост“ ООД имат дял от 40 %.

Картината на пазара на пощенски услуги през 2012 г. отразява световната тенденция на постепенното намаляване на ролята на УПУ за сметка на продължаващото развитие на НПУ. Като цяло, пощенският сектор интензивно се влияе от развитието на новите технологии и Интернет, и тепърва ще се налага да търси своята ниша в бързо променящата се реалност.

II. Предоставяне на универсалната пощенска услуга

1. Изпълнение на УПУ

Съгласно представени в КРС данни през 2012 г., услуги от обхвата на УПУ освен „Български пощи“ ЕАД (оператор със задължение за извършване на УПУ) са предоставяли и пощенските оператори „МИБМ Експрес“ ООД, „Еконт Експрес“ ООД, „Тип Топ Куриер“ АД и „Стар пост“ ЕООД. За изминалата година общият брой пратки и услуги за страната и чужбина от УПУ възлиза на около 34 млн. броя, а реализираните приходи от тях са в размер на 42 млн. лв., като 89% от тези приходи са формирани от „Български пощи“ ЕАД.

През настоящия отчетен период се запазва тенденцията на намаление на броя пратки и услуги от УПУ, оформила се през предходните години. В сравнение с 2011 г. през 2012 г. са отчетени 7 % по-малко брой пратки и услуги. Тенденцията на намаление на УПУ се наблюдава не само на българския пощенски пазар, а в световен мащаб, тъй като търсенето на традиционните пощенски услуги все повече намалява за сметка на навлизането на услуги, базирани на интернет технологиите. Услугите от обхвата на УПУ представляват 19 % от общия брой пратки и 17 % от общите приходи на целия пощенски пазар. Операторът със задължение за извършване на УПУ е формирал 86 % от броя пратки и 89 % от приходите от УПУ.

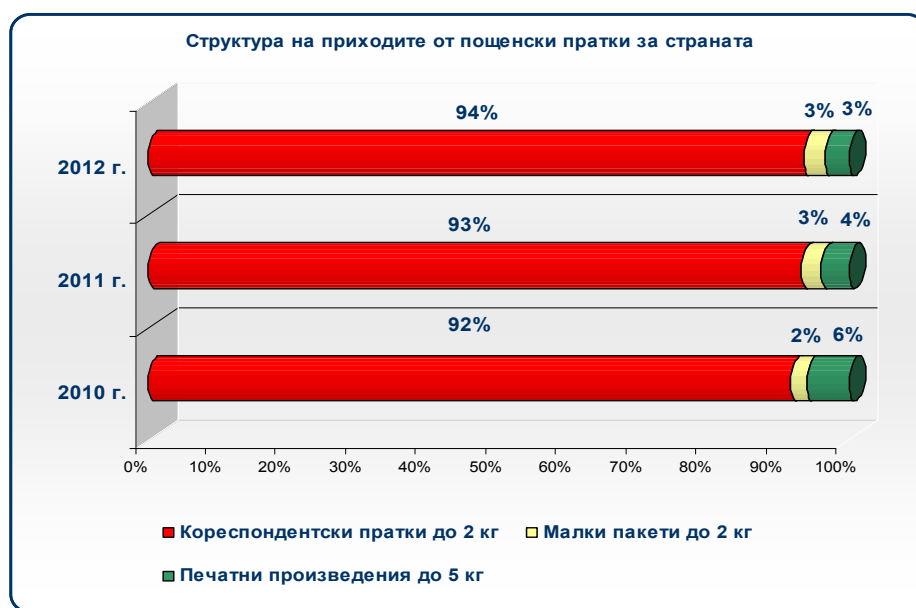
Пощенските пратки се класифицират въз основа на бързината на пренасяне на пратките (пратки „с/без предимство“) и в зависимост от вложеното съдържание на: кореспондентски пратки, малки пакети и печатни произведения. Към някои от видовете пратки и колети се предлагат услугите „препоръка“ и „обявена стойност“, като допълнителни услуги. Пощенските колети могат да бъдат обикновени и с „обявена стойност“.

За целите на анализа, включените услуги в обхвата на УПУ, съгласно чл. 34 от ЗПУ са разделени условно в две групи - пощенски пратки (кореспондентски пратки до 2 кг., малки пакети до 2 кг и печатни произведения до 5 кг) и пощенски колети до 20 кг.

1.1. Пощенски пратки за страната

През изминалата 2012 г., общият брой вътрешни пощенски пратки е около 30 млн. бр., а реализираните приходи от тях - приблизително 24 млн. лв. В сравнение с 2011 г. се регистрира намаление от 9 % при броя пратки и 8 % при формираните приходи.

На фиг. 10 са представени данни за приходите от пощенски пратки за страната за периода 2010 г. - 2012 г.



Фиг. 10 Източник: Данни, представени в КРС

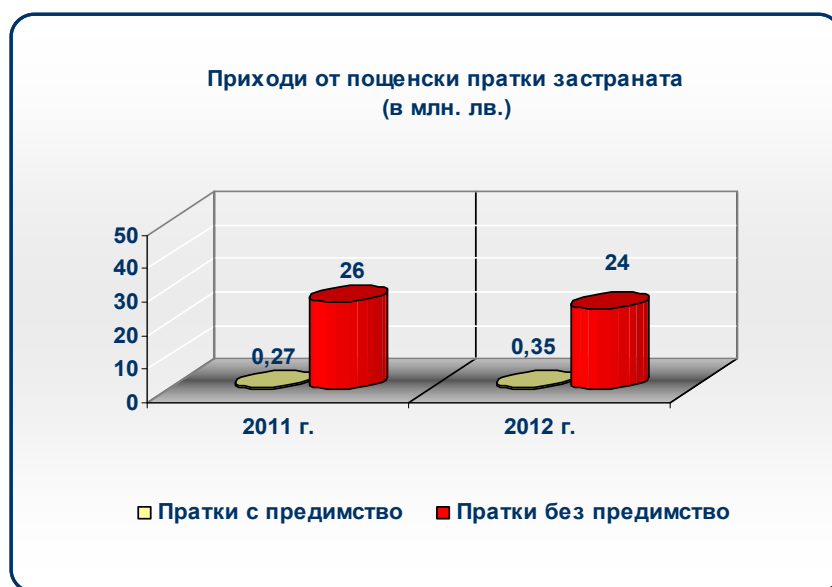
Данните от графиката показват, че приходите от пощенски пратки се формират основно от предоставяне на услугата „кореспондентски пратки до 2 кг” („с /без предимство”). Тези пратки формират годишно над 90 % от приходите от пощенски пратки за страната. През 2012 г. спрямо 2011 г. делът на приходите от кореспондентските пратки до 2 кг е нараснал с 1 процентен пункт. През 2012 г. те са реализирани основно от подадени препоръчани кореспондентски пратки без предимство. Приходите от печатни произведения до 5 кг и малки пакети до 2 кг са образували оставащите проценти.

Историческият пощенски оператор отчита като цяло намалени приходи от предоставяне на пощенски пратки през 2012 г. в сравнение с 2011 г., съответно с около 12 % от кореспондентски пратки до 2 кг, 22 % при печатните произведения до 5 кг и 28 % при малките пакети до 2 кг. Основната причина за наблюдаваното намаление на приходите на „Български пощи” ЕАД е преразпределението на пазара на УПУ. В резултат „Еконт Експрес” ООД и „Тип Топ Куриер” АД отчитат два пъти повече приходи от кореспондентски пратки до 2 кг в сравнение с предходния отчетен период. Увеличение при приходите от

такива пратки с около 50 % отчита и „МИБМ Експрес” ООД. „Стар Пост” ООД запазва миналогодишното ниво на отчетени приходи от предоставянето на кореспондентски пратки до 2 кг.

Приходите на „Еконт Експрес” ООД от малки пакети до 2 кг през 2012 г. са почти 3 пъти повече, спрямо 2011 г. Приблизително такова увеличение на приходи от тази услуга отчита и „МИБМ Експрес” ООД. „Тип-Топ Куриер” АД, през 2012 г. е реализирал седем пъти повече приходи от продажба на малки пакети до 2 кг. За печатни произведения до 5 кг „МИБМ Експрес” ООД и „Тип-Топ Куриер” АД са отчетели нарастване на приходите с 1,2 пъти. „Еконт Експрес” ООД е реализирал през 2012 г. със 6 % по-малко приходи от печатни произведения до 5 кг в сравнение с предходния отчетен период.

На фиг. 11 по-долу е показана структурата на приходите от вътрешни пощенски пратки, разделени въз основа на бързината на приемане, пренасяне и доставяне на пратките (пратки „с/без предимство”).



Фиг. 11 Източник: Данни, представени в КРС

От данните на фигурата може да се види, че в сравнение с 2011 г., през настоящия отчетен период се наблюдава нарастване с около 30% на отчетените приходи от пратки с предимство, а приходите от пратки без предимство са намалели с 8 %. Повишените приходи от пратки с предимство са обусловени преди всичко от увеличените, с 33% приходи от кореспондентски пратки до 2 кг с предимство и печатни произведения до 5 кг с предимство, които са нараснали с 21 %. При малките пакети с предимство се регистрира намаление от 27 %.

1.2. Пощенски пратки за чужбина

През изминалата 2012 г. общият брой изходящи международни пратки „с/без предимство” е приблизително 3,8 млн.бр., а реализираните приходи от тях са 12 млн. лв. Изходящите международни пратки заемат 11 % от общия брой и 29 % от общите приходи от УПУ. В по-голямата част това са пратки и

приходи, отчетени от задължения пощенски оператор „Български пощи“ ЕАД. Останалите оператори - „МИБМ Експрес“ ООД и „Тип Топ Куриер“ АД са предоставяли международни услуги, но отчетените от тях приходи са едва около 2 % от всички приходи за чужбина.

