

ГОДИШЕН ДОКЛАД

НА

КОМИСИЯТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СЪОБЩЕНИЯТА ЗА 2014 г.

АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА ПОЩЕНСКИТЕ УСЛУГИ ЗА 2014 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. 7
1. Обхват и участници на пазара	стр. 7
2. Обем и структура на пазара на УПУ	стр. 8
3. Потребители на УПУ	стр. 11
4. Състояние на конкуренцията при УПУ	стр. 12
III. Предоставяне на НПУ	стр. 13
1. Обхват и участници на пазара	стр. 13
1.1. Участници на пазара на НПУ	стр. 14
1.2. Обем и структура на пазара на НПУ	стр. 14
2. Предоставяне на услугата „пощенски парични преводи”	стр. 17
2.1. Участници на пазара	стр. 17
2.2. Обем на пазара и пазарни дялове	стр. 18
3. Влияние на електронната търговия върху развитието на НПУ	стр. 19
4. Състояние на конкуренцията при НПУ	стр. 21
IV. Регулиране на пазара на пощенските услуги	стр. 21
1. Оценка за наличието на несправедлива финансова тежест от извършването на УПУ и изготвяне на предложение за размера на компенсацията	стр. 21
2. Измерване и отчет за изпълнение на нормативите за качество на УПУ и ефикасността на обслужване	стр. 22
2.1. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки с предимство	стр. 22
2.2. Време за пренасяне на вътрешни непрепоръчани пощенски пратки без предимство	стр. 23
3. Обезпечаване на пощенската сигурност	стр. 24
4. Контролна дейност и защита на потребителите	стр. 25
V. Заключение и перспективи за развитие на пощенския сектор	стр. 30
Приложение 1 „Други резултати от измерване на качеството на УПУ”	стр. 31

I. Състояние на пощенския пазар в България

През последните години на пощенския пазар в България се наблюдава промяна в нагласата на потребителите по отношение на пощенските услуги. Оформиха се две устойчиви тенденции – на спад в търсенето на традиционните пощенски услуги и на нарастване на потреблението на колетни пратки. Наред с ръста на колетните пратки се повишават и изискванията на потребителите към качеството на услугата, например по отношение на транзитни времена, възможности за проследяване на пратки, гъвкавост на доставките и др. Това доведе до засилване на конкуренцията при сегмента на колетни пратки и до свиване на пазарния дял на историческия оператор „Български пощи” ЕАД (БП). Бурното развитие на цифровите технологии и разрастващото се потребление от сайтовете за електронно пазаруване на българските потребители изведе електронната търговия като съществен фактор за развитието на пазара на пощенски услуги.

1. Участници на пазара

Трайната тенденция на нарастване на броя на участниците на пощенския пазар от последните години продължава и през 2014 г. През 2014 г. броят на вписаните в публичните регистри, регламентирани в Закона за пощенските услуги (ЗПУ), пощенски оператори е 146, като е регистриран ръст от 8 % спрямо предходната година.

Съгласно разпоредбите на 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 (КРС) индивидуални лицензии.

В края на 2014 г. броят на лицензираните пощенски оператори е 15, включително и историческия оператор БП. През изминалата година КРС издаде една индивидуална лицензия за извършване на услугите от обхвата на универсалната пощенска услуга (УПУ) на „Спиди” АД и две лицензии за извършване на услугата „пощенски парични преводи” на „Експрес пей” ООД и „Интеркапитал груп” АД, с което броят на операторите, извършващи тази услуга достигна 15.

От неуниверсалните пощенски услуги (НПУ) най-голям търговски интерес продължава да е налице при куриерските услуги, които се предоставят на базата на значително облекчен - уведомителен режим. През изтеклата година броят на операторите, регистрирали намеренията си да предоставят куриерски услуги достигна 138, от които 15 са новорегистрирани. Петима оператори 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 през 2014 г. е формиран от предоставените УПУ и НПУ.

Според разпоредбите на ЗПУ в обхвата на НПУ са включени услугите пряка пощенска реклама, хибридна поща, куриерски услуги и пощенски парични преводи. Въпреки че пощенските парични преводи попадат в обхвата на НПУ, тези услуги подлежат на лицензионен режим. Предвид посоченото, в т. III „Предоставяне на НПУ” от настоящия анализ пощенските парични преводи са разгледани отделно от предоставянето на куриерски услуги, хибридна поща и пряка пощенска реклама.

За изминалата година обемът на пощенския пазар е изчислен на база на получените данни от 67 % от лицензираните и регистрирани оператори в България.

Видно от фиг. 1 общата сума на приходите от предоставяне на пощенски услуги за 2014 г. възлиза на около 301 млн. лв., което представлява нарастване спрямо 2013 г. с около 16 %.

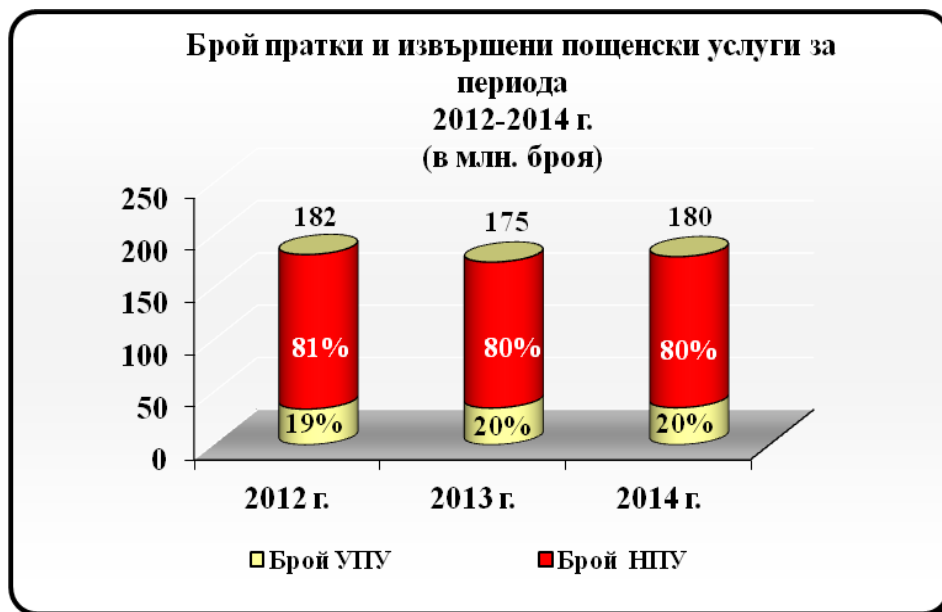


Фиг. 1 Източник: Данни, получени в КРС

Нарастването се дължи главно на значителния ръст на приходите от НПУ¹ и по-конкретно от нарастване на куриерските услуги с близо 22 % през 2014 г. спрямо 2013 г. Съотношението между дяловете на УПУ и НПУ, вкл. пощенските парични преводи (ППП) за периода 2012 – 2014 г. се запазва със значителен превес на приходите от неуниверсалните пощенски услуги, съответно на 80 % към 20 %.

