

ГОДИШЕН ДОКЛАД

НА

**КОМИСИЯТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ
НА СЪОБЩЕНИЯТА
ЗА 2013 г.**

***АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА ПОЩЕНСКИТЕ
УСЛУГИ ЗА 2013 г.***

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 на универсалната пощенска услуга	Стр. 8
1. Обхват и участници на пазара	Стр. 8
2. Обем и структура на УПУ	Стр. 8
3. Състояние на конкуренцията при УПУ	Стр. 11
4. Потребители на УПУ	Стр. 12
III. Предоставяне на НПУ	Стр. 13
1. Обхват и участници на пазара	Стр. 13
2. Обем и структура на пазара на НПУ	Стр. 13
2.1. На пазара на НПУ	Стр. 13
2.2. По отношение на услугата „пощенски парични преводи”	Стр. 16
3. Състояние на конкуренцията при НПУ	Стр. 17
IV. Регулиране на пазара на пощенските услуги	Стр. 17
1. Оценка за наличието на несправедлива финансова тежест от извършването на универсалната пощенска услуга и изготвяне на предложение за размера на компенсацията	Стр. 17
2. Измерване и отчет за изпълнение на нормативите за качеството на УПУ и ефикасността на обслужване	Стр. 17
2.1. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки с предимство	Стр. 18
2.2. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство	Стр. 18
3. Обезпечаване на пощенската сигурност	Стр. 19
4. Контролна дейност и защита на потребителите	Стр. 20
V. Заключение и перспективи за развитие на пощенския сектор	Стр. 22
Приложение 1 „Подробни резултати от измерване на качеството на УПУ”	Стр. 25

I. Състояние на пощенския пазар в България

През изминалите три десетилетия пощенският сектор в световен мащаб преминава през коренни промени, като от реликва от индустриалната ера се превръща в посредник, способстващ размяната на стоки и съобщения в настоящата ера на глобална обвързаност и масов интернет. Трансформацията е налице както при предлагането, така и при търсенето. Класическите пощенски услуги попадат все повече под конкурентния натиск на съобщителните технологии и процеса на глобализация. Освен да се адаптират към бързо променящата се среда, пощенските оператори се стремят да станат движеща сила на промените, като предлагат все по-специфични и разнообразни услуги, увеличавайки ефективността си.

1. Участници на пазара

Трайната тенденция на нарастване броя на пощенските оператори намира израз и през 2013 г. Към края на годината броят на пощенските оператори възлиза на 134, което представлява увеличение с около 17 %. Новонавлезлите през 2013 г. 19 пощенски оператора са насочили дейността си в полето на куриерските услуги, поради лесния достъп до пазара, произтичащ от уведомителния режим и сравнително ниското ниво на начални инвестиции. Както през предходната година, така и през 2013 г., фирми, извършващи превоз на пътници, подават уведомления в КРС и се регистрират като оператори на куриерски услуги.

В съответствие с разпоредбите на Закона за пощенските услуги (ЗПУ), пощенските услуги се предоставят въз основа на разрешителен (лицензионен) и уведомителен режими.

Извършването на универсалната пощенска услуга (на цялата територия на Република България и на услуги, включени в обхвата на универсалната пощенска услуга), както и извършване на пощенски парични преводи се осъществяват въз основа на издадени от Комисията за регулиране на съобщенията индивидуални лицензии. В края на 2013 г. броят на лицензираните пощенски оператори е 13, като не са подавани заявления за издаване на индивидуални лицензии. През годината „Финанс Инженеринг“ АД прехвърли лицензията си за извършване на услугата „пощенски парични преводи“ на „Пост Финанс“ ЕАД.

През 2013 г. броят на регистрираните пощенски оператори достигна 128, от тях 19 са новорегистрирани, а 4 са заличени от „Регистъра на операторите предоставящи НПУ“ по тяхно искане.

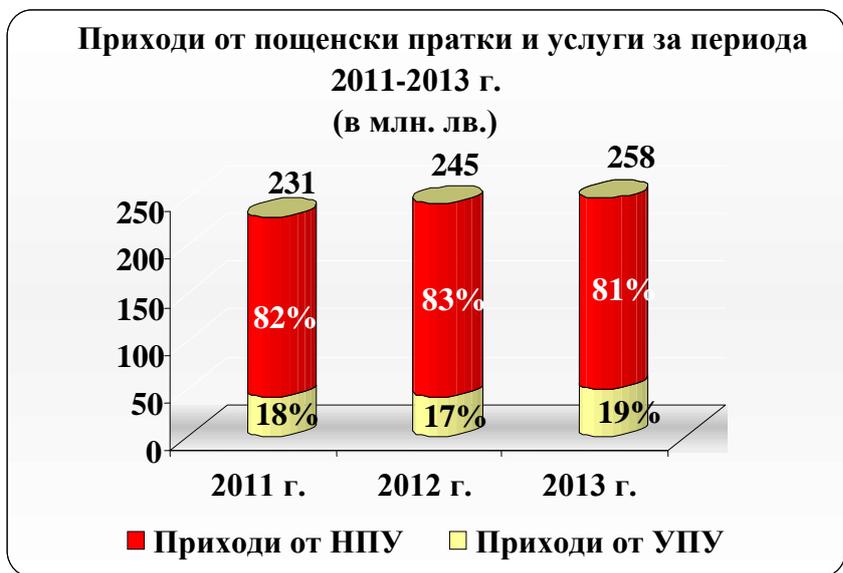
2. Обем и структура на пощенския пазар в България

2.1 Обем на пощенския пазар

Обемът на пощенския пазар се формира от предоставените пощенските услуги, които биват универсална пощенска услуга (УПУ) и неуниверсални пощенски услуги (НПУ). За изминалата година обемът на този пазар е формиран от получените данни от 70 % от лицензираните и регистрирани оператори в България.

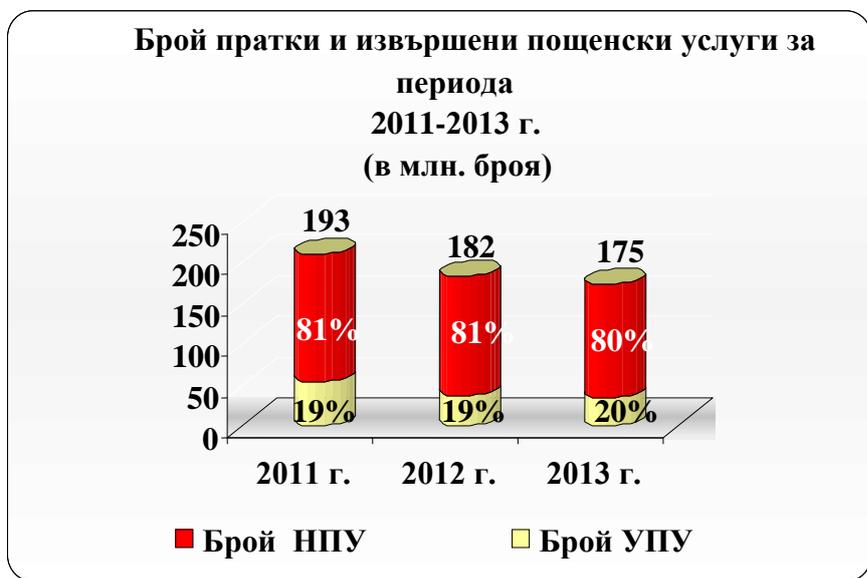
Водеща роля за формиране на пощенския пазар продължават да имат неуниверсалните пощенски услуги, като през последните три години съотношението между дяловете на НПУ и УПУ се запазва около 80 % към 20 %.

Видно от фиг. 1 общата сума на приходите от предоставяне на пощенски услуги за 2013 г. възлиза на около 258 млн. лв., което представлява нарастване спрямо 2012 г. с около 5 %. Темповете на растеж на приходите са приблизително еднакви спрямо всяка от предходните години.