На фиг. 12 са представени данни за приходите от пощенски пратки за чужбина за периода 2011 г. - 2012 г.



Фиг. 12 Източник: Данни, подадени в КРС

От данните на графиката е видно, че през изминалата година в сравнение с 2011 г., приходите от международни пратки с предимство са нараснали с около 36 %, а тези от пратките без предимство почти се запазват.

1.3. Пощенски колети за страната

През 2012 г. при отчетените приходи от пощенски колети до 20 кг за страната се наблюдава увеличение от около 48 % в сравнение с предходната година.

„Български пощи“ ЕАД отчита намаление, както в броя, така и в приходите от пощенски колети до 20 кг. без обявена стойност, съответно с 15 % и 17 %. Отчетеното от задължения пощенски оператор намаление при този вид пратки се компенсира основно с увеличените приходи на „Еконт Експрес“ ООД, които са нараснали близо шест пъти.

На фиг.13 е показана структурата на приходите от пощенски колети за страната „с/без обявена стойност“.



Фиг. 13 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от данните, колетите без обявена стойност формират по-голямата част от годишните приходи от тази услуга. Техният относителен дял нараства, като през 2012 г. спрямо 2011 г. той се е увеличил с 12 процентни пункта. През изминалата година в сравнение с 2011 г. приходите от пощенски колетти без обявена стойност са нараснали с около 75 %, докато приходите от колетти с обявена стойност са намалели с 4%.

1.4. Пощенски колетти за чужбина

Отчетените международни колетни пратки са предоставени най-вече от „Български пощи“ ЕАД. Единствено „Тип-Топ Куриер“ АД е отчетел приходи от тази услуга, но техният дял е под 1 %. В сравнение с 2011 г. приходите от международни колетни пратки през 2012 г. се увеличават с 16 %.

На фиг. 14 по-долу са представени данни за структурата на приходите, постъпили от пощенски колетти за чужбина до 31,5 кг за периода 2010 г. - 2012 г.



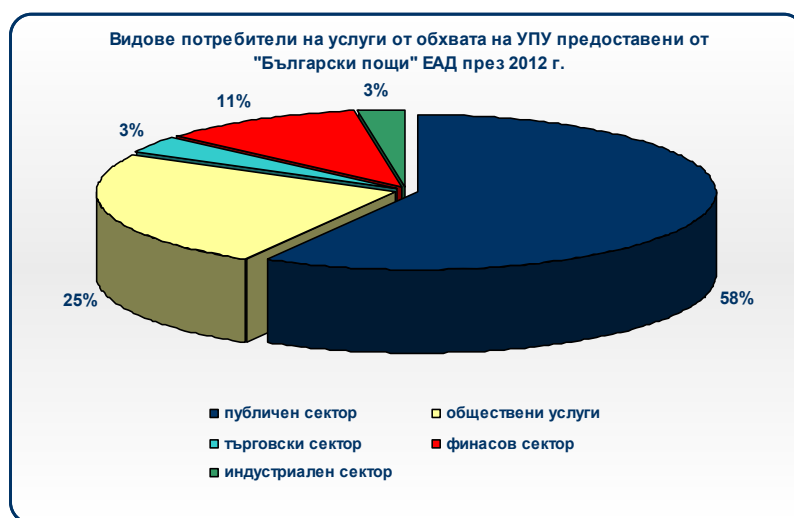
Фиг. 14 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от графиката, колетите без обявена стойност формират годишно над 95% от приходите от тази услуга. Техният относителен дял през 2012 г. е намалял спрямо 2011 г. с 2 процентни пункта. В сравнение с 2011 г. приходите от колетни пратки без обявена стойност са нараснали с 15 %, а тези от колетни пратки с обявена стойност с 59 %.

2. Потребители на услугите от обхвата на УПУ

Съгласно подадени от „Български пощи“ ЕАД данни, през 2012 г. количествата пощенски пратки, подадени от бизнес потребители е почти равен на тези, подадени от индивидуалните потребители на дружеството. В сравнение с предходната 2011 г. това съотношение е променено в посока намаление на бизнес потребителите за сметка на индивидуалните потребители. „МиБМ Експрес“ ООД отчита почти 100 % потребление от бизнес клиентите.

На графиката по-долу е показано потреблението УПУ за страната и чужбина от бизнес потребителите на „Български пощи“ ЕАД през 2012 г.



Фиг. 15 Източник: Данни, подадени в КРС

Според вида на извършваната от клиентите дейност, потребителите условно са групирани по сектори. Видно от графиката, с най-голямо потребление на пощенски пратки и колетни е публичния сектор с 58 %. Към този сектор са отнесени министерства, общини, осигурителни компании, агентства и др. Втори по дял с 25 % са клиентите, извършващи обществени услуги - обществен сектор, като ВиК, електроразпределителни и телекомуникационни компании и други. Потребителите от финансовия сектор, банкови и други финансови институции заемат дял от 11 % в общия брой потребени пощенски пратки и колетни. Оставащите 6 % се разделят по-равно между клиентите от индустриалния и търговския сектор.

3. Несправедлива финансова тежест от извършване на УПУ

Според разпоредбата на чл. 29 от ЗПУ пощенският оператор със задължение за извършване на УПУ получава компенсация от държавния бюджет, когато задължението за извършване на УПУ води до нетни разходи и представлява несправедлива финансова тежест за него. Размерът на несправедливата тежест се определя въз основа на нетните разходи от извършване на УПУ, които се изчисляват съгласно Методика за изчисляване на нетните разходи от извършване на УПУ, приета от Министерски съвет с Постановление № 199/11.07.2011 г.

Съгласно Методиката, нетните разходи от задължението за извършване на УПУ се изчисляват като разлика между нетните разходи на задължения оператор при работа със задължение за извършване на УПУ и при работа на същия оператор без задължение за извършване на УПУ. В нетните разходи от задължението за извършване на УПУ се включва всеки разход, свързан със и необходим за дейностите по извършването ѝ, при отчитане на всички други относими елементи. Относимите елементи, които отчита задълженият оператор при изчисляване на нетните разходи, са натрупаните нематериални ползи за този оператор и стимулирането на ефективността на разходите.

В съответствие с изискванията на чл. 29а от ЗПУ задълженият оператор представя в КРС заявление за компенсиране на несправедливата финансова тежест от извършване на УПУ за предходната година заедно с необходимите доказателства до 31 май на текущата година. Заявлението съдържа размера на исканата компенсация за наличието на несправедлива финансова тежест, определен съгласно Методиката за изчисляване на нетните разходи от извършване на УПУ. Документите, свързани с изчисляването на нетните разходи се проверяват от определен от КРС одитор.

През 2012 г. „Български пощи“ ЕАД, в качеството му на задължен оператор внесе заявление за компенсиране на несправедливата финансова тежест от извършването на УПУ през 2011 г. Исканата компенсация беше в размер на 22,750 млн. лв.

В тази връзка, КРС организира процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет: „Одит на внесените документи, свързани с изчислението на нетните разходи от извършване на универсалната пощенска услуга за 2011 г.“, като за изпълнител беше определен „Делойт Одит“ ООД. Одитът беше извършен в два етапа:

- Проверка за прилагане на системата за разпределение на разходите по видове услуги през 2011 г.;
- Проверка и оценка на съответствието между изчислените нетни разходи от извършване на УПУ за 2011 г. и Методиката.

- След извършване на одита „Делойт Одит“ ООД потвърди, че „нетните разходи от извършване на универсалната пощенска услуга в размер на 28,068 млн. лева, коригирани с паричните еквиваленти на нематериалните ползи в размер на 2,887 млн. лева, и стимулите за ефективност в размер на 2,431 млн. лева, съответно исканата компенсация за понесената несправедлива финансова тежест в размер на 22,75 млн. лева, са правилно определени.“

От страна на КРС беше извършен анализ на финансово – икономическото състояние на оператора и въз основа на данните, беше установено следното:

- Делът на несправедливата финансова тежест представлява 48% от общия размер на приходите на „Български пощи“ ЕАД от предоставяне на УПУ за 2011 г.;
- Салдото от финансови разчети с чужди администрации (разплащания с чужди пощенски администрации) за периода от 2009 до 2011 г. намалява с 36%. През 2009 г. и 2010 г. при отчитане на положителното салдо резултатът на „Български пощи“ ЕАД от УПУ е печалба. През 2011 г. „Български пощи“ ЕАД отчита загуба от УПУ след приспадане на салдото от разплащания с чужди пощенски администрации;
- Пазарният дял на „Български пощи“ ЕАД от пазара на УПУ се запазва без промяна – 95% за периода 2009 - 2011 г.

Независимо от запазването на пазарният дял на предприятието на изключително високо ниво, размерът на нетните разходи в сравнение с общите приходи на дружеството и финансовия резултат на дружеството, сочат за наличие на несправедлива тежест за оператора през 2011 г.

Въз основа на анализа на внесените документи и заключенията на независимия одитор, КРС с решение № 2224 от 19.12.2012 г. определи компенсация, дължима на „Български пощи“ ЕАД за предоставяне на УПУ през 2011 г. в размер от 22,75 млн. лв.

За 2012 г. „Български пощи“ ЕАД отчита загуба от извършването на УПУ в размер на 17,76 млн. лв.

Отрицателния резултат е формиран от 37,14 млн. лв. приходи, 55,2 млн. лв. разходи, коригиран с положителното салдо от финансови разчети с чужди пощенски администрации, в размер на 0,300 млн.лв.

През 2012 г. спрямо 2011 г. операторът е реализирал с 5 % по-малко приходи, а разходите за извършване на УПУ са намалели с 4 % за същия период.