През 2014 г. общият брой пратки и услуги достига 180 млн. бр, което представлява 3% ръст спрямо 2013 г.

¹ Включително пощенските парични преводи



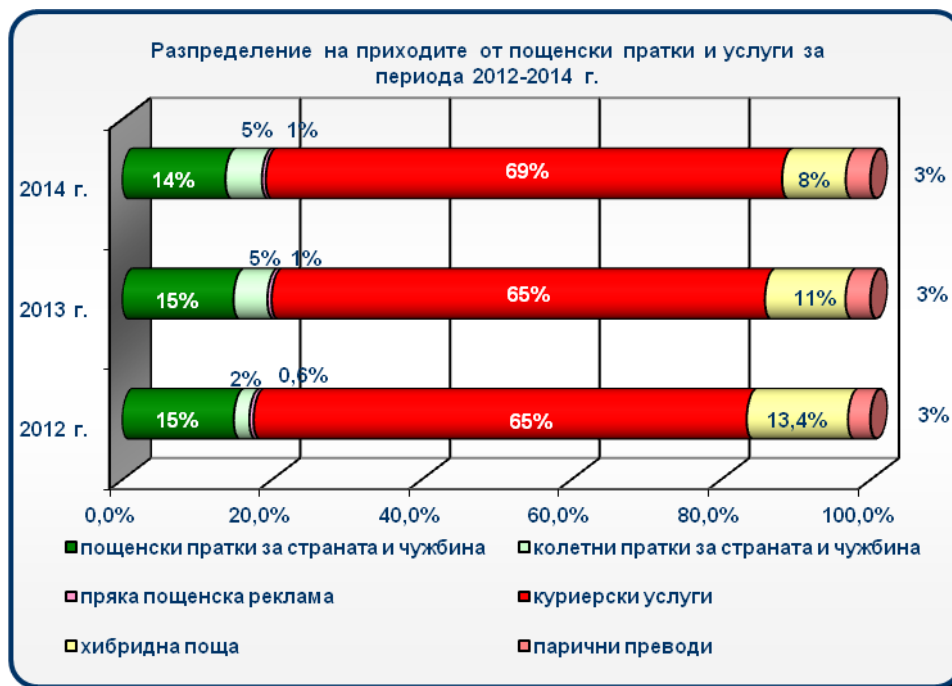
Фиг. 2 Източник: Данни, получени в КРС

Видно от фиг. 2 е, че за изминалата година не се наблюдава съществена промяна в съотношението между броя пратки от УПУ и НПУ спрямо предходните две години.

През 2014 г. трайно установената от последните години тенденция на спад в броя на пощенските пратки и услуги се промени, като спрямо предходната 2013 г. за показателя е отчетен ръст от 3%. Това се дължи на увеличения брой на НПУ и по-конкретно на пратки приети, обработени и доставени чрез куриерски услуги за чужбина и пратки, предмет на пряка пощенска реклама. Въпреки отбелязания ръст обаче броят на пощенските пратки и услуги през 2014 г. е по-малък от този, регистриран през 2012 г.

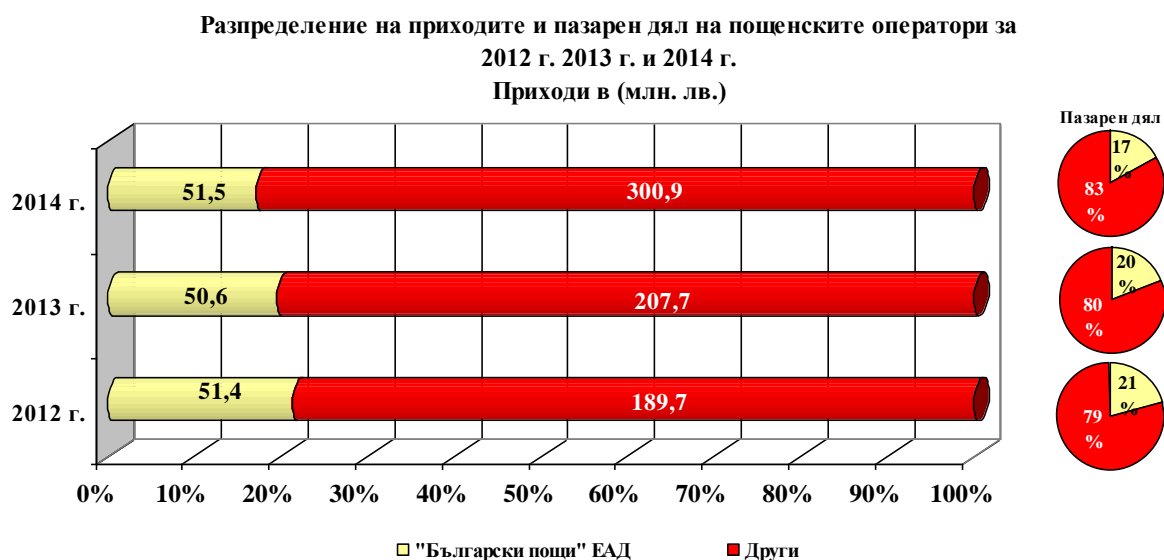
2.2. Структура на пощенския пазар в България

Разпределението на реализираните приходи между пощенските услуги през 2014 г. запазва своята структура от предходните отчетни периоди, като се наблюдава тенденция на намаление на приходите от хибридна поща за сметка на увеличение на дела на приходите от куриерски услуги, които формират годишно над 65% от целия пазар.



Фиг. 3 Източник: Данни, получени в КРС

Навлизането на нови пощенски оператори и развитието на конкуренцията на пазара на пощенски услуги през последните години доведе до отслабване на ролята на историческия оператор БП. Графиката на фиг. 4 проследява изменението на пазарния дял на оператора в общите приходи, реализирани през последните три години.



Фиг. 4 Източник: Данни, получени в КРС

Видно от данните, пазарният дял на БП, изчислен на база приходи от предоставяне на пощенски услуги, е отбелязал спад с 3 процентни пункта през 2014 г. спрямо 2013 г. Това се дължи на намалението в едногодишен период на дела на приходите на БП от предоставяне на пощенски пратки и на услугата ППП съответно със 7 % и 13%.

В условията на силна конкуренция, през 2014 г., БП запазва без изменение, спрямо 2013 г. своя дял от 4% в приходите от неуниверсални пощенски услуги.

През 2014 г. не се наблюдава съществена промяна в структурата на потреблението на пощенски услуги.