Фиг. 1 Източник: Данни, подадени в КРС

Развитието на обема на пощенския пазар в България според броя на пощенските пратки и услуги е показано на фиг. 2.



Фиг. 2 Източник: Данни, подадени в КРС

За разлика от ръста в обема на приходите по отношение на броя на пощенските пратки и услуги се формира устойчивата тенденция на спад. За 2013 г. спрямо 2012 г. намалението е с около 4 %, но е налице забавяне на темпа на спада, което може да се отдаде на лекото нарастване на броя на пратките от УПУ.

2.2. Структура на пощенския пазар в България

За периода 2011-2013 г. продължава преразпределението на пазарни дялове. Видно от данните на фиг. 3, за периода 2011-2013 г., приходите от куриерските услуги продължават да определят структурата на пазара на пощенски услуги. Куриерските услуги формират годишно 65 % от общия размер на приходите от пощенски услуги – т.е. запазват позицията си от 2012 г.



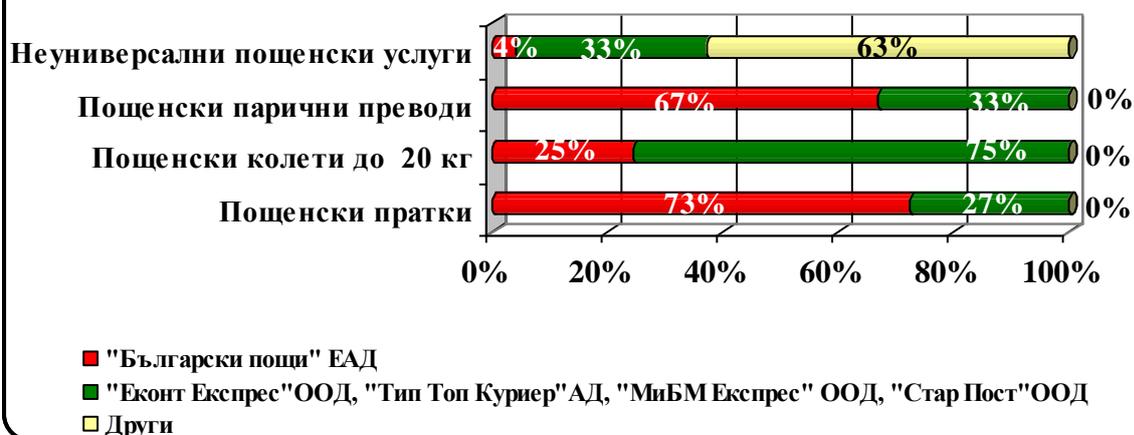
Фиг. 3 Източник: Данни, подадени в КРС

Промените на относителните дялове на приходите за различните видове услуги в структурата на пощенския пазар са минимални. Едно от изключенията са колетните пратки за страната и чужбина, които показват повече от двукратно увеличение през изминалата година - с 3 процентни пункта. Като сериозна причина за това нарастване може да се посочи все по-увеличаващата се интензивност на електронната търговия.

Без промяна в относителния дял на приходите в структурата на пощенските услуги са пощенските пратки, пощенските парични преводи и пряката пощенска реклама, а относителният дял на приходите от хибридната поща отбелязва спад с три процентни пункта, което всъщност представлява повишението при колетните пратки.

Структурата на потреблението на пощенски услуги според вида на потребителите е представена на фиг. 4.

Разпределение на приходите на пощенските оператори по видове пощенски пратки и услуги през 2013 г.



Фиг. 6 Източник: Данни, подадени в КРС

Данните сочат продължаваща тенденция на спад на относителния дял на „Български пощи“ ЕАД на пазара на УПУ. Сериозен е спадът в дела от приходите от пощенски пратки от 89 % през 2012 г., на 73 % през 2013 г. – намаление с около 16 процентни пункта. При колетите до 20 кг позициите на „Български пощи“ ЕАД са драстично отслабени, като делът му спада от 73 % на 25 %. Броят на колетните пратки на „Български пощи“ ЕАД бележи всъщност леко увеличение. Цялостната промяна се дължи на рязкото увеличение на броя колетни, преминали през операторите, лицензирани за предоставяне на услугите от обхвата на УПУ - Еконт Експрес“ ООД, „Тип Топ Куриер“ АД, „МиБМ Експрес“ ООД и „Стар Пост“ ООД. Фактът може да се обясни с нарасналите обеми на електронната търговия, при което контрагентите се ориентират в използване на услугите на конкурентите на задължения оператор.

При услугата „пощенски парични преводи“ държавният оператор продължава да губи позиции – намалението в относителния дял от приходите в сегмента е с 18 процентни пункта. Все още обаче дружеството продължава да е лидер с дял от 67 % от приходите.

При НПУ „Български пощи“ ЕАД запазва дела си от 4% от приходите на пазара. През 2013 г. относителният дял на приходите от НПУ на четирите изброени по-горе големи оператори („Еконт Експрес“ ООД, „Тип Топ Куриер“ АД, „МиБМ Експрес“ ООД и „Стар Пост“ ООД) намалява със 7 процентни пункта спрямо 2012 г., като достига 33 %. Това намаление е за сметка на нарасналия до 63 % относителен дял в приходите през 2013 г. на останалите пощенски оператори, без да се отчита дела на „Български пощи“ ЕАД.

Като цяло през 2013 г. се запазват досегашните характерни белези на развитие на пощенския пазар – ръст на приходите и броя на пощенските оператори, продължаващо преразпределение на пазарните дялове и развитие на конкуренцията. Големите оператори диверсифицират дейността си, добавяйки нови услуги към продуктовата си гама, като в рамките на УПУ може да се акцентира на перспективния сегмент на колетните пратки. „Български пощи“ ЕАД също продължава да добавя нови услуги, като създава партньорства с компании от други сектори на икономиката.

II. Предоставяне на УПУ

1. Обхват и участници на пазара

Според разпоредбите на ЗПУ, в обхвата на УПУ са включени следните услуги:

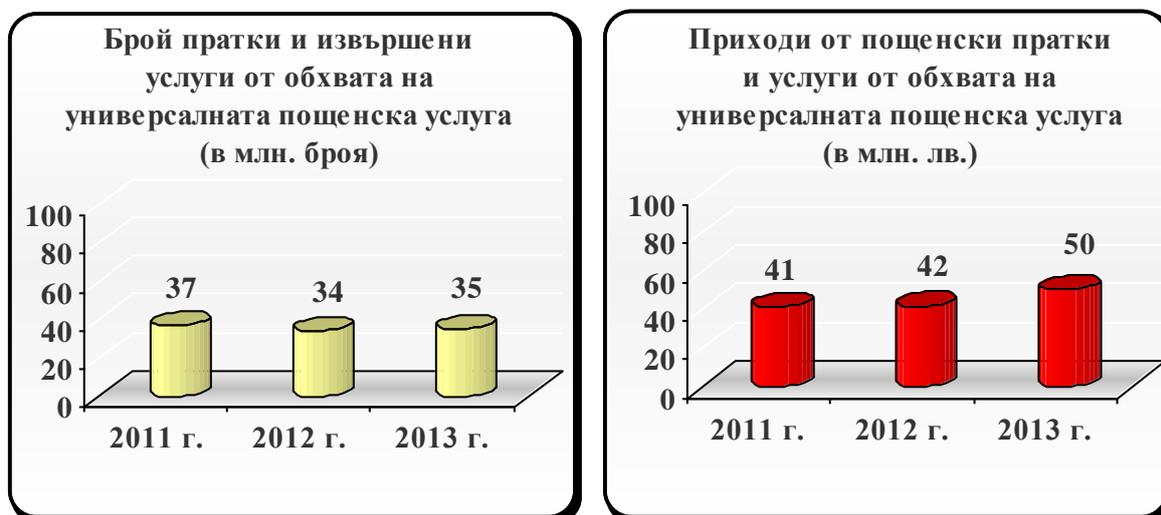
- приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни пощенски пратки, както следва: кореспондентски пратки до 2 кг; малки пакети до 2 кг; печатни произведения до 5 кг и секограми до 7 кг.
- приемане, пренасяне и доставяне на вътрешни и международни пощенски колети – до 20 кг;
- допълнителни услуги „препоръка” и „обявена стойност”.