В сравнение с 2011 г., през 2012 г. загубата на оператора се увеличава със 7%. По данни на оператора, влошаването на финансовия резултат през 2012 г. спрямо 2011 г. се дължи на:

- значително намаление на салдото от международните разчети с чужди администрации, чийто размер през отчетния период е близо 6 пъти по-малък, в сравнение с предходната година;
- намалено потребление на пощенски услуги в следствие на нестабилната икономическа ситуация;
- отпадане на обеми пратки, подавани от големи клиенти на оператора.

В изпълнение на чл. 12, ал. 1 от Методиката, задълженият оператор е внесъл намерение за кандидатстване за компенсация на несправедливата финансова тежест от извършването на УПУ през 2012 г.

III. Предоставяне на неуниверсалните пощенски услуги

1. Обхват на пазара на НПУ

В обхвата на НПУ се включват следните услуги:

- 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*);
- пряка пощенска реклама;
- пощенски парични преводи.

Куриерските услуги, „хибридна поща“ и „пряка пощенска реклама“, се предоставят въз основа на уведомителен режим, а пощенски парични преводи въз основа на лицензионен режим.

В тази връзка развитието на услугата „пощенски парични преводи“, въпреки че е в обхвата на НПУ, в настоящия доклад е проследено отделно и не е включено в изчисляване на общия размер на приходите и пратките от предоставяне на НПУ.

През 2012 г. броят на регистрираните пощенски оператори, които предоставят куриерски услуги, услугата „хибридна поща“ и „пряка пощенска реклама“ нараства до 112, като КРС е регистрирала 19 нови оператора и е заличила от „Регистъра на операторите предоставящи НПУ“ седем. Операторите, които са декларирали, че не са извършвали дейност през изминалата година са 36, така реално операторите предоставящи НПУ за 2012 г. са 56.

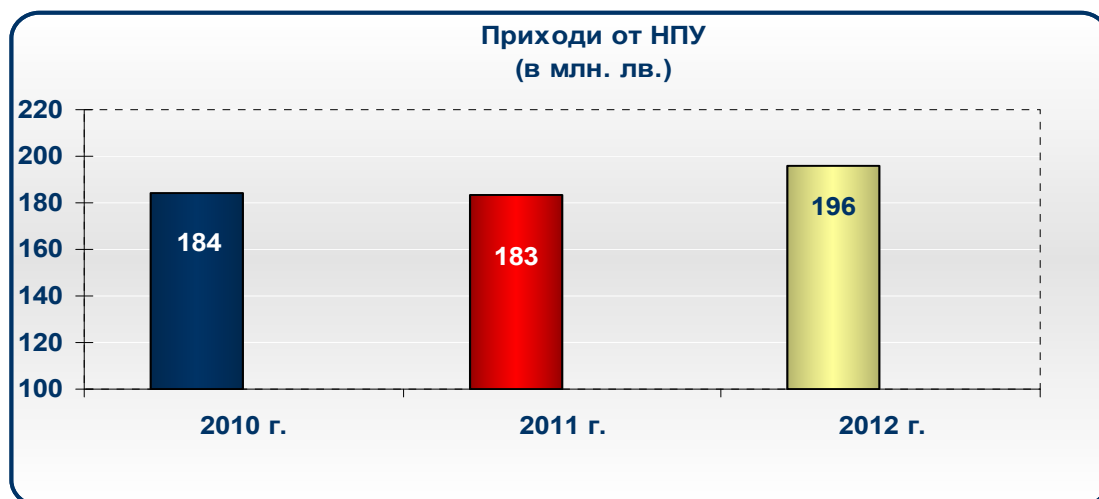
1.1. Обем и структура на пазара на НПУ

Общият брой на обработените пратки за 2012 г. е 142 млн.бр. и бележи спад от 8% спрямо 2011 г.

Куриерските услуги формират 15%, хибридната поща 80%, а пряката пощенска реклама 5% от общия размер на обработените пратки.

През изминалата година приходите от извършването на трите услуги са в размер на 196 млн. лв. Съответно куриерските услуги формират 82%, хибридната поща 17%, а пряката пощенска реклама 1% от общия размер на приходите реализирани от трите услуги.

На фиг. 16 са представени данни за общия размер на приходите от извършване на куриерски услуги, услугата „хибридна поща“ и услугата „пряка пощенска реклама“ за периода 2010-2012 г.



Фиг. 16 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от данните, приходите от извършването на трите услуги са в размер на 196 млн. лв., като в сравнение с 2011 г. са се увеличили с около 7%.

Увеличените приходи, съпоставени с намалените обеми могат да се обяснят с нарасналото потребление на куриерски услуги за чужбина (15%) и с популяризирането у нас на интернет пазаруването, при което, според проучване на "Allegrogroup.Aukro.bg към месец ноември 2012 г. около 52% от потребителите пазарували онлайн, са използвали като начин за разплащане наложеният платеж.

1.1.1. Разпределение на приходите от извършване на услугите от обхвата на НПУ

Първите 5 оператора с най-големи пазарни дялове², предоставящи трите услуги от обхвата на НПУ, според предоставени данни в КРС са:

- „Ди Ейч Ел България“ ЕООД;
- „Еконт Експрес“ ООД;
- „Ин Тайм“ ООД;
- „МИБМ Експрес“ ООД;
- „Спиди“ АД.

През 2012 г. тези оператори са формирали 67% от пазара на НПУ.

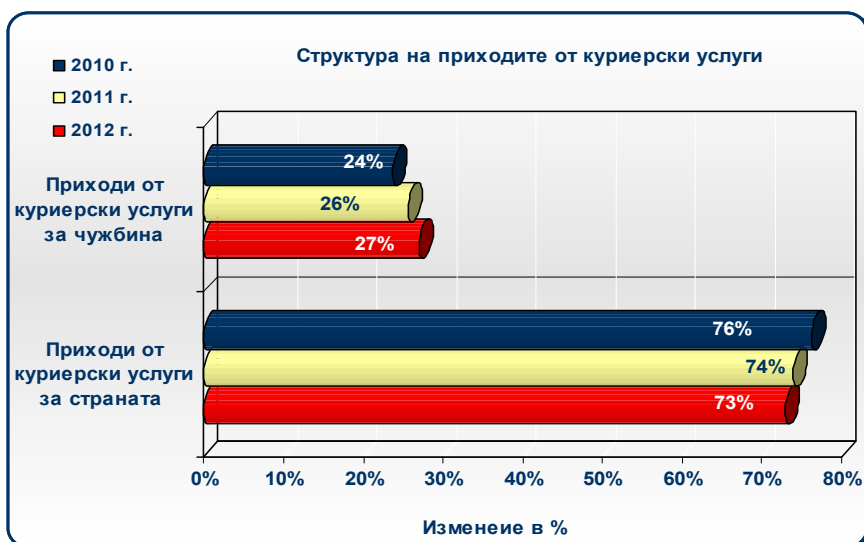
2. Състояние на куриерските услуги

През изминалата година общият брой на приетите, пренесените и доставените куриерски пратки е в размер на 21 млн. През 2012 г. спрямо 2011 г. общият брой на куриерски пратки е намалял с 9%.

Приходите от куриерски услуги са в размер на 161 млн. лв., като в едногодишен период са се увеличили с около 10%.

На фиг. 17 са представени данни за структурата на приходите от извършване на куриерски услуги за периода 2010 - 2012 г.

² Операторите са подредени по азбучен ред, а не по големина на пазарния дял.



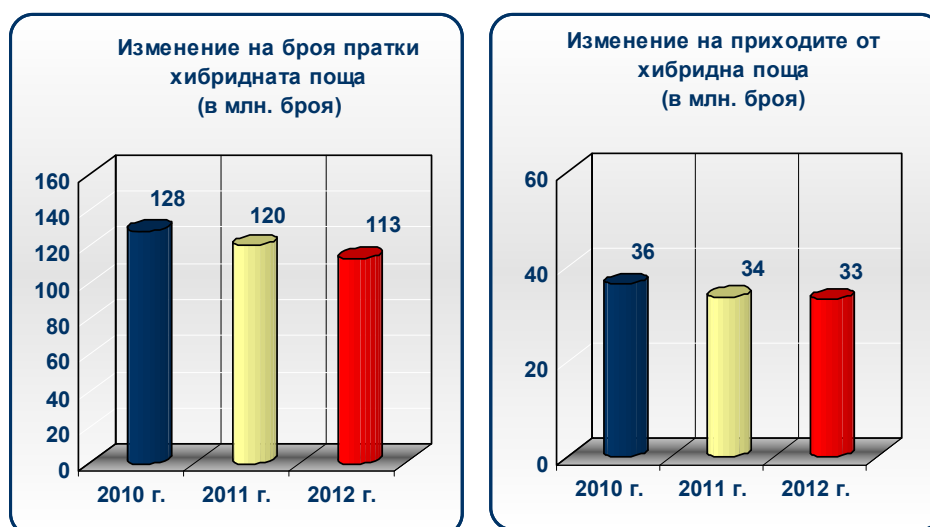
Фиг. 17 Източник: Данни, подадени в КРС

През 2012 г. приходите от куриерски услуги за страната формират 73% от общия размер на приходите от куриерски услуги. Техният относителен дял от общия размер на приходите от куриерски услуги е намалял с 1 процентен пункт спрямо 2011 г. От друга страна, при международните изходящи куриерски услуги се наблюдава увеличение на относителния дял в едногодишен период също с 1 процентен пункт.

3. Състояние на услугите „хибридна поща“ и „пряка пощенска реклама“

През изминалата година услугата „хибридна поща“ се е предоставяла от 6 пощенски оператора, като приходите от нея са в размер на 33 млн. лв. и са намалели с 2% спрямо 2011 г.

На фиг. 18 са представени данни за приходи и брой пратки от извършване на услугата „хибридна поща“ за периода 2010 - 2012 г.