Фиг. 5 Източник: Данни, получени в КРС

За изтеклата 2014 г. е отчетена незначителна промяна в дела на потреблението на НПУ от страна на индивидуалните потребители. Превесът на потреблението на УПУ, за сметка на НПУ от страна на индивидуалните потребители се запазва, предвид характера и спецификата на универсалната услугата.

II. Предоставяне на УПУ

1. Обхват и участници на пазара

През 2014 г. няма изменения в разпоредбите на ЗПУ, според които индивидуална лицензия за извършване на услуги от обхвата на УПУ се издава за:

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

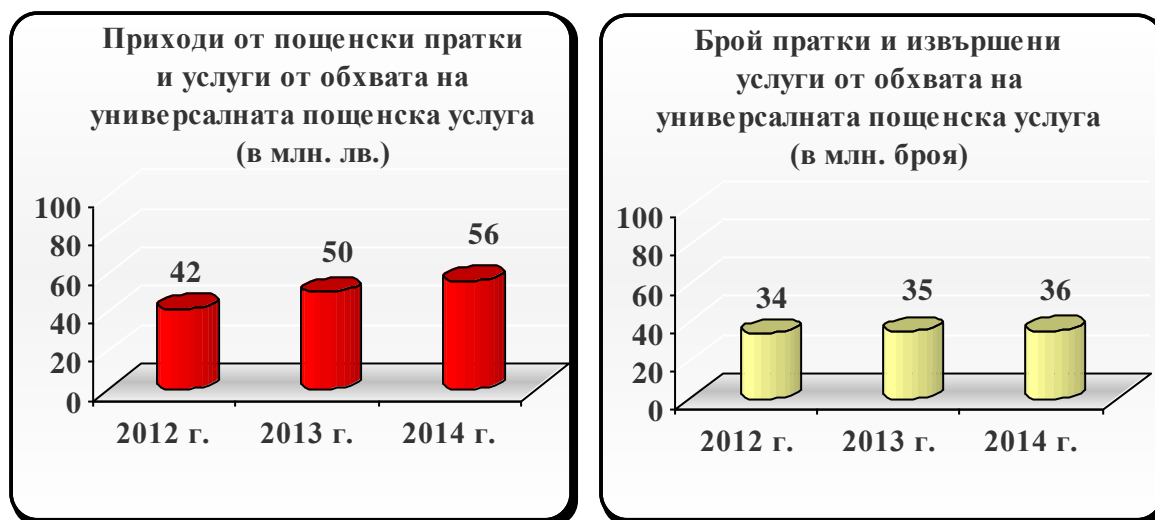
Към 31.12.2014 г. броят на лицензираните пощенски оператори за извършване на услуги от обхвата на УПУ е 7, от които реално дейност въз основа на издадената лицензия са извършвали следните дружества²:

- БП – със задължение да предоставя всички услуги от обхвата на УПУ на територията на цялата страна;
- „Еконт Експрес” ООД, „Тип-Топ Куриер” АД, „МИБМ Експрес” ООД, „Стар Пост” ООД и „Спиди” АД - за извършване на услуги от обхвата на УПУ.

2. Обем и структура на УПУ

Предвид възложеното на БП задължение да предоставя всички услуги от обхвата на УПУ на територията на цялата страна, обемът и структурата на пазара на УПУ се формират най-вече въз основа на отчетените от оператора данни.

Съгласно обобщените в КРС данни, предоставени от пощенските оператори, извършвали услуги от обхвата на УПУ, през 2014 г. обемът на пазара, изчислен на база приходи от УПУ, отбелязва ръст от 12 %. В резултат приходите от извършване на УПУ за 2014 г. достигат 56 млн. лв. Общият брой реализирани пратки и услуги УПУ за страната и чужбина възлиза на около 36 млн. броя, като в сравнение с 2013 г. се наблюдава незначително нарастване. (фиг. 6 и фиг. 7).



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

Изпреварващият темп на нарастване на приходите спрямо броя на пратките, през 2014 г., може да се обясни с отчетените повече пратки УПУ за чужбина и колетни пратки за страната до 20 кг, с оглед по-високите им цени спрямо тези за кореспондентски пратки.

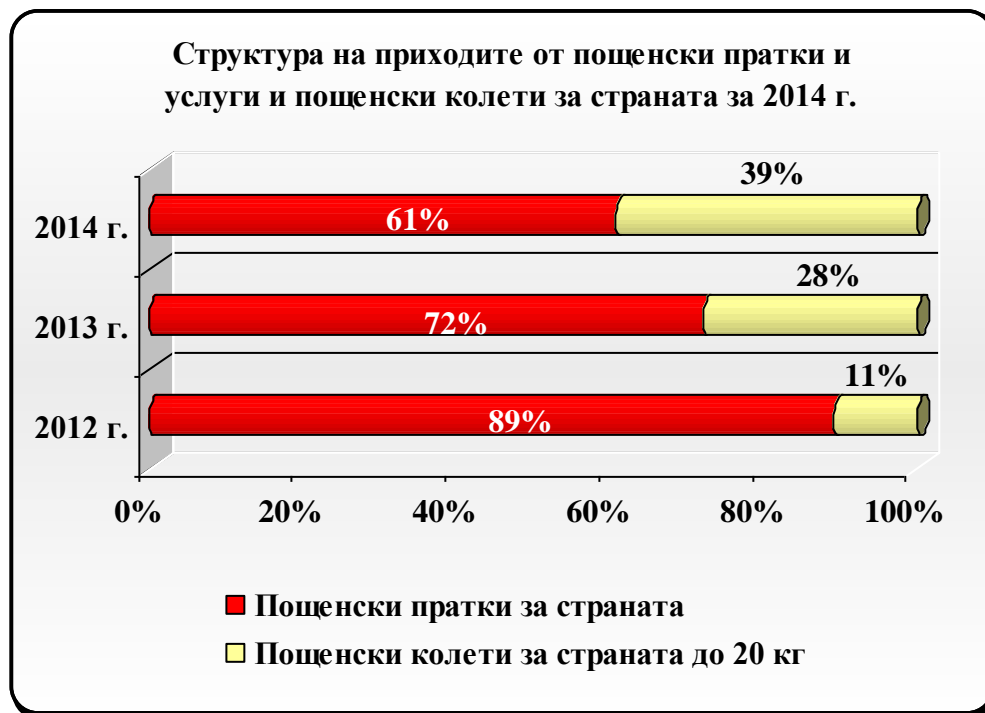
За целите на настоящия анализ, включените в обхвата на УПУ услуги условно са разделени в две групи пощенски пратки³ (за страната и за чужбина) и пощенски колетни

² През изминалата година дружеството „Терра Пост Сървис” ЕООД не е представило данни в КРС относно предоставени услуги от обхвата на УПУ

³ 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”

до 20 кг⁴. Като допълнителни услуги към някои от видовете пратки и колети се предлагат услугите „препоръка” и „обявена стойност”.