През 2013 г. гореизброените услуги се предоставят въз основа на индивидуални лицензии, както следва:

- от „Български пощи” ЕАД - за извършване на всички услуги от обхвата на УПУ на територията на цялата страна;
- от Еконт Експрес” ООД, „Тип-Топ Куриер” АД, „МИБМ Експрес” ООД, „Стар Пост” ООД и „Терра пост Сървисис” ЕООД - за извършване на услуги от обхвата на УПУ.

2. Обем и структура на УПУ

Съгласно представените в КРС данни, приходите от предоставяне на УПУ за изминалата година са в размер приблизително 50 млн. лв., а общия брой пратки и услуги за страната и чужбина възлиза на над 35 млн. броя. В сравнение с 2012 г. се наблюдава увеличение от 19 % на отчетените приходи и нарастване от 3 % на броя пратки и услуги (фиг. 7 и 8).



Фиг. 7 и фиг. 8 Източник: Данни, подадени в КРС

Нарастването на обема на приходите и на броя на пощенските пратки и услуги е резултат най-вече от ръста, реализиран от „Еконт Експрес” ООД (ръст от около 4 пъти в броя на пощенските пратки и услугите и от около 5 пъти в приходите). Принос в ръста на броя на пощенските пратки и услуги и приходи има и „МИБМ Експрес” ООД (33 % нарастване в броя пощенски пратки и услуги и 74 % увеличение на приходите).

Ръста в сегмента УПУ се регистрира за пръв път от либерализирането на пазара на УПУ (01.01.2011 г.).

В зависимост от вложеното съдържание и за целите на този анализ, включените в обхвата на УПУ услуги условно са разделени в две групи пощенски пратки¹ (за страната и за чужбина) и пощенски колетни до 20 кг². Към някои от видовете пратки и колетни се предлагат услугите „препоръка” и „обявена стойност”, като допълнителни услуги.

Въпреки регистрирания ръст на приходите от пощенски колетни до 20 кг през 2013 г., водеща роля за формиране на общия обем на приходите от УПУ продължава да има относителния дял на приходите от пощенски пратки за страната и за чужбина (Фиг. 9).



Фиг. 9 Източник: Данни, подадени в КРС

За изминалата година приходите от пощенски пратки за страната възлизат приблизително 25 млн. лв. (нарастване с 4 % спрямо 2012 г.), а броят на пощенските пратки за страната се запазва на миналогодишното ниво - около 29 млн. бр. Над 90 % от приходите от пощенски пратки за страната се формират от услугата „кореспондентски пратки до 2 кг”. През 2013 г. приходите от малки пакети бележат ръст от 2 процентни пункта, което основно се дължи на нарастване на приходите от услугата, предоставяна от „Еконт Експрес” ООД и „МИБМ Експрес” ООД. Относителният дял на приходите за 2013 г. от печатни произведения до 5 кг в общия обем на приходите от този пазарен сегмент се запазва без изменение спрямо предходната година (фиг. 10).

¹ Пощенските пратки включват кореспондентски пратки до 2 кг, малки пакети до 2 кг, печатни произведения до 5 кг и „пратки с предимство”/ „пратки без предимство”

² Пощенските колетни са обикновени и с обявена стойност

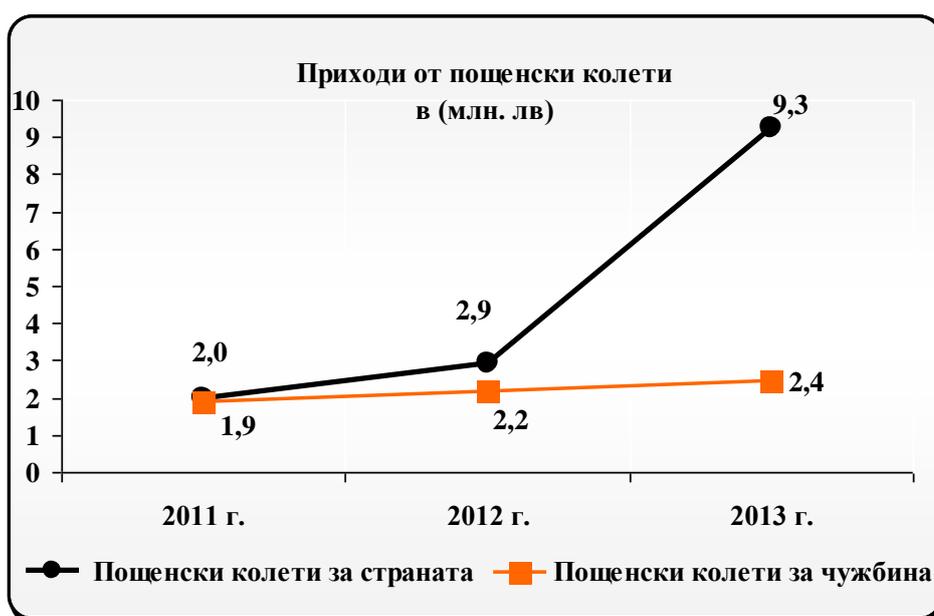


Фиг. 10 Източник: Данни, подадени в КРС

Данните сочат, че за периода 2011 – 2013 г. структурата на приходите от пощенски пратки за страната е относително стабилна.

Към 31.12.2013 г. приходите от изходящи международни пратки възлиза на 15,8 млн. лв., а общият им брой - приблизително на 3,7 млн. Изходящите международни пратки заемат 11 % от общия брой пратки и около 32 % от общите приходи от УПУ. В по-голямата част това са пратки и приходи, отчетени от „Български пощи“ ЕАД. От останалите лицензирани пощенски оператори „МИБМ Експрес“ ООД и „Тип Топ Куриер“ АД са предоставяли международни пратки, но общо отчетените от тях приходи са под 2 % от всички приходи за чужбина.

За 2013 г. приходите, реализирани от предоставяне на колетни пратки за страната и чужбина възлизат на 11,7 млн. лв. (23 % от общите приходи от УПУ), а броят им - на 2,7 млн. броя (8 % от общия брой пратки и услуги от УПУ).



Фиг. 11 Източник: Данни, подадени в КРС

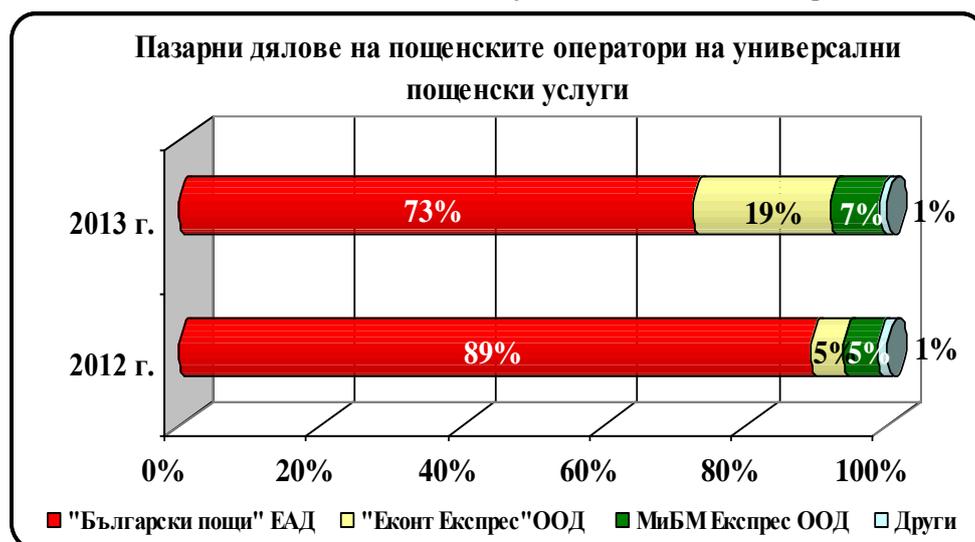
От горната графика е видно, че отчетените приходи от вътрешни колетни пратки до 20 кг за 2013 г. са три пъти повече в сравнение с предходната година. Основен фактор за това нарастване са реализираните около 5 пъти повече бройки пощенски колетни от „Еконт Експрес“ ЕАД и постъпилите 6 пъти повече приходи от тях. Приходите от международни колетни пратки са реализирани най-вече от „Български пощи“ ЕАД. Колетни за чужбина отчита и „Тип-Топ Куриер“ АД, но същите са с дял под 1 %.