Фиг. 18 Източник: Данни, подадени в КРС

Хибридна поща е услуга добре позната на потребителите с възможностите за намаляване на производствените разходи, икономия от време и удобство за клиентите. Операторите, специализирани в предоставянето на хибридна поща най-често обслужват големи компании по отношение на:

- писмовната им кореспонденция;
- отпечатване и разпространение на сметки за комунални услуги;
- уведомителни писма;
- извлечения по сметки;
- информационни и други бюлетини.

Стремежът към завоюване на по-силни позиции на този пазар доведе до повишаване качеството на услугата при подготовката на кореспонденцията, сроковете за доставка и прилагането на иновативни и индивидуални решения за всеки клиент. Някои оператори предлагат на клиентите си отчет за доставените пратки (дата и час за начало на разноса, дата и час на приключване на разноса, брой получени пратки за разнос, както и брой неразнесени пратки). Задължителна част от отчета е и описателен файл на недоставените пратки за всеки един случай поотделно и причините за това.

Пряката пощенска реклама е пощенска пратка, състояща се само от рекламни или маркетингови материали и съдържаща идентични съобщения, с изключение на името, адреса и идентификационния номер на получателя.

Операторите, които през 2012 г. са предоставяли услугата „пряка пощенска реклама“ са „Български пощи“ ЕАД, „Полипост – поща и логистика“ ЕАД, „МиБМ Експрес“ ООД, „Еконт Експрес“ ООД. Като „Полипост – поща и логистика“ ЕАД и „Еконт Експрес“ ООД през 2012 г. за първи път са извършвали услугата „пряка пощенска реклама“.

През изминалата година пратките от услугата „приемане, пренасяне и доставяне на пряка пощенска реклама“ са намалели с 30% в сравнение с 2011 г. и са в размер на 7 млн.бр., а приходите от предоставянето и възлизат на 1 млн.лв.

Услугата в световен мащаб се спряга като една от най-перспективните пощенски услуги и очакванията са и у нас през следващите години тя да се развие.

Пощенската реклама има и друга разновидност, т.нар. „безадресна доставка“, като при този вид реклама липсва конкретен адресат. Най-често безадресната доставка е насочена към домакинствата под формата на реклами, диплянки, информационни брошури.

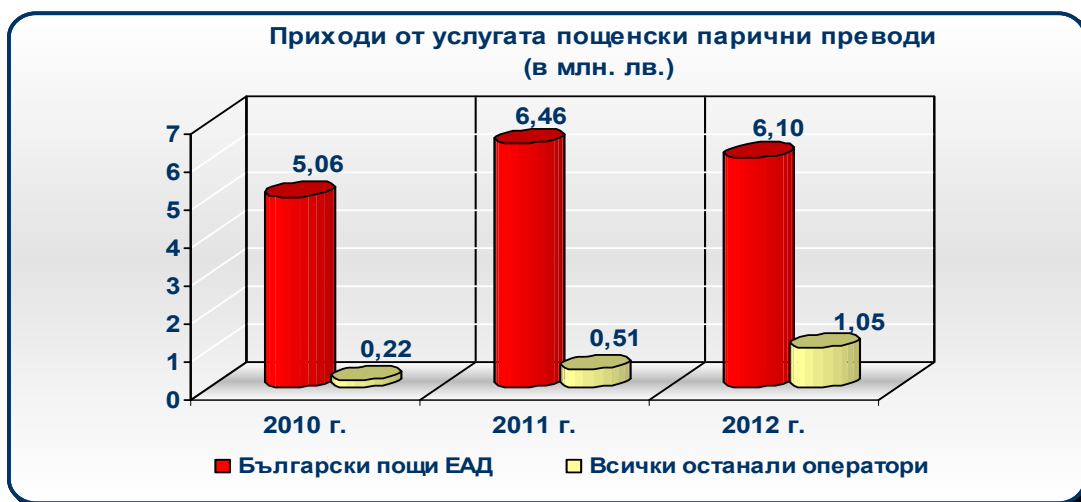
4. Състояние на услугата „пощенски парични преводи“

През 2012 г. „Спиди“ АД получи лицензия и стартира предоставяне на услугата пощенски парични преводи. С него общият брой на лицензираните оператори за извършване на услугата „пощенски парични преводи“ стана тринадесет. От тях през 2012 г. са отчетели дейност: „Български пощи“ ЕАД, „Еконт Експрес“ ООД, „Кеш Офис“ АД, „Спиди“ АД, „Тип Топ Куриер“ АД, „Фактор И.Н.“ АД, „Финанс Инженеринг“ АД.

Общо за 2012 г. броят на извършените пощенски парични преводи е 3,7 млн. бр., а реализирани приходи от тях са около 7,2 млн. лв. При сравняването на тези данни с предходния отчетен период се регистрира ръст от 3 % на броя на паричните преводи и 2,7 % на приходите от тази услуга.

„Български пощи“ ЕАД отчита спад от 21 % в броя и намаление от 5 % на приходите от извършените „пощенски парични преводи“ в сравнение с 2011 г. Някои от останалите оператори, като „Еконт Експрес“ ООД отчита увеличение на броя на извършените парични преводи от 4 пъти и три пъти увеличение на приходите. „Кеш Офис“ АД отчита увеличение на приходите от парични преводи почти три пъти в сравнение с 2011 г..

На фиг. 19 са представени данни за приходите от извършване на услугата пощенски парични преводи за страната.



Фиг. 19 Източник: Данни, подадени в КРС

От горната фигура е видно, че през 2012 г. в сравнение с 2011 г. намалява дела на „Български пощи“ ЕАД в приходите от пощенски парични преводи за сметка на останалите пощенски оператори.

В зависимост от сроковете за извършване на паричните преводи, същите се класифицират на обикновени и експресни пощенски парични преводи. За 2012 г. „Български пощи“ ЕАД е отчело обикновени и експресни парични преводи, в съотношение съответно: 69 % на 31 % (обикновени към експресни). Това съотношение се запазва почти непроменено от предходните две години. Пощенският оператор е предоставил 266 броя международни изходящи пощенски парични преводи.

„Еконт Експрес“ ООД, „Кеш Офис“ АД и „Тип Топ Куриер“ АД са предоставяли 100 %, обикновени парични преводи.

IV. Състояние на конкуренцията на пощенския пазар в България

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

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

Съгласно принципите на конкурентното право, степента на концентрация се оценява чрез индекса на Херфиндал-Хиршман (ННІ), както и чрез коефициент на концентрация (CR). Индексът ННІ се изчислява на база сбора от квадратите на пазарните дялове на участниците на пазара, докато коефициентът CR отразява дяловете на най-големите участници. 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.

1.1 Състояние на конкуренцията при услугите от обхвата на УПУ

След премахването на предимството „резервиран сектор“, през 2012 г. се наблюдава по-осезаемо намаление на пазарния дял на „Български пощи“ ЕАД в общия размер приходи от услуги от обхвата на УПУ. През 2012 г. в сравнение с 2011 г. делът на „Български пощи“ ЕАД от пазара на УПУ е намалял от 95% на 89%. В резултат, пазарният дял на останалите пощенски оператори, извършвали услуги от обхвата на УПУ е нараснал с 6 процентни пункта спрямо 2011 г. Операторите „МиБМ Експрес“ ООД и „Еконт Експрес“ ООД вече имат по 5% пазарен дял от пазара на УПУ.

Въпреки отчетеното раздвижване на конкуренцията на пазара на УПУ и през 2012 г. делът на приходите на „Български пощи“ ЕАД по видове услуги от обхвата на УПУ се запазва висок, както следва: 91 % при кореспондентски пратки до 2 кг, 66 % при малки пакети до 2 кг, 93 % при печатни произведения до 5 кг и 73 % при пощенски колети.

Изчислените стойности на индекса ННІ и на коефициента CR4 при услугите от обхвата на УПУ се запазват почти без промяна в сравнение с предходната 2011 г. В тази връзка пазара на услугите от УПУ все още се характеризира като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация.

1.2. Състояние на конкуренцията при НПУ

През последните пет години от 2008 г. до 2012 г. броят на регистрираните оператори за извършване на куриерски услуги и хибридна поща се е увеличил от 77 на 112. През 2012 г. този пазарен сегмент се запазва като ефективен, сравнително конкурентен, като се характеризира със средна към умерена концентрация. За измерване на концентрацията е използван индекса на ННІ, като неговата стойност за 2012 г. е 1 128 и е изчислена на база предоставените данни от 80% от регистрираните пощенски оператори към края на 2012 г. Коефициентът CR5, в размер на 67 %, също доказва относително средно ниво

на концентрация при сравнително конкурентен пазар. През 2012 г. петте оператора с най-големи приходи от извършване на куриерските услуги и услугата „хибридна поща“ са формирали пазарни дялове между 6 % и 21 %.

1.3. Състояние на конкуренцията при услугата пощенски парични преводи

През разглеждания отчетен период „Български пощи“ ЕАД е формирал 84 % от общия размер на приходите от извършване на услугата „пощенски парични преводи“. В сравнение с 2011 г. делът на историческия оператор е спаднал с 8 проценти пункта Следващият по големина пазарен дял от 14 % е на „Еконт Експрес“ ООД, 2 % дял заема „Кеш Офис“ АД.

При изчисляване стойността на коефициента CR4 са взети пазарните дялове на първите четири участника с най-големи дялове приходи от тази услуга: „Български пощи“ ЕАД „Еконт Експрес“ ООД, „Кеш Офис“ АД, и „Тип Топ Куриер“ АД.

Стойностите на коефициента CR4 и на индекса на ННІ определят пазара на пощенските парични преводи, като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация.