През изминалата година отчетените приходи от пощенски пратки и пощенски колети за страната възлизат приблизително на 36 млн. лв., което представлява нарастване спрямо 2013 г. с около 6 %.

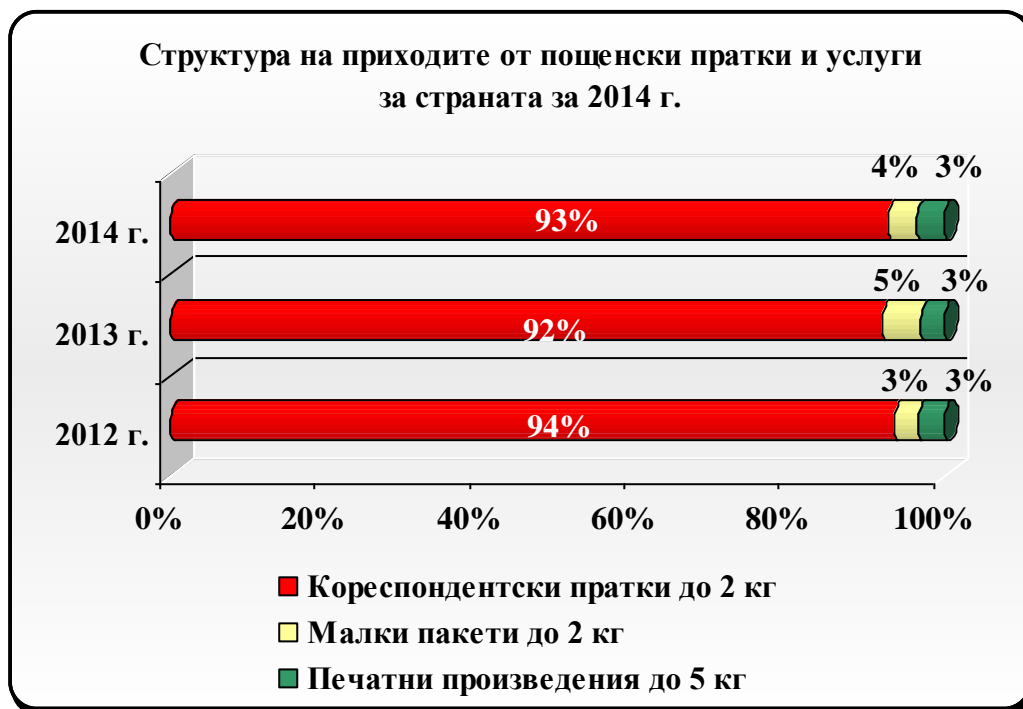


Фиг. 8 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от изобразеното на графиката (Фиг. 8), за посочения тригодишен период се наблюдава изменение в структурата на приходите, като пощенските пратки за страната намаляват за сметка на нарастването на дела на пощенските колети за страната до 20 кг. През 2014 г. в сравнение с 2013 г. спадът на приходите от пощенски пратки за страната е в размер на 11 процентни пункта. Делът на приходите от колетни пратки в общите приходи УПУ за страната устойчиво нараства и достига 39 %. Запазва се и тенденцията от предходните години на увеличение на приходите от колетни пратки до 20 кг., породена от развитието на електронната търговия.

От данните в долната фигура е видно, че за периода 2012 – 2014 г. структурата на приходите на пощенските пратки по видове за страната се запазва стабилна.

⁴ Пощенските колети са обикновени и с обявена стойност



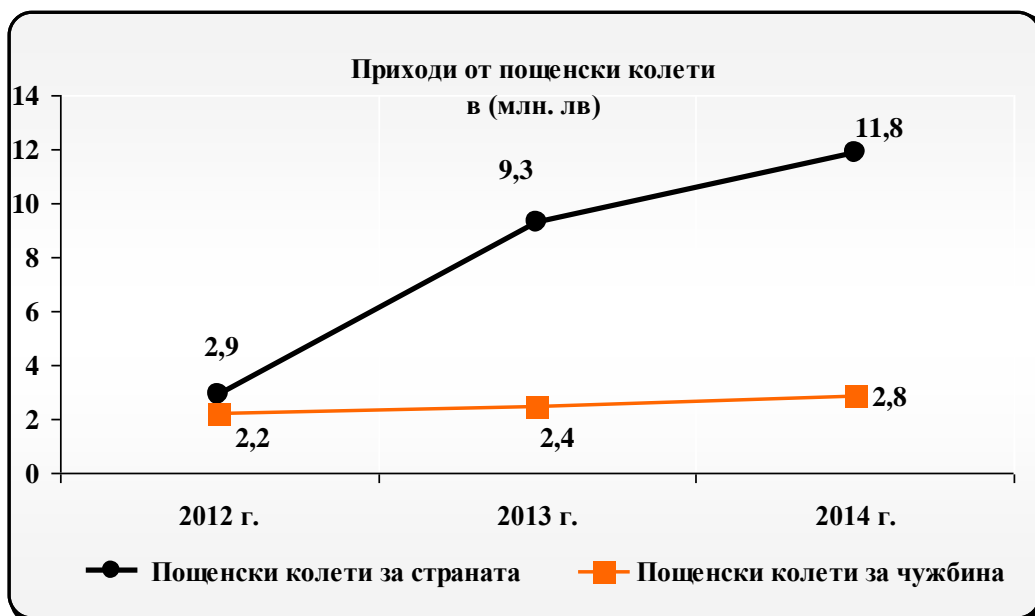
Фиг. 9 Източник: Данни, подадени в КРС

За поредна година основният дял на приходите от пощенски пратки за страната се формира от приходите за кореспондентски пратки до 2 кг, като дялът им в приходите от пощенски пратки за страната за периода 2012 г. - 2014 г. е над 90%. През 2014 г. приходите от тази услуга бележат спад от 23 %, в сравнение с 2013 г.

Относителният дял на приходите от малки пакети в общия обем на приходите от пощенски пратки УПУ за страната отбелязва незначително намаление през 2014 г., в сравнение с 2013 г., а този от печатни произведения до 5 кг е без изменение през 2014 г., спрямо 2013 г.