В сравнение с 2012 г. приходите от международни колетни пратки са нараснали с 14 %.

3. Състояние на конкуренцията при УПУ

Вследствие от отпадането на монопола върху резервиран сектор на пазара на УПУ и развитието на конкуренцията, тенденцията на намаление на пазарния дял на държавния пощенски оператор „Български пощи“ ЕАД от предоставянето на УПУ продължава и през изминалата година.

Както е видно от долната графика (фиг. 12), през 2013 г. делът на „Български пощи“ ЕАД от пазара на УПУ е намалял със 16 процентни пункта от 89 % на 73 % в сравнение предходната година, в същото време 19 % пазарен дял е заел пощенският оператор „Еконт Експрес“ ООД (нарастване от 14 процентни пункта). „МиБМ Експрес“ ООД с дял от 7 % е следващият по големина участник на този пазар.



Фиг. 12 Източник: Данни, подадени в КРС

Нивото на концентрация на пазарния сегмент УПУ, измерено чрез индекса ННІ³ и коефициента CR₄, характеризират този пазар като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация. Въпреки наблюдаваното преразпределение на пазарни дялове при услугите от обхвата на УПУ и през 2013 г. делът на приходите на „Български пощи“ ЕАД при някои видове услуги се запазва най-висок. Пощенският оператор, задължен да предоставя всички услуги от обхвата на УПУ на територията на цялата страна, е реализирал 84 % от всички отчетени приходи за страната от кореспондентски

³ Съгласно принципите на конкурентното право, степента на концентрация се оценява чрез индекса на Херфиндал-Хиршман (ННІ), както и чрез коефициента на концентрацията (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.

пратки до 2 кг; 94 % от всички приходи от печатни произведения за страната и 97 % от всички приходи от международни услуги от обхвата на УПУ. Държавният пощенски оператор обаче губи позиции при някои традиционни пощенски услуги като колетни пратки до 20 кг за страната, (само 15 % от всички отчетени приходи са реализирани от него) и от услугата малки пакети до 2 кг (33 % от приходите).

4. Потребители на УПУ

Клиентите на пощенски услуги най-общо са разделени на бизнес и индивидуални потребители. Съгласно подадените данни от „Български пощи“ ЕАД, през 2013 г. съотношението на количествата пощенски пратки и услуги от обхвата на УПУ, подадени от бизнес потребители и индивидуалните потребители е съответно 35 % към 65 %. В сравнение с предходната 2012 г. тази пропорция е променена в посока намаление на бизнес потребителите за сметка на индивидуалните потребители.

„МиБМ Експрес“ ООД отчита почти 100 % потребление от бизнес клиенти, докато „Еконт Експрес“ ЕАД е извършвало услуги от УПУ, които са били използвани от бизнес и индивидуални потребители в съотношение 33% към 67 %.

На графиката по-долу е показано потреблението УПУ за страната и чужбина от бизнес потребители през 2013 г.



Фиг. 13 Източник: Данни, подадени в КРС

Изобразените на фигурата бизнес потребители условно са разделени според вида на извършваната от тях дейност и са групирани по сектори. Видно от графиката, с най-голямо потребление на пощенски пратки и колети е публичния сектор с 67 %. Към този сектор са отнесени министерства, общини, осигурителни компании, агентства. Втори по дял с 19 % 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 9 % в потребените пощенски пратки и колети. Оставашите 5 % се разпределят между клиентите от индустриалния и търговския сектор.

III. Предоставяне на НПУ

1. Обхват и участници на пазара

Според разпоредбите на ЗПУ в обхвата на НПУ са включени следните услуги:

- 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.

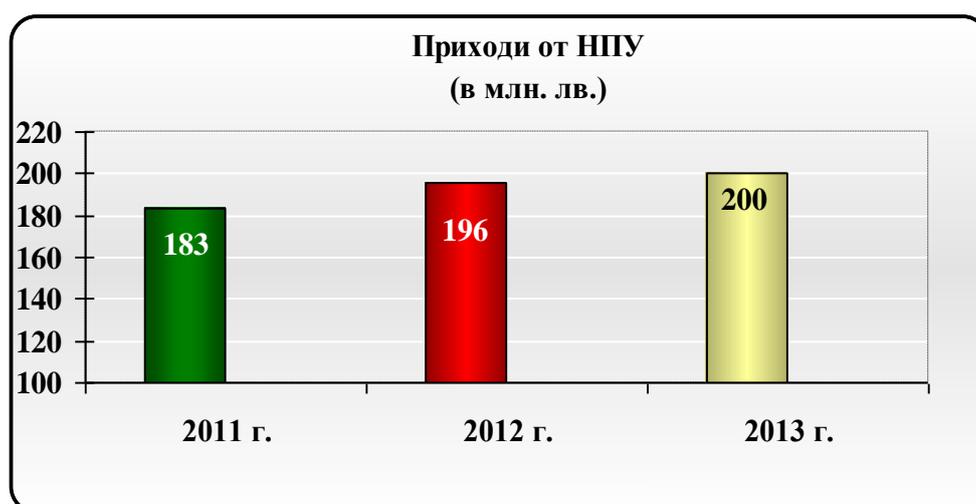
Към 31.12.2013 г. броят на регистрираните пощенските оператори достига 128, от тях: 19 са новорегистрирани; 4 са заличените от „Регистъра на операторите предоставящи НПУ“ по тяхно искане; 30 са декларирали, че през отчетния период не са извършвали дейност. Броят на операторите, декларирали в КРС, че през 2013 г. са предоставяли НПУ е 60⁴.

Въпреки че услугата „пощенски парични преводи“ попада в обхвата на НПУ, тя се предоставя въз основа на индивидуална лицензия, поради което е разгледана като отделна точка в анализа на пазара на НПУ.

2. Обем и структура на пазара на НПУ

2.1. На пазара на НПУ⁵

Приходите от НПУ през 2013 г. (куриерски услуги, хибридна поща и пряка пощенска реклама) са в размер на 200 млн. лв., като в сравнение с 2012 г. са се увеличили с около 3% (фиг. 14). За същия период общият брой на обработените пратки е 135 млн.бр., като намалява с близо 5% спрямо 2012 г.



Фиг. 14 Източник: Данни, подадени в КРС

⁴ 38 регистрирани пощенски оператори не са предоставили отчет за дейността си

⁵ Без услугата пощенски парични преводи

Увеличението на приходите, съпоставено с намаления брой пратки, е тенденция от предходния отчетен период, която се формира в резултат от промени в потребителските нагласи (нараснало потребление на пратки, генерирани от електронната търговия и платени чрез наложен платеж, и на куриерски пратки за чужбина, които са със значително по-високи цени).

Петте оператора с най-голям относителен дял⁶ в обема на приходите от този пазарен сегмент, според предоставените в КРС данни, са:

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

Групата на операторите с най-големи пазарни дялове от предоставянето на куриерските услуги, хибридна поща и пряка пощенска реклама през 2013 г. остава непроменена спрямо 2012 г. През 2013 г. петте оператора са формирали 65% от пазара на НПУ.