V. Информация, свързана с регулаторните и контролни функции на КРС

1. Създаване на подзаконова нормативна уредба

Дейността на КРС през последната година беше насочена към завършване изграждането на адекватна подзаконова нормативна уредба към регулаторната рамка, която да е хармонизирана с изискванията на Директива 2008/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 20 февруари 2008 г. за изменение на Директива 97/67/ЕО относно общите правила за развитието на вътрешния пазар на пощенските услуги в Общността и за подобряването на качеството на услугата.

В новите условия на либерализиран пощенски пазар от 01.01.2011 г., регулаторът е със засилени правомощия по отношение на оператора със задължение за извършване на УПУ, като в по-голямата си част подзаконовата нормативна уредба касае този оператор.

В изпълнение на законовите си задължения по чл. 29б, ал. 5 и чл. 29а, ал. 3 от ЗПУ, КРС проведе процедури за определяне на изпълнител на обществени поръчки с предмет, както следва:

- „Проверка за прилагането на системата за разпределение на разходите на пощенския оператор със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга“ и
- „Одит на внесените документи, свързани с изчислението на нетните разходи от извършване на универсалната пощенска услуга за 2011 г.“.

Като резултат от изпълнението на сключените договори за изпълнение на обществените поръчки са изготвени задължителни указания за изменение на системата за разпределение на разходите на задължения оператор, които са приети с Решение на КРС № 1003 от 03.05.2012 г. и е потвърдено наличието на

несправедлива финансова тежест за пощенския оператор със задължение за извършване на УПУ, като размерът на компенсацията е определен с Решение на КРС № 2224 от 19.12 2012 г.

След проведено обществено обсъждане, КРС прие изменение на Мерки за опазване тайната на кореспонденцията.

Издадена е 1 индивидуална лицензия за извършване на пощенски парични преводи и 21 броя удостоверения за извършване на неуниверсални пощенски услуги.

С постановление на Министерския съвет са приети разработените от КРС Нормативи за определяне на гъстота на точките за достъп до пощенската мрежа на пощенския оператор със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга, така че да съответстват по брой и гъстота на нуждите на потребителите.

Експерти от КРС взеха участие в междуведомствена работна група, която изготви проект за изменение на методика за изчисляване на нетните разходи от извършване на универсалната пощенска услуга.

В областта на пощенските услуги се използват немалко стандарти – български и международни. С цел хармонизиране на българските стандарти с европейските, както и успешното им прилагане, КРС участва в работата на Технически комитет (ТК) 80 „Електронен обмен на данни в администрацията, търговията и услугите” към Българския институт за стандартизация. През изтеклата година са преведени 2 европейски стандарта в областта на пощенските услуги и са отменени 5 български стандарта, които са морално остарели и непригодни към настоящите условия.

В международен план най-значимото събитие на 2012 г. за пощенския сектор безспорно е 25^{-тият} Конгрес на Всемирния пощенски съюз (ВПС). Едно от най-важните решения, взети в рамките на Конгреса, е приемането на Световната пощенска стратегия от Доха, която ще бъде водеща за правителствата на 192 държави-членки на ВПС, пощенските оператори и регионалните пощенски организации през следващите четири години (2013-2016 г.). Стратегията от Доха съдържа следните основни цели: подобряване на оперативната съвместимост на световната пощенска мрежа, предоставяне на технически и експертни познания, свързани с пощенския сектор, насърчаване появата на иновативни продукти и услуги (развитие на триизмерна пощенска мрежа) и ускоряване на устойчивото развитие на пощенския сектор. Тези цели ще бъдат реализирани чрез 18 работни програми, с които ще се стимулира постоянното развитие на ефективна, достъпна и качествена универсална пощенска услуга.

КРС взе участие в пленарните сесии на Европейския комитет на пощенските регулатори (CERP) и на Европейската регулаторна група по пощенски услуги (ERGR), в среща с експерти от Европейската Комисия и в срещи на Комитета по пощенска директива, в конференция „Последна миля преди либерализирането на пазара на пощенски услуги” в Гърция. Също така, експерти от Комисията участват активно в дейността на създадените работни групи към ERGR. Финализиран е туининг проектът „Подкрепа на хърватската агенция за електронни съобщения и пощи (НАСОМ) в областта на разделното счетоводство при пощенските услуги” с участието на КРС като партньор на Министерството на транспорта и обществените работи на Испания.

2. Информация във връзка с изпълнението на индивидуалните лицензии

2.1. Пощенска мрежа

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 стационарни и/или мобилни пощенски станции, пощенски агентства и изнесени пощенски гишета, разменни и сортировъчни центрове и възли, транспортни и технически средства, изградени и използвани с цел приемане, пренасяне и доставяне на пощенски пратки и извършване на пощенски парични преводи.

2.1.1. Пощенска мрежа на оператора със задължение за извършване на УПУ

През 2012 г. пощенският оператор със задължение за извършване на УПУ „Български пощи“ ЕАД не е внасял предложения, нито уведомления за промяна на броя и разположението на точките за достъп до пощенската си мрежа. Така в края на 2012 г. броят на стационарните пощенски станции остава непроменен – 2979, като 637 от тях се намират в градовете и 2342 - в селата. От пощенските станции в селата, 204 се намират в селища с население под 150 жители, а 1334 - в населени места с население над 150 и под 800 жители.

Обслужваното население от 1 пощенска станция средно за страната е 2458 човека.

Освен чрез пощенските станции, пощенски услуги се предоставят чрез 80 пощенски агентства и 29 изнесени пощенски гишета – основно в големи търговски вериги, университети и други стратегически разположени места в областни градове.

В експлоатация са 4904 пощенски кутии за събиране на непрепоръчани кореспондентски пратки.

На разположение на потребителите в пощенските станции са 42084 абонаментни пощенски кутии.

2.1.2. Пощенски мрежи на оператори, лицензирани за извършване на услуги, включени в обхвата на УПУ и на оператори, лицензирани за извършване на пощенски парични преводи

След отпадане на изискването за задължително териториално покритие на цялата страна от лицензираните оператори за извършване на услуги от обхвата на УПУ и лицензираните оператори за извършване на пощенски парични преводи с промяната на ЗПУ от 3.11.2009 г., те продължават да развиват мрежите си, увеличавайки точките за достъп, независимо дали става въпрос за собствени или за точки за достъп по договори, сключени съгласно чл. 22 от ЗПУ.

„МиБМ Експрес“ ООД предоставя услуги от обхвата на УПУ чрез 57 стационарни пощенски станции, 13 пощенски агентства и 52 пощенски кутии. „Еконт Експрес“ ООД има 350 стационарни пощенски станции, от които 295 са търговски представителства и 1322 пощенски кутии. Това е единственият пощенски оператор, който разполага с мобилни пощенски станции – 11 на брой. „Тип-Топ Куриер“ АД, разполага с 4 собствени пощенски офиси и с 65 на подизпълнители, както и с 5 пощенски кутии и 30 абонаментни пощенски кутии.

Операторите, лицензирани за извършване на пощенски парични преводи, обикновено поддържат минимален брой собствени офиси за сметка на по-голям брой офиси по договори, сключени съгласно чл. 22 от ЗПУ. Типични

примери в това отношение са „Изипей” АД, който има 221 собствени офиса и 2030 по договор, „Фактор И.Н.” АД само с 1 собствен офис и 139 офиса по договор, „Тип-Топ Куриер” АД с 3 собствени и 73 офиса по договор, „Еконт Експрес” ООД с 56 собствени и 294 офиса по договор. „КешОфис” АД предоставя услугата в 86 собствени и 63 офиса по договори, а „Финанс Инженеринг” АД – в 12 собствени и 9 офиса по договор. За разлика от горесцитираните оператори, „Спиди” АД разчита само на собствени офиси – 91 на брой. При операторите на пощенски парични преводи се наблюдава динамика в развитието на мрежите, която се изразява не само в увеличаване на точките за достъп, но и в промяна на тяхното разположение. Обикновено броят на собствените офиси се запазва непроменен, а динамично се променят броят и разположението на точките за достъп по договори. Това е едно гъвкаво решение, което позволява на операторите бързо да реагират на променящите се икономически условия и инфраструктура и им спестява разходи.

3. Качество на УПУ през 2012 г.

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

Във връзка с измененията в ЗПУ, в сила от 30.12.2010 г., по отношение изпълнението на нормативите за качество на УПУ и ефикасността на обслужване (Нормативи)³, изискващи КРС да осигури за своя сметка ежегодно извършване на измерване на изпълнението на нормативите от независима организация, КРС обяви процедура за възлагане на обществена поръчка в съответствие със Закона за обществени поръчки. За изпълнител на обществената поръчка с предмет “Измерване на времето за пренасяне „от край до край” на единични вътрешни пощенски пратки с предимство в мрежата на оператора със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга, съгласно изискванията на стандарт БДС 13850:2002+A1:2007” беше избран ПрайсуотърхаусКупърс Бизнес Солюшънс С.А. (PwC). Измерването протече в рамките на цялата 2012 г. След завършване на измерването, изпълнителят представи официален доклад, съдържащ обобщаващи резултати, както и констатации и интерпретация на тези резултати.