Към 31.12.2014 г. приходите от изходящи международни пратки възлизат на около 17 млн. лв., а общият им брой – приблизително 4,1 млн. През 2014 г. изходящите международни пратки заемат около 13 % от общия брой пощенски пратки и 38 % от общите приходи от УПУ. В сравнение с 2013 г. се наблюдава увеличение от 9 % в броя на международните пратки и ръст от 28 % в приходите от тях. Ръстът на посочените показатели е резултат на предоставянето на този вид услуги от БП. „МИБМ Експрес” ООД и „Тип Топ Куриер” АД отчитат общо по-малко от 2 % от отчетените приходи и бройки международни изходящи пратки, но следва да се посочи, че услугата изходящи международни пратки, предоставена от тези дружества през 2014 г. е реализирана въз основа на договори за достъп до пощенската мрежа на БП.

За 2014 г. приходите, реализирани от предоставяне на колетни пратки за страната и чужбина общо възлизат на 14,7 млн. лв. (26 % от общите приходи от УПУ), а броят им - на 4,6 млн. броя (13 % от общия брой пратки и услуги от УПУ).



Фиг. 10 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от горната фигура и през 2014 г. продължава тенденцията на нарастване на приходите от пощенски колетни за страната. В сравнение с предходната година отчетените приходи от вътрешни колетни пратки до 20 кг за страната регистрират ръст от 28 %. Нарастването основно се дължи на реализираните с около 35 % повече приходи от пощенски колетни от „Еконт Експрес“ ООД. Делът на приходите от колетни пратки за страната на БП е около 10 %.

През изминалата 2014 г. приходите от международните колетни пратки също нарастват - с 16 %, в сравнение с 2013 г. Тези приходи основно са реализирани от БП. (фиг. 10).

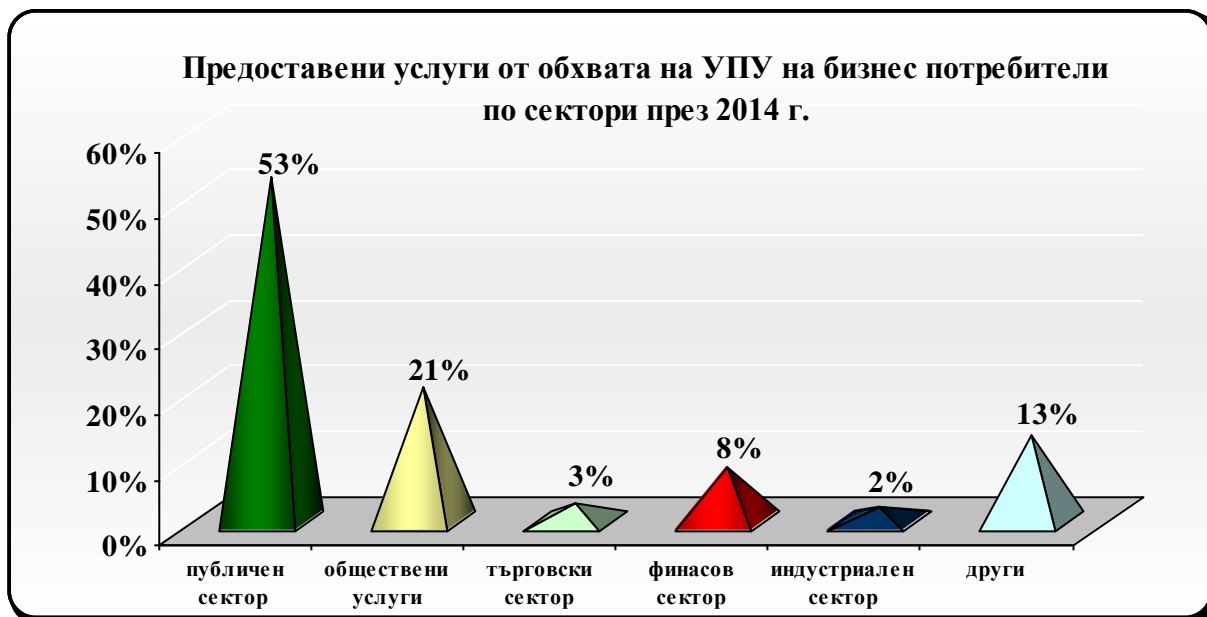
3. Потребители на УПУ

Потребителите на УПУ най-общо могат да бъдат разделени на бизнес и индивидуални потребители.

Съгласно подадените данни от БП, през 2014 г. съотношението на количествата пощенски пратки и услуги от обхвата на УПУ, предоставени на бизнес потребители и индивидуалните потребители е съответно 34 % към 66 %. В сравнение с предходната 2013 г. тази пропорция се запазва почти непроменена. Според БП, индивидуалните потребители използват най-често УПУ в частта на непрепоръчани кореспондентски пратки, малки пакети, колетни пратки без и с обявена стойност, а бизнес потребителите на УПУ - услугите непрепоръчани и препоръчани вътрешни и международни кореспондентски пратки до 50 гр без предимство и препоръчани пратки с известие за доставяне.

„МиБМ Експрес“ ООД отчита около 100 %, потребление на бизнес потребители, докато услугите от обхвата на УПУ, които „Еконт Експрес“ ЕАД е извършвало, са били използвани от бизнес и индивидуални потребители в съотношение 44% към 56%.

На графиката по-долу е показано потреблението за страната и чужбина, групирани по сектори, на бизнес потребителите, ползвали през 2014 г. предлаганите от всички лицензирани оператори услуги от обхвата на УПУ.



Фиг. 11 Източник: Данни, подадени в КРС

Данните сочат, че и през 2014 г., с най-голямо потребление на пощенски пратки и колети е публичния сектор - 53 %. В сравнение с предходната 2013 г. потреблението на публичния сектор отбелязва спад от 14 процентни пункта. Към този сектор са включени министерства, общини, осигурителни компании, агентства.

Втори по дял с 21 % са клиентите, извършващи обществени услуги - обществен сектор, като ВиК, електроразпределителни и телекомуникационни компании и други. Потреблението на този сектор през 2014 г. нараства с два процентни пункта в сравнение с 2013 г. Към потребителите на търговския сектор са отнесени услугите, генерирани от различни търговци.