Съществени изменения в структурата на приходите от предоставяне на НПУ през отчетния период не се наблюдават. Куриерските услуги формират 85%, хибридната поща - 14%, а пряката пощенска реклама - 1% от общия размер на приходите от НПУ.

През 2013 г. приходите от куриерски услуги са в размер на 170 млн.лв., като в едногодишен период са се увеличили с 6%, а общият брой приети, пренесени и доставени куриерски пратки е в размер на 24 млн.лв., което представлява увеличение с около 12% спрямо предходния отчетен период.



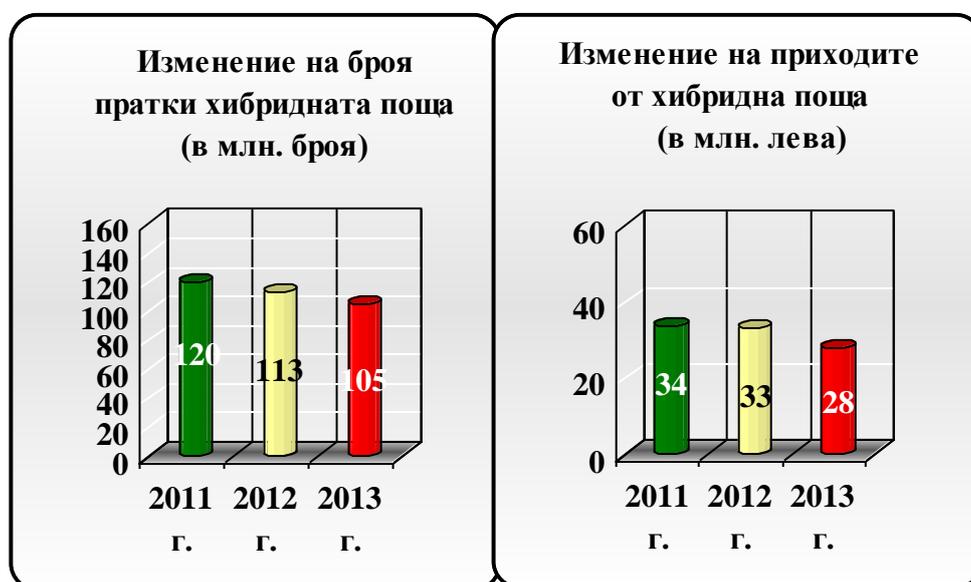
Фиг. 15 Източник: Данни, подадени в КРС

⁶ Операторите са подредени по азбучен ред, а не по големина на пазарния дял

През 2013 г. приходите от куриерски услуги за страната формират 72% 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 2012 г., докато приходите от извършване на куриерските услуги за чужбина са нараснали с 11% спрямо 2012 г. (фиг.15).

Операторите, предоставяли услугата „хибридна поща“ през 2013 г. са шест: „МиБМ Експрес“ ООД, „Български пощи“ ЕАД, „Стар Пост“ ООД, „Европът 2000“ АД, „Тип Топ Куриер“ АД, „Полипост – поща и логистика“ ЕАД.

Видно от данните на фиг. 16, тенденцията на спад на приходите и броя на пратките от извършване на услугата „хибридна поща“ продължава и през 2013 г. Приходите от предоставянето на услугата възлизат на 28 млн.лв. и са намалели с 16% спрямо 2012 г. Броят на обработените пратки също отчита намаление със 7% спрямо предходния отчетен период.



Фиг. 16 Източник: Данни, подадени в КРС

Едно от най-значимите приложения на хибридна поща е отпечатването и разпращането на сметки за комунални услуги, уведомителни писма, извлечения по сметки. В тази връзка тенденцията на значителен спад в обема на тази услуга може да се обясни с провежданата кампания от големите оператори на комунални услуги за намаляване на хартиените фактури и заменянето им с електронни такива, като част от проекта за една по-чиста и зелена околна среда.

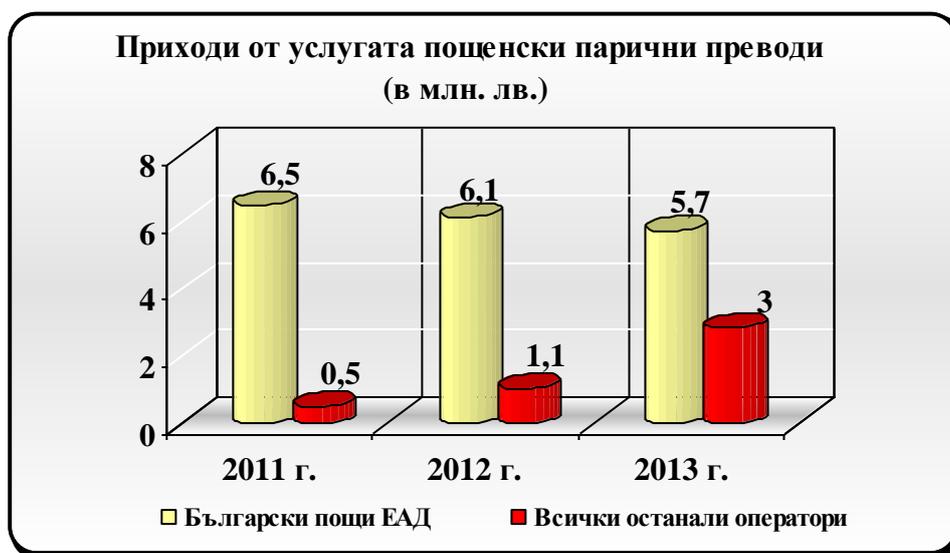
Пряката пощенска реклама е пощенска пратка, състояща се само от рекламни или маркетингови материали и съдържаща идентични съобщения, с изключение на името, адреса и идентификационния номер на получателя. Операторите, които през 2013 г. са предоставяли услугата „пряка пощенска реклама“, са „Български пощи“ ЕАД, „Полипост – поща и логистика“ ЕАД и „МиБМ Експрес“ ООД. Дружество „Еконт Експрес“ ООД не е предоставяло услугата през 2013 г. През изминалата година пратките от услугата „приемане, пренасяне и доставяне на пряка пощенска реклама“ са намалели с около 14% в сравнение с 2012 г. През 2013 г. приходите от услугата формират 1% от общия размер на приходите от НПУ, като запазват нивото си от 2012 г.

2.2. По отношение на услугата „пощенски парични преводи”

През 2013 г., лицензираните пощенски оператори за извършване на услугата „пощенски парични преводи” са 13⁷ на брой, като от тях дейност са извършвали седем: „Български пощи” ЕАД, „Еконт Експрес” ООД, „Спиди” АД, „Тип Топ Куриер” АД, „Фактор И.Н.” АД, „Пост Финанс” ЕАД, „Изипей” АД.

През разглеждания период броят на извършените пощенски парични преводи е 4,6 млн. бр., а реализираните приходи от тях са около 8,5 млн. лв. При сравняването на тези данни с предходния отчетен период се наблюдава ръст от 24 % в броя на паричните преводи и 19 % в приходите от тази услуга.

На фиг. 17 са представени данни за приходите от извършване на услугата „пощенски парични преводи” за страната.



Фиг. 17 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от данните, през 2013 г. в сравнение с 2012 г. се запазва тенденцията на намаление на дела в приходите от пощенски парични преводи на „Български пощи” ЕАД за сметка на останалите пощенски оператори. „Български пощи” ЕАД отчита спад от 12 % в броя и намаление от около 6 % в приходите от извършените пощенски парични преводи в сравнение с 2012 г., докато „Еконт Експрес” ООД е повишил 2 пъти броя на извършените парични преводи и повече от 2,6 пъти приходите. Ръст в приходите се наблюдава и в отчетените данни от „Спиди” АД, който е най-новия участник на пазара на услугата „пощенски парични преводи”.