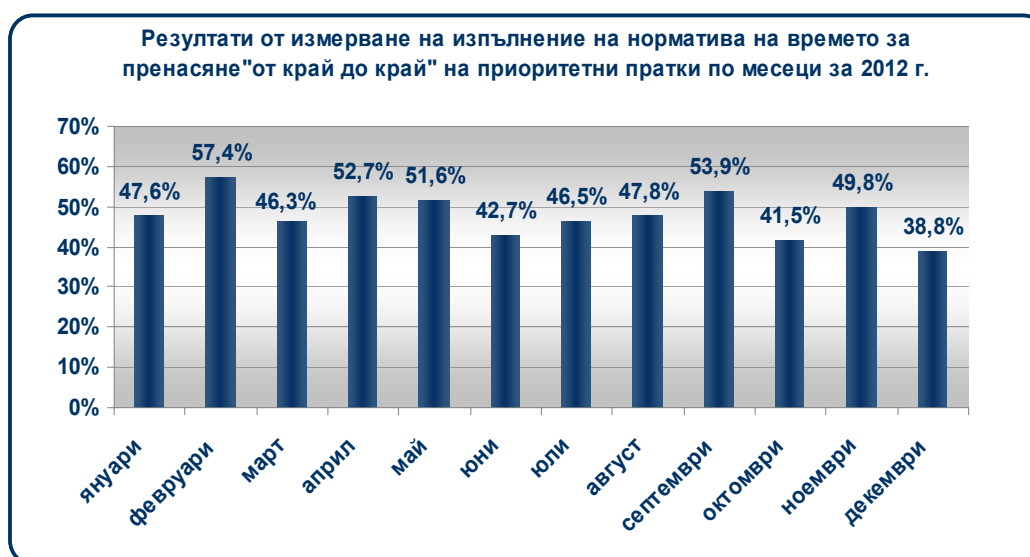
При норматив за качество по отношение на времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки с предимство за **Д+1** - не по-малко от **80 %** от пратките и за **Д+2** - не по-малко от **95 %** от пощенските пратки, на годишна база (2012 г.) резултатът от измерването е

Време за пренасяне „от край до край”	Нормативи за качество на услугата	Резултати
Д+1	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	47.9%
Д+2	Не по-малко от 95% от пощенските пратки	72.8%

³ Отнасят се за оператора със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга „Български пощи” ЕАД

Резултатите по тримесечия и по месеци са представени съответно в таблицата и графиката по-долу:

Период	Д + 1	Д + 2	Д + 3	Д + 5	Д + 10
Q1	50.5%	76.4%	86.7%	95.7%	98.4%
Q2	48.9%	70.6%	82.9%	93.0%	97.6%
Q3	49.3%	74.2%	84.3%	93.8%	98.3%
Q4	42.6%	70.5%	84.4%	94.0%	98.1%



Фиг. 20 Източник: Данни, подадени в КРС

В доклада Изпълнителят е дал препоръки за подобряване качеството на услугата на задължения оператор, а именно:

- Провеждане на паралелно измерване на качеството на услугата, с фокус върху проблемните маршрути;
- Използване на RFID система за подобряване и диагностика, установена в Сортировъчни центрове и/или Клоновете за доставка, където се обработват големи обеми пратки. Този подход би осигурил точна и надеждна информация (посредством RFID датчици), представена по разбираем начин, като се използват различни аналитични инструменти и похвати.

Във връзка с незадоволителните резултати от измерването и на основание разпоредбата на чл. 105б от ЗПУ, КРС предприема административнонаказателни мерки спрямо оператора със задължение за извършване на УПУ.

През 2013 г. стартира изпълнение на обществена поръчка за измерване на времето за пренасяне с по-голям обхват от предходната година – „Измерване на времето за пренасяне „от край до край” на единични вътрешни пощенски пратки без и с предимство в мрежата на оператора със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга, съгласно изискванията на

стандарти БДС EN 14508:2003+A1:2007 и БДС EN 13850:2002+A1:2007". Обществената поръчка отново е спечелена от ПрайсютърхаусКупърс Бизнес Солюшънс С.А.

От своя страна задълженият оператор извършва тримесечно отчитане на качеството на УПУ чрез попълване на обобщена информация във вътрешен формуляр съгласно съществуващата „Инструкция за прилагане на нормативите за качество на универсалната пощенска услуга”. Постигнатите резултати на ниво регионални поделения се обобщават в Централно управление. Методът за отчитане е чрез данни от датните клейма на кореспондентските пратки и не дава обективни резултати.

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

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2010 г.	Резултати 2011 г.	Резултати 2012 г.
Д+2	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	92,4%	91,7%	93,3%
Д+3	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	98,9%	99%	99,3%

3.3 Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2010 г.	Резултати 2011 г.	Резултати 2012 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от колетните пратки	85,8%	90,3%	90,7%
Д+2	Не по-малко от 95% от колетните пратки	98,1%	99,3%	99,6%

Резултатите за времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство и на вътрешни колетни пратки са от измервания на задължения оператор. Видно от горните две таблици, нормативите се изпълняват.

3.4 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. Към 2011 г. системата обхваща пощенските оператори със задължение за извършване на УПУ от 27-те страни-членки на ЕС, както и Исландия, Норвегия, Швейцария, Босна и Херцеговина (част), Хърватия, Македония, Турция и Сърбия. Организирана е съгласно

разпоредбата на Директива 97/67ЕО за независимо измерване на времето за пренасяне “от край до край”, а измерванията се осъществяват съобразно изискванията на действащия към дадения период стандарт EN 13850. Получените резултати са официални за всички оператори и са база за разчитанията между тях.

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

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2010 г.	Резултати 2011 г.	Резултати 2012 г.
Д+3	Не по-малко от 85% от пощенските пратки	63,8%	59,1%	56,3%
Д+5	Не по-малко от 97% от пощенските пратки	92,4%	89,7%	89,3%

Сравнението на резултатите за тригодишен период показва не само неизпълнение на нормативите, но и системно влошаване на показателите, особено по отношение на норматива за бързина Д+3. Като причини, които оказват отрицателно влияние върху резултатите, обикновено се посочват външни фактори: сключени договори на повечето ключови авиопревозвачи с друг наземен оператор, чиито изисквания не позволяват експедиране на пощата с ранни полети, прекратяване голям брой полети на някои авиокомпаниии от летище София, смяната на лятното със зимното разписание, при което много от възможните полети отпадат поради ранния час на излитане и др.

3.4.2 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 2010 г.	Резултати 2011 г.	Резултати 2012 г.
Д+5	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	69,6%	72,7%	75,8%
Д+7	Не по-малко от 95% от пощенските пратки	92,2%	91,3%	94%

Резултатите в горната таблица, въпреки тенденцията към покачване, все още показват известно неизпълнение на нормативите.

По отношение редовността на събиране и доставяне на пощенските пратки има трайна тенденция за изпълнение на нормативите, като постигнатите резултати са устойчиви.

3.5 Срокове за обработка на reklamации

Нормативен срок за обработване на reklamациите	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2010 г.	Резултати 2011 г.	Резултати 2012 г.
30 дни за вътрешни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от reklamациите	93,44%	98,39%	95,2%
90 дни за международни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от reklamациите	94,45%	93,16%	94,5%

Видно от резултатите в горната таблица нормативите се изпълняват.

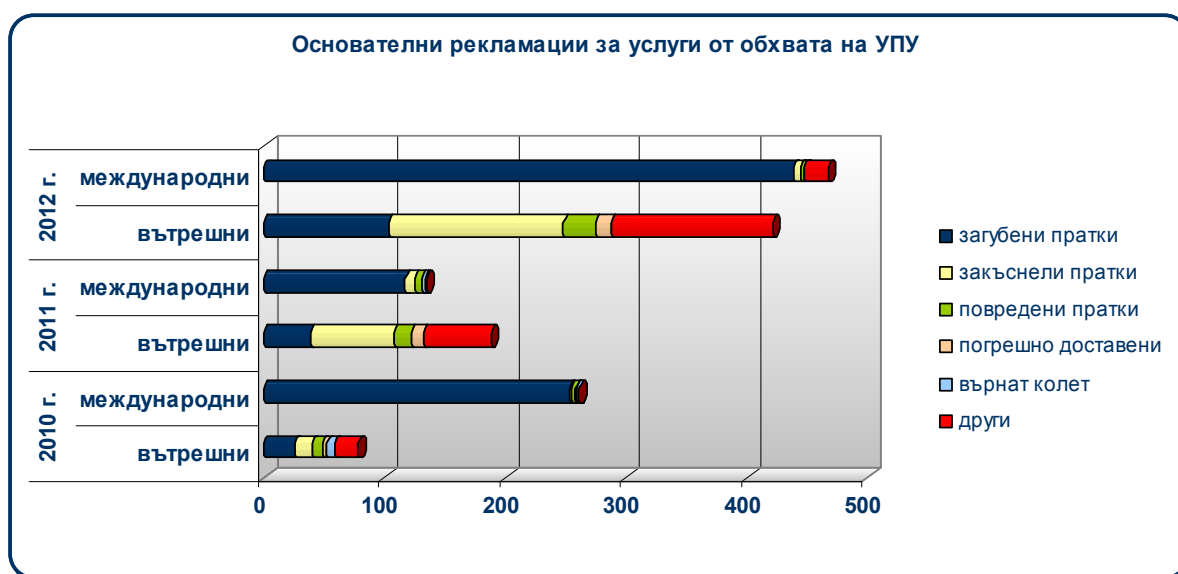
3.6. Reklamации за услуги от обхвата на УПУ

През 2012 г., по данни от годишните въпросници за оператора със задължение за извършване на УПУ и за оператори, извършващи услуги от обхвата на УПУ, са подадени общо 6739 броя reklamации, от тях 861 основателни, които се разпределят по следния начин:

Подадени писмени reklamации за 2012 г.	Брой	
	вътрешни	международни
Reklamации (общо)	773	5966
Reklamации, счетени за основателни	403	458
<i>Разпределение на reklamациите според причинителите:</i>		
1. загубена пратка	103	439
2. пратка, доставена със закъснение	145	5
3. повредена или с липсващо съдържание (изцяло или частично) пратка	27	4
4. погрешно доставена пратка	13	
5. върнат пощенски колет с липсващ мотив за недоставяне		
6. обща reklamация (reklamация, основаваща се на общо неудовлетворение от услугите на оператора)	93	19
7. относно поведението и компетентността на пощенски служители	40	
8. относно обработването на reklamация		
Reklamации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.
	502	40323

След отчетения спад в броя на рекламациите през 2011 г., през 2012 г. броят и на подадените рекламации общо, и на счетените за основателни рекламации, които съставляват почти 13% от общия брой на подадените рекламации, се е увеличил значително – 2.7 пъти. Драстично се е увеличил и броят на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации – 3,7 пъти, а сумата на изплатените обезщетения е нараснала 4,5 пъти. Най-големият дял от счетените за основателни рекламации и през 2012 г. е този на загубените пратки – той съставлява 63% от общия брой основателни рекламации, като от тях 81% са рекламациите за загубени международни пратки. В сравнение с предходната 2011 г. делът на рекламациите за загубени пратки е 3,5 пъти по-голям. Видно и от графиката по-долу, за разглеждания 3-годишен период броят на този вид рекламации остава неизменно най-висок. 2 пъти се е увеличил делът на рекламациите за пратки, доставени със закъснение и на общите рекламации, основаващи се на общо неудовлетворение от услугите на даден оператор. Рязко – почти 7 пъти – се е покачил и броят на рекламациите относно поведението и компетентността на пощенските служители.