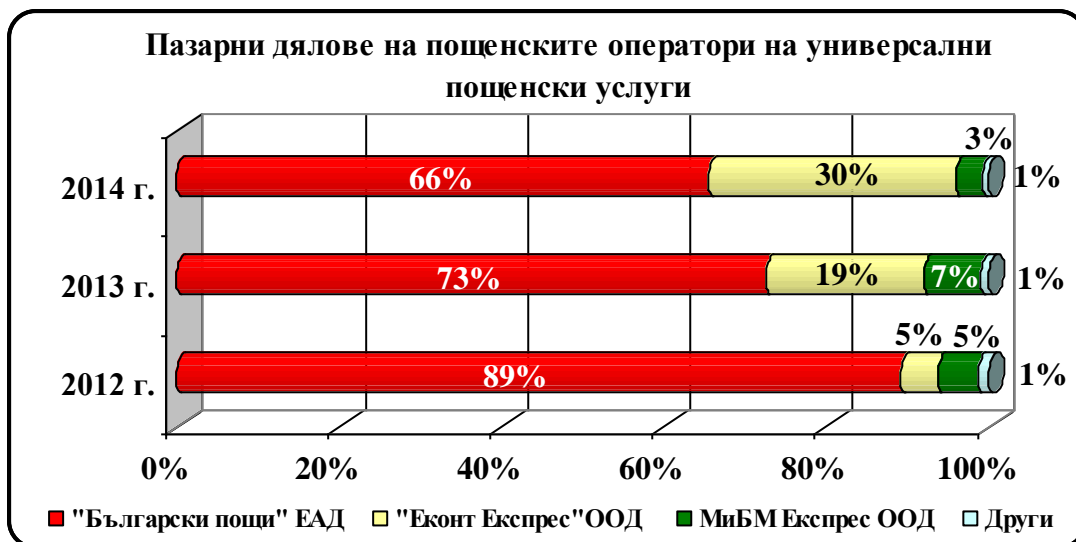
Почти без изменение е потреблението на финансовия сектор, включващ бизнес потребители (банки и други финансови институции), с дял от 8 % пощенски пратки и колети.

Незначителен е делът на приходите от търговския сектор, а потреблението на индустриалния сектор е само 2 %. Потреблението на други потребители, които не са сред изредените по-горе, възлиза на 13 %.

4. Състояние на конкуренцията при УПУ

Изминалата 2014 г. е четвъртата година, през която УПУ се предоставя в условията на либерализиран пощенски пазар. В резултат на създадените условия за развитие на конкуренцията продължава процесът на преразпределяне на пазарните дялове на операторите, предоставящи УПУ.

За разглеждания период 2012 - 2014 г. пазарният дял на държавния пощенски оператор БП намалява и се формира трайна тенденция на спад на този показател.



Фиг. 12 Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от графиката (фиг. 12), БП продължава да губи позиции на пазара на УПУ, като дялът му намалява със 7 процентни пункта в сравнение предходната година (от 73 % дял за 2013 г. на 66 % за 2014 г.).

За втора поредна година следващият по-големина участник в този пазарен сегмент е „Еконт Експрес” ООД. С ръст от 11 процентни пункта пощенския оператор завоюва 30 процентов пазарен дял през 2014 г.

Загуба на пазарен дял от 4 процентни пункта (от 7 % на 3 %) се наблюдава при „МиБМ Експрес” ООД.

Състоянието на конкуренцията, измерено чрез индекса ННІ⁵ и коефициента CR4, характеризират за поредна година пазарния сегмент УПУ като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация.

Въпреки загубата на позиции на пазара на УПУ, за някои видове пратки и услуги УПУ БП държи все още най-голям дял, изчислен на база приходи. Пощенският оператор е реализирал 89 % от всички отчетени приходи за страната от кореспондентски пратки до 2 кг; 92 % от всички приходи от печатни произведения; 98 % от всички приходи от международни услуги от обхвата на УПУ.

Около 89 % от приходите от пощенски колетни за страната до 20 кг и 46 % от приходите от услугата малки пакети до 2 кг са реализирани от „Еконт Експрес” ООД.

III. Предоставяне на НПУ

1. Обхват и участници на пазара

За целите на настоящия анализ, в обхвата на НПУ са включени предоставянето на куриерски услуги, хибридна поща и пряка пощенска реклама.

⁵ Съгласно принципите на конкурентното право, степента на концентрация се оценява чрез индекса на Херфиндал-Хиршман (ННІ), както и чрез коефициент 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.

1.1. Участници на пазара на НПУ

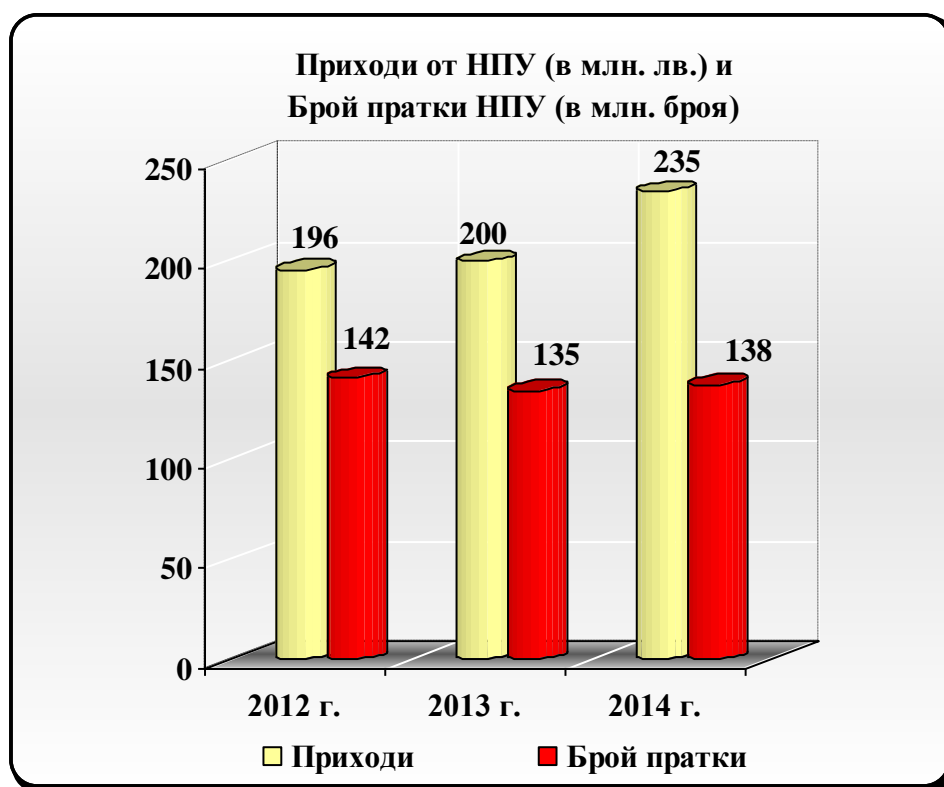
Към 31.12.2014 г. броят на регистрираните пощенските оператори нараства с 10, спрямо 2013 г. и достига 138. От тях:

- 15 оператора са новорегистрирани за извършване на НПУ;
- 4 оператора са заличени от „Регистъра на операторите предоставящи НПУ” по тяхно искане;

Пощенските оператори, които реално са предоставяли НПУ са 61⁶, а 32-ма са декларирали, че през отчетния период не са извършвали дейност.

1.2. Обем и структура на пазара на НПУ

Приходите от НПУ през 2014 г. (куриерски услуги, хибридна поща и пряка пощенска реклама) са в размер на 235 млн. лв., като в сравнение с 2013 г. са се увеличили с около 17% (фиг. 13). За същия период общият брой на обработените пратки е 138 млн.бр., което е увеличение с 2% спрямо 2013 г.