През отчетния период „Български пощи” ЕАД е формирал 67 % от общия размер на приходите от извършване на услугата „пощенски парични преводи”. В сравнение с 2013 г. делът на задълженият оператор е спаднал със 18 проценти пункта. „Еконт Експрес” ООД е следващия по големина доставчик на услугата „пощенски парични преводи” с пазарен дял в приходите от 29 %. Неговият пазарен дял през отчетната година е нараснал с 16 процентни пункта. Оставашите почти 4 % приходи от услугата са отчетени от „Спиди” АД, най-новия лицензиран оператор за извършване на услугата „пощенски парични преводи”. Основна причина за загубата на пазарен дял

⁷ „Български пощи” ЕАД, „Еконт Експрес” ООД, „Кеш Офис” АД, „Тип Топ Куриер” АД, „Фактор И.Н.” АД, „Пост Финанс” ЕАД, „Кеш Експрес Сървис” ЕООД, „Терра Пост Сървисис” ЕООД, „Тойота Тиксим” ЕООД, „Изипей” АД, „МИБМ Експрес” ООД, „Спиди” АД и „Телепайд България” ООД

при тази услуга е невъзможността на историческия пощенски оператор да се справи със засилващата се конкуренция.

3. Състояние на конкуренцията при НПУ

Състоянието на конкуренцията на пазара на НПУ и по отношение на услугата пощенски парични преводи се отчита въз основа на индекса ННІ, и коефициента CR. Стойностите на двата показателя (на ННІ - 1 098 и на CR5 -65%) през 2013 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 „Ди Ейч Ел България“ ЕООД; „Еконт Експрес“ ООД; „Ин Тайм“ ООД; „МИБМ Експрес“ ООД и „Спиди“ АД. През 2013 г. петте посочени оператора са формирали пазарни дялове на пазара на НПУ между 5 % и 22 %, които остават непроменени спрямо предходния отчетен период.

Сегментът на пощенските парични преводи се определя като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация (стойността на ННІ е 5,333, а на CR4 99,98 %). При изчисляване стойността на коефициента CR4 са взети пазарните дялове на „Български пощи“ ЕАД, „Еконт Експрес“ ООД, „Спиди“ АД и „Тип Топ Куриер“ АД.

IV. Регулиране на пазара на пощенските услуги

През 2013 г. основните дейности на Комисия за регулиране на съобщенията (КРС) по регулиране на пазара на пощенски услуги бяха насочени към:

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

В изпълнение на законовите си задължения по чл. 29б, ал. 5, чл. 29а, ал. 3 от ЗПУ, КРС проведе процедура за определяне на изпълнител на обществена поръчка с предмет: „Одит на внесените документи, свързани с изчислението на нетните разходи от извършване на универсалната пощенска услуга за 2012 г.“ Въз основа на фактическите констатации от извършения одит КРС прие следните решения:

- Решение № 809 от 30.10.2013 г. за съгласуване на получените резултати от системата за разпределение на разходите по видове услуги на „Български пощи“ ЕАД;
- Решение № 810 от 30.10.2013 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 универсалната пощенска услуга през 2012 г.;

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

Въз основа на оценката за наличието на несправедлива тежест от предоставяне на УПУ и в съответствие с разпоредбата на чл. 15, ал.1 т. 16, КРС предложи на министъра на финансите да включи размера на компенсацията в проекта на закон за държавния бюджет на Република България за следващата календарна година.

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

В изпълнение на чл. 15, ал. 1, т. 7 от ЗПУ, КРС проведе процедура за определяне на изпълнител на обществена поръчка с предмет: “Измерване на времето за

пренасяне „от край до край” на единични вътрешни пощенски пратки с и без предимство в мрежата на оператора със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга, съгласно изискванията на стандарти БДС EN 13850:2002+A1:2007 и БДС EN14508:2003+A1:2007” през 2013 г.

Въз основа на заключенията от проведената обществена поръчка бяха направени следните констатации относно съответствието на нормативите за качество⁸ за времето за пренасяне с резултатите от измерването на изпълнението им, а именно:

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 пратките и за Д+2 - не по-малко от **95 %** от пощенските пратки, на годишна база (2013 г.) резултатът от измерването, сравнен с този от предходната година, е съответно 50,7% и 75,6%.

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	47,9%	50,7%
Д+2	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	72,8%	75,6%

Въпреки слабото подобрене на качеството, изпълнение на нормативите все още не е постигнато.

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

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати ⁹ 2013 г.
Д+2	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	81%
Д+3	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	90,4%

По отношение на измерените резултати за времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки прави впечатление, че резултатите от измерването сочат, че качеството на пратките без предимство са значително по-добри от тези за

⁸ Нормативи за качество на универсалната пощенска услуга и ефикасността на обслужване, обн. ДВ.бр.64 от 19 август 2011 г.

⁹ Резултатите за 2013 г. не са сравнени с резултати от предходни години, тъй като последните са от собствени измервания на „Български пощи” ЕАД

пратките с предимство. Нормативът за Д+2 е покрит изцяло, но нормативът за Д+3 не е постигнат.

Резултатите за времето за пренасяне на вътрешни колетни пратки 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 „Подробни резултати от измерване на качеството на УПУ” към доклада.

3. Обезпечаване на пощенската сигурност

Пощенската сигурност способства качествено предоставяне на пощенски услуги и е насочена към предотвратяване и ограничаване на материалните и финансовите щети, понасяни от пощенските оператори и потребителите. Слабостите на пощенската сигурност на национално ниво оказват влияние и в международен план поради обвързаността на българската с международната пощенска система. Този факт прави проблема международно значим и обяснява задължителния характер на изискванията за пощенска сигурност независимо от територията, на която се прилагат, и статута на пощенските оператори.

ЗПУ регламентира 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:

- 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.

От своя страна пощенският оператор със задължение за извършване на УПУ разработва стратегия за действие в сферата на пощенската сигурност, включваща всички нива на пощенската дейност.

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. По данни от годишните въпросници продължава положителната тенденция, забелязана през 2012 г., в която все по-голям брой оператори отбелязват, че разполагат с въпросните правила. Обръща се внимание на обучението на служителите по отношение на сигурността на пощенските пратки, както и физическия контрол, на фона на факта, че сравнително малък брой оператори могат да си позволят покупката или наемането на технически средства и съответния софтуер за контрол.

От забранените за влагане в пощенските пратки предмети и вещества по чл. 90 и чл. 91 от ЗПУ, най-често срещани от операторите са: оръжие и боеприпаси,

пиротехнически изделия; аерозоли и съдове под налягане, съдържащи течности и/или горивни смеси.

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 2013 г. от оправомощени служители на КРС са извършени общо 54 инспекторски проверки, от които:

- 12 инспекторски проверки на „Български пощи“ ЕАД, като пощенски оператор със задължение за извършване на УПУ;
- 13 инспекторски проверки на четири оператора, лицензирани за извършване на услуги от обхвата на УПУ, относно състоянието на пощенските им мрежи;
- 1 инспекторска проверка на оператор, лицензиран за извършване на услугата „пощенски парични преводи“, относно осъществяване на дейност;
- 16 инспекторски проверки на оператори на неуниверсални пощенски услуги, относно непредоставяне на информация, изискана от КРС за дейността им през 2012 г.

През 2013 г. са съставени 15 акта за установяване на административни нарушения в областта на пощенските услуги и са издадени 11 наказателни постановления

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 2013 г. Комисията съгласува Общите условия на 19 пощенски оператори. Разгледани са 127 жалби/сигнали от страна на потребители на пощенски услуги срещу пощенски оператори, като най-голям е процентът на жалбите, касаещи забавяне или недоставяне на международни и вътрешни пощенски пратки. В един от случаите в оплакването са се съдържали данни за нарушение на нормативната уредба в сферата на пощенските услуги, за което един пощенски оператор е бил санкциониран за нарушение на общите правила за условията на доставяне на пощенски пратки и колети.