В графиката по-долу е представено изменението в броя на основателните рекламации според причините за подаването им за тригодишен период.



Фиг. 21 Източник: Данни, подадени в КРС

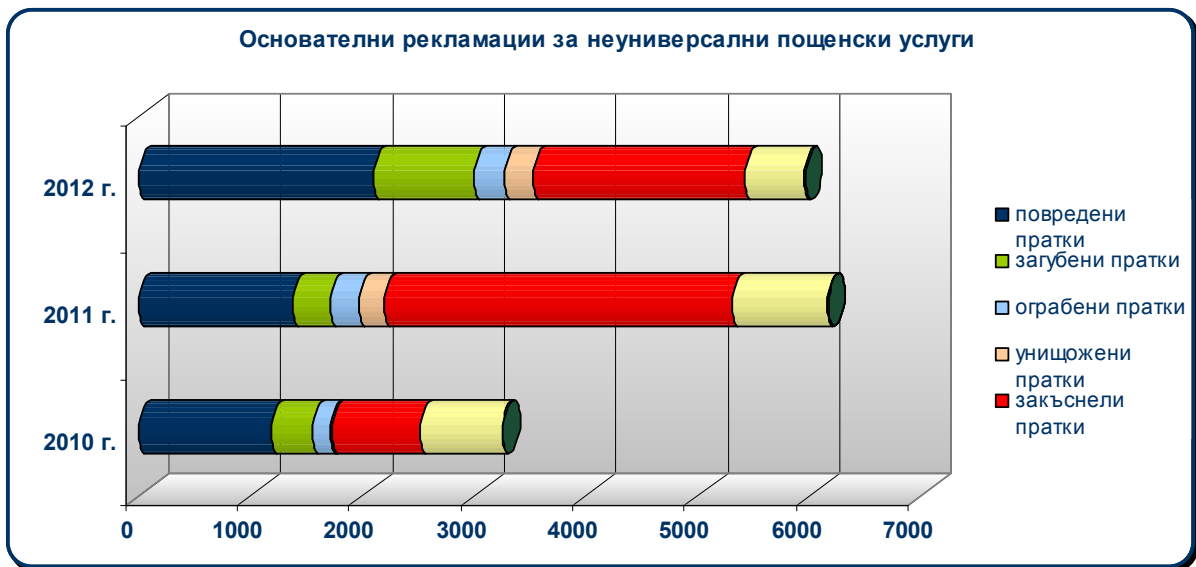
3.7 Рекламации за НПУ

Рекламациите за НПУ за 2012 г. се разпределят по брой според причинителите както следва⁴:

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

Рекламации (общ брой)	10073	
в т.ч. рекламации, сметени за основателни	5967	
Разпределение на рекламациите според причинителите:		
1. повредена пратка (целостта на пратката е нарушена)	2101	
2. загубена пратка (пратката не е доставена на потребителя)	897	
3. ограбена пратка (липсва част или цялото съдържание на пратката)	273	
4. унищожена пратка (пратката е така увредена, че не може да бъде използвана по предназначение)	258	
5. пратка, доставена със закъснение от посочения срок за доставяне	1894	
6. други	534	
7. рекламации за пощенски парични преводи (ППП)	10	
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.
	3047	407 840

В сравнение с 2011 г., общият брой на подадените рекламации се е увеличил с 14,8%, но броят на сметените за основателни рекламации е намалял с 3,3%. Същевременно броят на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации е нараснал с 27%, още повече – с 36% – се е увеличила сумата на изплатените обезщетения. Значително е намалял броят на рекламациите за доставени със закъснение пратки – с 39%. За сметка на това с 52% е нараснал броят на рекламациите за повредени пратки, драстично е нараснал и броят на рекламациите за загубени пратки – 2,6 пъти.



Фиг. 22 Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 22, представяща изменението на броя на основателните рекламации според причините за подаването им за тригодишен период, показва, че с най-голям дял и през трите години са рекламациите за повредени пратки и пратки със забавено доставяне.

4. Анализ на мерките за обезпечаване на пощенската сигурност

Пощенската сигурност е съвкупност от мерки и действия, свързани с охраната и опазването на пощенските пратки, парични средства и ценните пратки, имуществото на пощенските оператори, живота и здравето на пощенските служители и на потребителите на пощенски услуги, опазване тайната на кореспонденцията, осигуряване неприкосновеността на пощенските пратки, защита на личните данни и предотвратяване изпирането на пари чрез пощенската мрежа. Чрез пощенската сигурност се осъществява защитата на потока от пощенски пратки и се възпрепятства попадането в пощенската мрежа на забранени предмети и вещества. Не трябва да се допуска приемането, пренасянето и доставянето на пощенски пратки, за които цената на услугата е предплатена с подправени или извадени от употреба пощенски марки, или с невалидни пощенски отпечатащи. Областта на пощенската сигурност е нормативно уредена с Наредба № 6 за изискванията за пощенската сигурност (Наредбата), Мерки за опазване тайната на кореспонденцията и Закона за пощенските услуги (ЗПУ). Техните разпоредби важат за всички оператори, които извършват пощенски услуги на територията на Република България, като всеки един оператор е задължен да изгради структура по сигурността в своята организационна форма, която да съблюдава спазването на гореспоменатите изисквания.

Вземането на превантивни мерки за недопускане в пощенската мрежа на пратки, съдържащи забранени предмети и вещества, е друго важно задължение. Когато при приемане на дадена пратка възникнат съмнения, че тя съдържа забранени предмети или вещества, се изисква съгласие за отварянето ѝ от подателя, при липса на такова, тя не се приема. Когато има достатъчно основания да се смята, че вече приета пратка съдържа забранени предмети

или вещества, тя се задържа, като се изисква писмено съгласие от подателя или получателя за отварянето ѝ. При отказ или липса на отговор се уведомяват съответните компетентни органи, които предприемат последващи действия. Целта е да се гарантира високото ниво на сигурност на съдържанието на пратките, като в същото време не се нарушава тайната на кореспонденцията на потребителите.

Наредбата бе изменена през 2011 г., като с това бе свалена част от административната тежест върху операторите, а в същото време бе обърнато внимание на новите предизвикателства пред сигурността. Контролът върху охраната и опазване на паричните средства и ценните пратки, предотвратяване изпирането на пари чрез пощенската мрежа, както и върху защитата на пощенския трафик и недопускането на приемането, пренасянето и доставянето на забранени предмети и вещества чрез пощенската мрежа отпадат от правомощията на КРС, което я освобождава от несвойствени за нея дейности.

Като цяло Наредбата изисква разработването и въвеждането на следните инструкции и правила от страна на операторите:

- вътрешни инструкции за охраната и опазването на паричните средства и ценните пратки – съгласуват се с компетентните органи;
- вътрешни правила за контрол и предотвратяване изпирането на пари на основание чл. 16, ал. 1 от Закона за мерките срещу изпирането на пари - утвърждават се от председателя на Държавна агенция „Национална сигурност“;
- правила за вътрешния ред и охраната на пощенските служби - съгласуват се с компетентните държавни органи;
- 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 – съгласуват се с компетентните органи на МВР и ДАНС;
- вътрешни правила за действие на служителите при съмнение за наличие на пощенски пратки, за които цената на услугата е предплатена с подправени или извадени от употреба пощенски марки или с невалидни пощенски отпечатъци, както и за наличие на подправени пощенски продукти – съгласуват се с компетентните държавни органи.

От събраната информация от годишните въпросници като положителна тенденция може да се отбележи, че голям брой оператори разработват съответните вътрешни правила и ги съгласуват с органите на МВР и ДАНС.

5. Контролна дейност на КРС

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 2012 г. от оправомощени служители на КРС са извършени планови проверки и проверки във връзка с постъпили писма и сигнали.

Извършени са 5 инспекторски проверки на пощенския оператор със задължение за извършване на УПУ „Български пощи“ ЕАД и на четири други оператора, лицензирани за извършване на услуги от обхвата на УПУ относно: спазване на изискванията за пощенската сигурност; ценови листи и предлагани отстъпки от цените при договори с големи клиенти; проверка на договори, сключени по реда на чл. 22 от ЗПУ; спазване изискванията на чл. 77, ал. 2 от ЗПУ във връзка с използване на пощенските отпечатащи и др.

Осъществени са 5 инспекторски проверки на оператори, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи“.

Извършени са 14 инспекторски проверки на оператори на неуниверсални пощенски услуги относно непредоставяне на информация, изискана от КРС за дейността им през 2011 г.