Фиг. 13 Източник: Данни, подадени в КРС

За периода 2012 - 2014 г. е налице значително нарастване на приходите от извършване на НПУ. През 2014 г. броят на обработените пратки отбелязва ръст за разлика от предходната 2013 г. Въпреки отбелязания ръст обаче броят на обработените пратки през 2014 г. е по-малък от този, регистриран през 2012 г.

Ръстът на броя обработени пратки през 2014 г. се дължи както на разрастване на услугите свързани с електронната търговия, така и на увеличения брой куриерски пратки

⁶ 45 регистрирани пощенски оператори не са предоставили отчет за дейността си

и пряка пощенска реклама. В едногодишен период броят на куриерските пратки е нараснал с 15 %, а този на пратките пряка пощенска реклама с 23 %.

Изпреварващият темп на нарастване на приходите спрямо броя на пратките през 2014 г., може да се обясни с ръста на куриерските пратки за чужбина (близо 4 пъти), които са със значително по-високи цени от куриерските услуга за страната. Също така влияние оказва и тенденцията за годишно намаление в броя пратките от хибридна поща, които формират над 80% от общия брой пратки от НПУ.

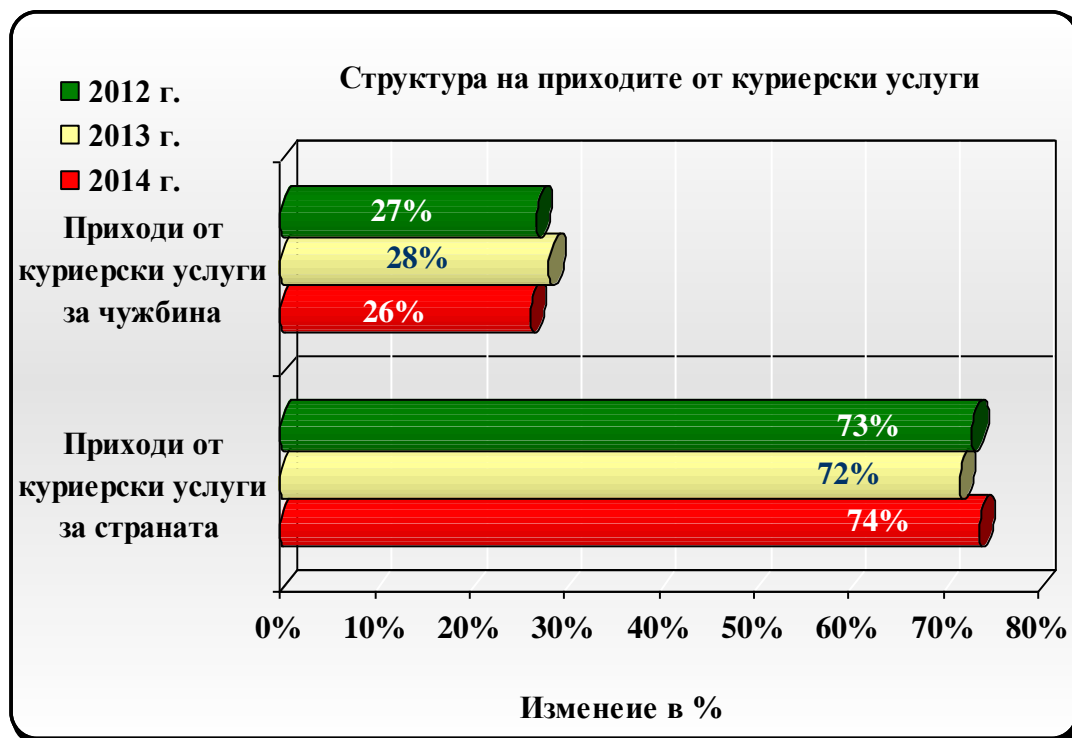
Петте оператора с най-голям относителен дял⁷ в обема на приходите от този пазарен сегмент, според предоставените в КРС данни, са:

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

През 2014 г. групата на операторите с най-големи пазарни дялове от предоставянето на куриерските услуги, хибридна поща и пряка пощенска реклама остава непроменена спрямо предходните две години. През 2014 г. приходите, реализирани от тази група оператори, формират 69% от пазара на НПУ , което е увеличение с 4 процентни пункта спрямо 2013 г.

По отношение на структурата на приходите от предоставяне на НПУ за периода 2012 - 2014 г. не се наблюдават съществени изменения. Куриерските услуги формират дял от 88%, хибридна поща - 11%, а пряката пощенска реклама - 1% от общия размер на приходите от НПУ.