През 2013 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 8600 броя рекламации, от тях 1200 основателни, които се разпределят по следния начин:

Разпределение на основателни рекламациите според причинителите през 2013 г.	Брой	
	вътрешни	международни
Подадени рекламации (общо), в това число:	210	990
за загубена пратка	59	977
за пратка, доставена със закъснение	89	0
за повредена или с липсващо съдържание (изцяло или	32	10

Разпределение на основателни рекламации според причинителите през 2013 г.	Брой	
	вътрешни	международни
частично) пратка		
за погрешно доставена пратка	4	2
за върнат пощенски колет с липсващ мотив за недоставяне	1	1
обща рекламация (рекламация, основаваща се на общо неудовлетворение от услугите на оператора)	3	0
относно поведението и компетентността на пощенски служители	0	0
относно обработването на рекламация	0	0
други	22	0
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.
	1047	75 676

Общо броят на подадените рекламации през 2013 г. спрямо 2012 г. е нараснал с 28%, а броят на счетените за основателни рекламации - с около 35%. От друга страна близо два пъти са се увеличили броят на рекламациите, приключили с изплащане на обезщетение, както и сумата на изплатените обезщетения.

От данните в таблицата по-горе е видно, че с най-голям дял от счетените за основателни рекламации са тези за загубени пратки, като рекламациите за загубени международни пратки формират 81% от общия брой основателни рекламации.

През последните три години броят на подадените основателни рекламации основно е формиран от рекламации за загубени пратки, като техният брой ежегодно нараства.

През изминалата година за пръв път от пет години няма подадени основателни рекламации относно поведението и компетентността на пощенски служители, което показва подобряване на качеството при обслужване на потребителите.

Отсъствието на жалби относно процедурите за обработване на рекламации от потребителите показва, че лицензираните оператори са осигурили на потребителите възможност да подават рекламации, породени от неудовлетвореността им от предоставените услуги.

По данни от годишните въпросници на операторите, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи” и регистрирани за извършване на НПУ през 2013 г., общият брой на подадените рекламации е 8991 и той е намалял спрямо този през 2012 г. с 11%. Броят на счетените за основателни рекламации е 5762 и той е намалял през отчетния период с 3% спрямо 2012 г. Броят на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации е нараснал с 27%, а сумата на изплатените обезщетения се е увеличила с 47 %. През изминалата година делът на рекламациите, приключили с изплащане на обезщетение от броя на основателните рекламации се е повишил спрямо този през 2012 г. с 16 процентни пункта.

В таблицата по-долу е дадено разпределение на основателните рекламации според причинителите им.

Разпределение на основателни рекламациите според причинителите през 2013 г.	Брой	
Подадени рекламации (общо), в това число:	5762	
за повредена пратка (целостта на пратката е нарушена)	2448	
за загубена пратка (пратката не е доставена на потребителя)	457	
за ограбена пратка (липсва част или цялото съдържание на пратката)	105	
за унищожена пратка (пратката е така увредена, че не може да бъде използвана по предназначение)	54	
за пратка, доставена със закъснение от посочения срок за доставяне	1383	
други	1293	
за пощенски парични преводи	22	
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.
	3866	601 518

От данните в таблицата по-горе е видно, че през 2013 г. с най-голям дял от сетените за основателни рекламации са подадените рекламации за повредени пратки, като техният брой е нараснал със 17% спрямо 2012 г.

През 2013 г. за първи път от пет години се наблюдава едновременно намаление в броя на следните рекламации: за загубени, ограбени и доставени със закъснение пратки, което води и до намаление в общия брой на подадените рекламации. Този факт, заедно с увеличения дял на рекламациите, приключили с изплащане на обезщетения от общия брой на основателните рекламации показва, че през изминалата година пощенските оператори на НПУ са предприели мерки за повишаване качеството на предоставяните от тях услуги и са оптимизирали процедурите по обработване и разглеждане на подадените рекламации.

V. Заключение и перспективи за развитие на пощенския сектор

През последните години електронната търговия е фактор за подобряване на конкурентоспособността, заетостта и икономическия растеж в Европа, в това число и в България.

Данни от британско проучване¹⁰, проведено през 2013 г. показват, че електронната търговия в глобален план е надхвърлила 1 трилион долара, като в момента най-големият пазар е Европа.

Според Националния статистически институт електронната търговия в България държи дял от около 10%, като през 2013 г. 683 хил.българи са пазарували онлайн, което е увеличение с 3 процентни пункта спрямо предходната година. Прогнозите са до 2015 г. електронната търговия у нас да достигне до 15% от търговията на дребно¹¹, което ще даде отражение върху развитието на пощенския сектор, свързан с доставка на пратки на територията на страната и извън нея.

Ключов фактор за прогреса на електронната търговия е физическата доставка на поръчаните онлайн стоки. В тази връзка всеки трети пощенски оператор на НПУ у нас прогнозира през 2014 г. разрастване на пазара, благодарение на електронната търговия. За да реагират на нуждите на пазара, усилията на куриерските компании се насочват към оптимизиране на процесите на обработка на поръчките в етапа на подготовка на продуктите за предаване към куриера, вграждане на виртуален офис в сайта на електронния магазин, широка мрежа от международни партньори, преференциални цени за куриерски услуги към клиентите на търговците и др.

С разрастването на електронната търговия възникват и някои проблеми за потребителите, свързани с трансграничните доставки на колетни пратки. С цел повишаване доверието в услугите по доставка и насърчаване на продажбите онлайн, Европейската комисия издаде Зелена книга, озаглавена „Интегриран пазар за доставки на колетни пратки в услуга на развитието на електронната търговия в ЕС” и „Пътна карта за завършване на единния пазар за доставка на колетни пратки и повишаване доверието в услугите по доставка и насърчаване на продажбите онлайн.”

Традиционните пощенски оператори също имат перспективи за развитие чрез бърза преориентация към предлагане на качествени, проследими и достъпни трансгранични услуги, свързани с доставката на колетни пратки. В тази насока очакванията на дружеството „Български пощи” ЕАД за 2014 г. са за развитие на пазара на електронна търговия и разработването на нови услуги, насочени към бизнес потребителите. Операторът планира и въвеждането на нови продукти към съществуващите услуги, свързани с доставката на стоки, генерирани от електронна търговия.

Перспективите за развитие на „пряка пощенска реклама” са очертани от новаторски решения на ВПС по отношение на директния маркетинг или т.нар. „пряка пощенска реклама”.¹² Едно от тях е свързването на пряката пощенска реклама с други форми на директен маркетинг, прилагани в мултимедийна среда. ВПС ще подпомогне консолидирането на „добри практики” от страните членки по отношение на услугата и разработването на стратегии за диверсификация на иновативни продукти и услуги.¹³

На българския пазар услугата „пряка пощенска реклама” дава възможност за развитие на пощенските оператори, които могат да предложат гъвкави решения на бизнеса, като:

- изпращане на реклама под формата на писмовна пратка към лоялни клиенти и потенциални потребители от съществуваща база данни на възложителя;
- печат и разпространение на рекламни послания върху комунални сметки и др.

¹⁰ Световната електронна търговия – Диляна Николова, Анализи –econ.bg

¹¹ Проф. Д.Данчев, Икономически университет, Варна

¹² Пощенския конгрес в Доха 2012 г

¹³ Union Postale 1/13 Market development

Услугата „пощенски парични преводи” също има перспективи за увеличаване на дела си на пазара на пощенските услуги. По данни на Европейската статистическа служба Евростат паричните потоци от работещите в чужбина български граждани към страната ни са достигнали общо 490 млн. евро през 2012 г., като 63 млн. евро от тях са дошли от българи, работещи в страни в рамките на Европейския съюз.¹⁴

Очакванията на пощенските оператори у нас за развитие на пазара на „пощенски парични преводи” са доста оптимистични, като са свързани и с появата на нови оператори.