По отношение защитата интересите на потребителите, КРС използва два инструмента – съгласуването на Общите условия на договора с потребителите на пощенски услуги (Общи условия) и правото на потребителите да подават жалби и сигнали до Комисията. През изтеклата 2012 г. Комисията съгласува Общите условия на 13 пощенски оператори. Разгледани са 104 жалби/сигнали от страна на потребители на пощенски услуги срещу пощенски оператори, във връзка с което са извършени 38 инспекторски проверки. В един от посочените случаи е имало основание за намеса от страна на КРС, т. е. оплакванията са съдържали данни за нарушение на нормативната уредба в сферата на пощенските услуги, за което пощенският оператор е бил санкциониран. В останалите случаи, с оглед естеството на оплакванията, не е имало нормативни основания за намеса на КРС.

През 2012 г. са издадени 8 наказателни постановления за нарушения в областта на пощенските услуги.

VI. Заключение

1. Перспективи за развитие на универсалната пощенска услуга

В България през последните години, пазарът на УПУ, се определя като слабо конкурентен. Перспектива за нарастване пазарния дял на УПУ може да бъде франчайзингът, осъществен чрез присъединяване на фирми към съществуващи пощенски мрежи. Този модел е лесно приложим към пощенския бранш, като първоначалната инвестиция и месечните такси са ниски, а възможностите за развитие големи.

На българския пазар има две добре наложени и разпознаваеми марки предлагащи франчайзинг: „Тип Топ Куриер“ АД и „Еконт Експрес“ ООД. Ставайки част от пощенската мрежа като франчайзер, предприемачите могат да продават пълната гама от услуги за който франчайзодател е лицензиран. За франчайзополучателя изгодата се изразява в това, че се възползва от популярността на даден продукт, без да се налага да инвестира собствени средства в развиването на собствена продуктова гама и търговска марка.

Този модел може да бъде перспективата за развитие на УПУ у нас през следващите години – чрез по-малките първоначални инвестиции за стартиране на бизнес, с готово ноу-хау и с разработен бизнес модел.

Друга възможност за развитие на УПУ е все по-популярната през последните години електронна търговия и по-специално трансграничната

електронна търговия на колетни пратки в Европа и извън нея. Съществува широк консенсус, че електронната търговия е основен фактор за икономически растеж и повишаване на заетостта в целия Европейски съюз и затова нейното безпрепятствено развитие е много важно. От друга страна доставките са ключов фактор за развитието на електронната търговия и точно тук е ролята на пощенските оператори, извършващи универсална пощенска услуга. Съществуват и проблеми свързани с доброто развитие на електронната трансгранична търговия, с притесненията на потребителите от възможността пратката им да не бъде доставена или да бъде препятствано връщането на закупени стоки.

Потребителите отдават голямо значение на доставката на очакваните от тях пратки, без непременно да разполагат с информация за вида на оператора, ангажиран с тази доставка. За тях е важно да знаят към кого да се обърнат, ако имат въпроси във връзка с доставката, и кой може да им даде своевременно отговор и точна информация. Това се отнася най-вече за трансгранични покупки, при които доставката включва няколко оператора.

В тази връзка предстои инициране от страна на ЕК за създаване на правила, които да регулират и уреждат въпроси свързани с доставката на стоки от трансгранична електронна търговия.⁵

2. Перспективи за развитие на неуниверсалните пощенски услуги

Перспективите за развитие на куриерския пазар у нас и в глобален мащаб не се различават твърде много. Според сп. "MER Mail & Express Review" (20 септември 2012 г.), два бранша – електронната търговия и маркетинга биха могли да бъдат новите ниши за развитие на пощенските оператори. Наред със специфичните услуги, които предоставя всяка куриерска фирма и чрез които е разпознаваема на пазара на НПУ (като качествени и бързи услуги, специализиран транспорт, широка мрежа от точки за достъп, атрактивни цени, безкасово плащане), пред пощенските оператори се разкриват и други възможности за развитие.

Нарасналото потребление на стоки от сайтовете за електронно пазаруване и по-доброто партниране на операторите с маркетинговите компании, чрез услугата „пряка пощенска реклама“ са две сфери, които имат бъдещ потенциал.

В глобален мащаб електронната търговия е един от основните движещи инструменти на съвременната икономика и оборотът на паричните средства, които се въртят в този вид търговия всяка година се увеличава с бързи темпове. Дори в условията на криза се очаква този процес да се засилва поради факта, че всеки един интернет магазин „струва“ по-малко средства и време, за да бъде поддържан активен и работещ.

В България през 2011 г. и 2012 г. броят на онлайн магазините се е увеличил няколко пъти и очакванията са тази тенденция да се запази и през следващите години.

Според проучвания около 60% от интернет потребителите у нас пазаруват системно онлайн.⁶

⁵ ЕК Зелена книга – интегриран пазар за доставка на колетни пратки в услуга на развитието на електронната търговия (Брюксел 29.11.2012 COM 2012,698 final)

⁶ Как се развива интернет търговията у нас? /Dimitko Ster.com

Предимствата на електронната търговия (достъп до значително по-голяма аудитория в сравнение с традиционните търговски обекти, по-ниски разходи за поддръжка и персонал, повече възможности за интерактивен маркетинг) вече са видни за всички традиционни участници, а подтикват и все повече нови фирми да стартират своята дейност, използвайки само този вид търговия.

Според Българската асоциация за електронна търговия, през изминалата 2012 г. средният ръст на оборотите на онлайн магазините у нас е над 10%, но пикът е настъпил непосредствено преди празниците в края на миналата година. Като прогнозите за развитието на този бизнес през следващите години у нас са доста оптимистични.⁷

Развитието на електронната търговия у нас е потенциален пазар за куриерските фирми, които участват при доставката на продуктите до крайните клиенти. Друг аспект, който допринася за развитието на куриерския пазар е избора на потребителите да заплащат закупените стоки чрез наложен платеж.

Куриерския бизнес у нас отдавна е отчел възможностите за сътрудничество със сайтовете за електронно пазаруване, но в Европа вече констатира и някои пречки, най-вече при по-малките оператори.

Куриерските фирми все по-често се сблъскват с изискванията на електронната търговия за въвеждане на нови и по-гъвкави към клиентите им услуги, ниски цени и бърза доставка, което от своя страна налага и бърза адаптация на логистичните центрове на операторите.

Жизнеспособността и успехът на електронния бизнес до голяма степен зависи от способността на логистичния център да достави пратките на ниски цени за кратко време. И точно по-малките оператори са тези, които не могат да удържат на натиска на електронните търговци за все по-големи отстъпки в цените за доставка, нито пък имат капацитет да инвестират в собствена логистична мрежа.

В среда, в която икономииите от мащаба представляват важен фактор, подобно положение може да представлява заплаха за тяхната конкурентоспособност.⁸

Друга услуга с положителна перспектива за развитие в глобален мащаб е пряката пощенска реклама. Според списание "MER Mail & Express Review" (20.09.2012 г.) кореспондентските пратки и пряката пощенска реклама са основните услуги, на които се дължат обемите и приходите в пощенската сфера, в глобален мащаб. Пощите по света обикновено се самоопределят само като дистрибутори на т.нар. „рекламна поща“, а успехът им като пощенски оператори се измерва с предоставянето на традиционни пощенски услуги с високо качество и ефективност.

Въпреки това масово схващане за услугата сред пощенските оператори, статистически данни на Всемирния пощенски съюз (ВПС) показват, че пряката пощенска реклама се оформя като потенциално печеливша сфера с около 38% от световния обем на пощенски пратки. Проведени изследвания на ВПС сочат, че тази услуга има всички предпоставки за растеж и развитие през следващите години, въпреки това не трябва да се игнорира избора на много маркетингови компании да използват дигитални услуги за разпращане на своите рекламни

⁷ интервю с г-н Петър Ванев от Българската асоциация за електронна търговия
<http://profit.bg/news/Nad-10-rust-v-oborotite>

⁸ ЕК Зелена книга – интегриран пазар за доставка на колетни пратки в услуга на развитието на електронната търговия (Брюксел 29.11.2012 COM 2012,698 final)

послания. През последното десетилетие се наблюдава засилен интерес към използването на новите технологии и разпращането на тези рекламни послания по електронен път, но този интерес е променлив. Изследвания на маркетинговите компании показват, че рекламните послания се възприемат много по-лесно и имат много по-голямо влияние върху потребителите, когато са изпратени по пощата на хартиен носител⁹.

В България услугата „пряка пощенска реклама” все още не е развита добре, но следвайки европейките тенденции, през следващите години може да се счита, че тя има положителна перспектива за развитие.

При отчитане на прогнозите на пощенските оператори и тенденциите по отношение на развитие на пощенските услуги, през 2013 г. се запазват тенденциите очертани за изминалата година, а именно:

- ✓ Развитието на пощенския пазар в значителна степен да се определя от изменението на приходите, реализирани от куриерски услуги;
- ✓ Броят на пощенските оператори, регистрирани за извършване на НПУ, да се увеличи;
- ✓ Приходите от предоставяне на НПУ да нарастват;
- ✓ Потреблението на услуги от обхвата на УПУ, в това число и на най-масовата услуга „кореспондентски пратки до 2 кг”, да намалее спрямо 2012 г.;
- ✓ Операторите, извършващи услуги от обхвата на УПУ да увеличат приходите си от предоставяне на услугата „приемане, пренасяне и доставяне на пощенски колети до 20 кг.”;
- ✓ Конкуренцията при услугите от обхвата на УПУ постепенно да се засилва;
- ✓ В дългосрочен план електронната търговия да оказва все по-съществено влияние върху развитието на пощенския пазар.

⁹ Mer “Mail&Express Rewiew (issue 20 sept.2012)