При отчитане на прогнозите на пощенските оператори по отношение развитието на пощенските услуги, през 2014 г. се очертават следните тенденции:

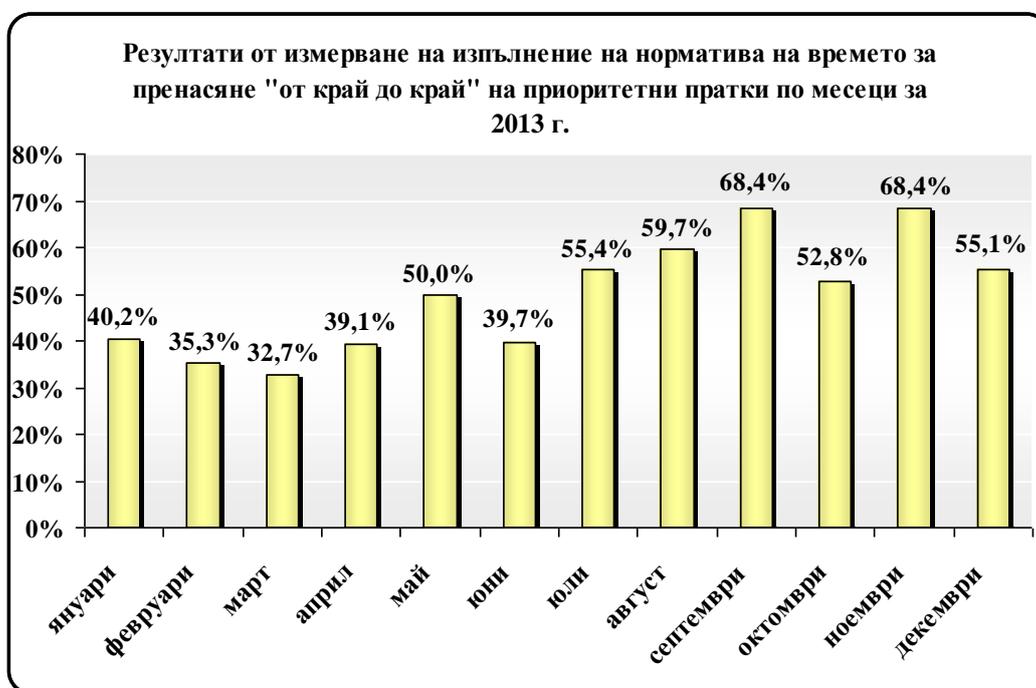
- Нарастване на пратките и приходите на пощенските оператори, генерирани въз основа на развитието на електронната търговия;
- По нататъшно намаляване дела на задължения оператор от пазара на УПУ;
- Нарастване дела на колетните пратки до 20 кг за страната и чужбина от общия размер на приходите от пощенски услуги;
- Запазване без съществена промяна тенденциите за развитие на пазара на НПУ;
- Увеличаване броя на операторите, лицензирани за предоставяне на услуги от обхвата на УПУ и пощенски парични преводи;
- Намаляване на най-масовата услуга „кореспондентски пратки до 2 кг”.

¹⁴ <http://www.dnes.bg/business/2013/12/10> - Веселина Йорданова

Подробни резултати от измерване на качеството на УПУ

1. Резултати от измерване на времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки с предимство по тримесечия и по месеци

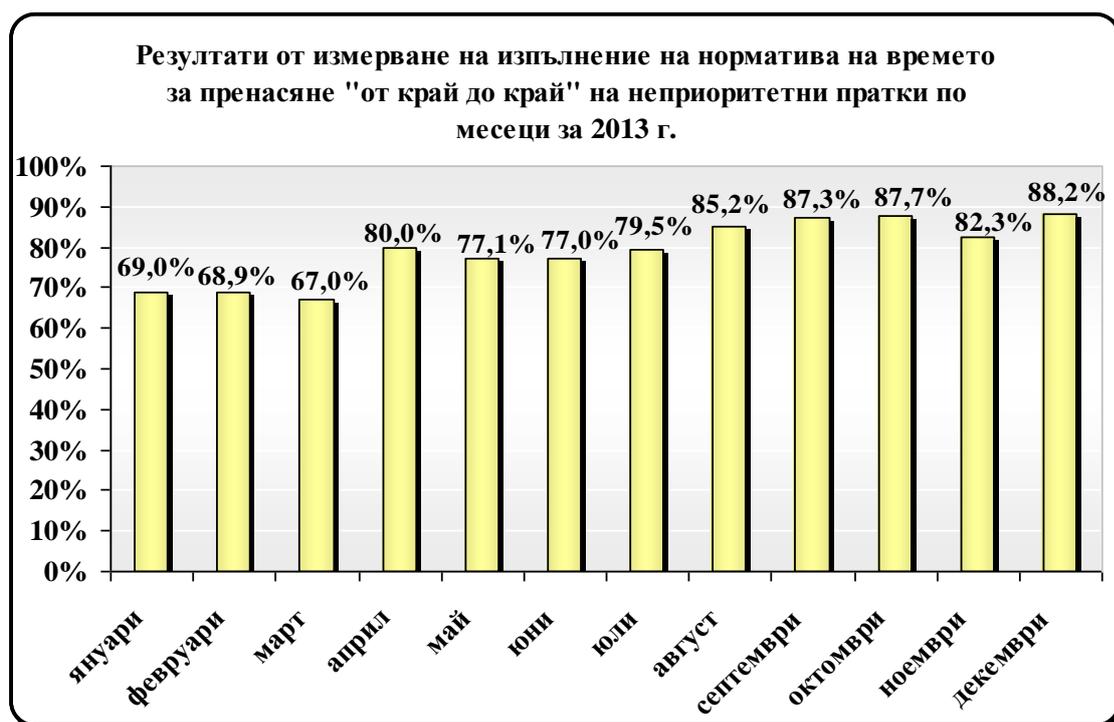
Период	Д + 1	Д + 2	Д + 3	Д + 5	Д + 10
Q1	36.2%	65.1%	78.3%	89.1%	96.3%
Q2	42.1%	66.6%	77.6%	88.8%	98.1%
Q3	61.1%	84.3%	90.2%	97.1%	99.9%
Q4	58.1%	83.2%	90.9%	97.1%	100%



Фиг. 1

2. Резултати от измерване на времето за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство по тримесечия и по месеци

Период	Д + 2	Д + 3	Д + 4	Д + 5	Д + 10
Q1	68.1%	84.3%	87.8%	91.7%	97.6%
Q2	78.0%	88.1%	94.3%	96.6%	98.7%
Q3	84.0%	92.7%	95.5%	98.5%	99.8%
Q4	86.1%	92.8%	94.7%	96.9%	100%



Фиг. 2

3. Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2011 г.	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от колетните пратки	90,3%	90,7%	89,7%
Д+2	Не по-малко от 95% от колетните пратки	99,3%	99,6%	99,5%

Резултатите за времето за пренасяне на вътрешни колетни пратки са от измервания на задължения оператор. Видно от горната таблица, нормативите се изпълняват. Все пак трябва да се отбележи, че отчетените високи резултати до голяма степен се дължат на използвания метод за отчитане чрез данни от датните клейма, който не дава обективни резултати. Този метод е различен и несъпоставим със стандартите за измерване на времето за пренасяне, използвани и прилагани в Европейския съюз.

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.

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 2011 г.	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.
Д+3	Не по-малко от 85% от пощенските пратки	59,1%	56,3%	44%
Д+5	Не по-малко от 97% от пощенските пратки	89,7%	89,3%	81,9%

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.

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 2011 г.	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.
Д+5	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	72,7%	75,8%	80,4%
Д+7	Не по-малко от 95% от пощенските пратки	91,3%	94%	97%

Резултатите в горната таблица показват, че вече е постигнато изпълнение на нормативите.

5. Срокове за обработка на рекламации

Нормативен срок за обработване на рекламациите	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2011 г.	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.
30 дни за вътрешни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	98,39%	95,2%	99%
90 дни за международни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	93,16%	94,5%	97,2%

Видно от резултатите в горната таблица нормативите се изпълняват.