⁷ Операторите са подредени по азбучен ред, а не по големина на пазарния дял



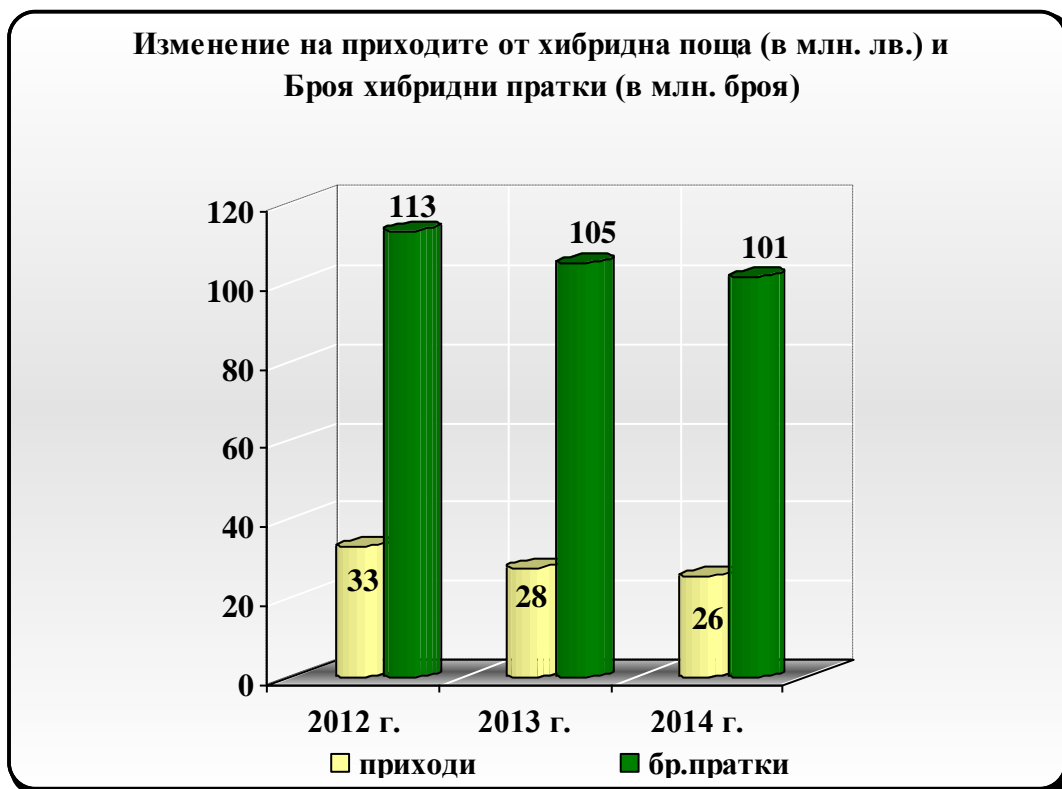
Фиг. 14 Източник: Данни, подадени в КРС

През 2014 г. приходите от куриерски услуги са в размер на 208 млн.лв., като в едногодишен период това е увеличение от 22%, а общият брой приети, пренесени и доставени куриерски пратки е в размер на 29 млн. бр., което също е с 22% повече в сравнение с 2013 г.

През 2014 г. приходите от куриерски услуги за страната формират 74% от общия размер на приходите от куриерски услуги. Техният относителен дял от общия размер на приходите от куриерски услуги се е увеличил с 2 процентни пункта спрямо 2013 г., докато приходите от извършване на куриерските услуги за чужбина са намалели с 2 процентни пункта спрямо 2013 г.

Операторите, предоставяли услугата „хибридна поща“ през 2014 г. са седем: „МиБМ Експрес“ ООД, БП, „Стар Пост“ ООД, „Европът 2000“ АД, „Тип Топ Куриер“ АД, „Е-Пост“ ЕООД, „Унимедиа“ ООД.

Видно от данните на фиг. 15, тенденцията на спад на приходите и броя на пратките от извършване на услугата „хибридна поща“ продължава и през 2014 г. Приходите от предоставянето на услугата възлизат на 26 млн.лв. и са намалели с 8% спрямо 2013 г. През 2014 г. броят на обработените пратки също отчита намаление с 3% спрямо предходните две години.



Фиг. 15 Източник: Данни, подадени в КРС

В посочения на фиг. 15 три годишен период услугата отчита спад, както в броя на пратките, така и в приходите, което 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 финансова и екологична мярка.

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 2014 г. са предоставяли услугата „пряка пощенска реклама”, са БП, „Е Пост” ЕООД, „МиБМ Експрес” ООД и „Про Логистик” ЕООД.

През изминалата година пратките от услугата „приемане, пренасяне и доставяне на пряка пощенска реклама” са се увеличили с около 23% в сравнение с 2013 г., а приходите със 7,6%.

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

2.1. Участници на пазара

През 2014 г., лицензираните пощенски оператори за извършване на услугата ППП са 15⁸ на брой, като през изминалата година са издадени две нови индивидуални лицензии за извършване на услугата на „Интеркапитал Груп” АД и „Експрес Пей” ЕООД.

⁸ БП, „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, „Телепайд България” ООД, „Интеркапитал Груп” АД и „Експрес Пей” ЕООД

През разглеждания период ППП са извършвали осем пощенски оператора: БП, „Еконт Експрес” ООД, „Спиди” АД, „Тип Топ Куриер” АД, „Фактор И.Н.” АД, „Пост Финанс” ЕАД, „Изипей” АД и „Експрес Пей” ЕООД.

2.2. Обем на пазара и пазарни дялове

Горепосочените пощенски оператори са извършили 6,3 млн. бр. пощенски парични преводи, а реализираните приходи от тях са около 9,9 млн. лв. В сравнение с предходния отчетен период се наблюдава ръст от 37 % в броя на паричните преводи и 16 % в приходите от тази услуга.

Според представения от БП годишен доклад на за изпълнение на индивидуална лицензия № 3/001-01/09.06.2011 г., услугата ППП се предоставя в условията на силна конкуренция. През отчетния период БП е извършил 1,9 млн. броя ППП, от които са реализирани 5,2 млн.лв. Спрямо 2013 г. броят предоставени ППП от оператора е намалял с 14%, а приходите със 7%.

През 2014 г. броят на реализираните ППП от „Еконт Експрес” ООД е 3,7 млн.бр., което е почти двойно увеличение спрямо предходния отчетен период. Дружеството разполага с 11 собствени офиси, в които се предоставя услугата и 462 офиси по договор, сключени съгласно чл.22 от Закона за пощенските услуги.

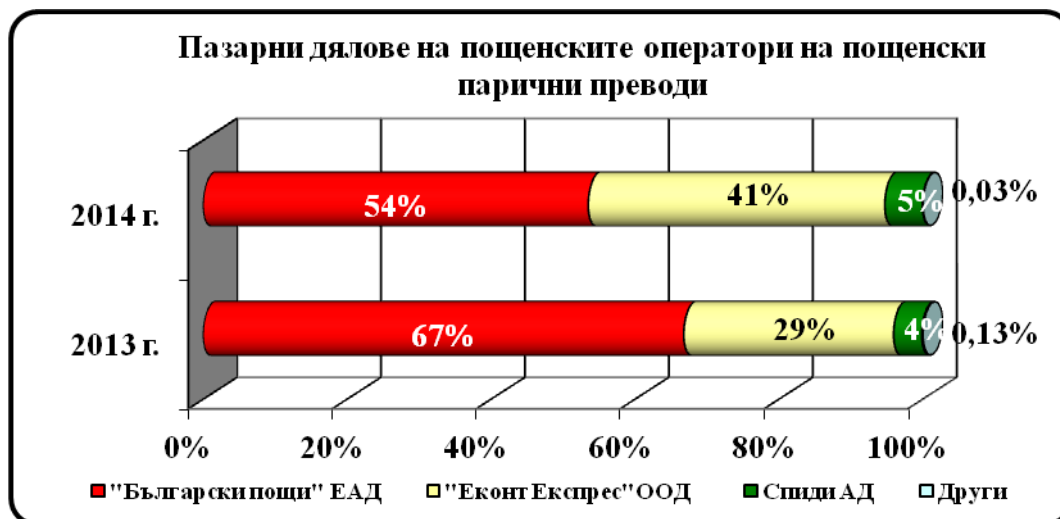
Основната сфера на дейност на оператора „Изипей” АД е извършване на платежни услуги с разнородни решения за разплащане. През 2014 г. осъществените ППП на дружеството са едва 303 броя. Въпреки малкия брой осъществени ППП дружеството планира да въведе някои подобрения свързани с услугата, като удължено работно време за приемане и изплащане на ППП и извършване на услугата през празнични и почивни дни⁹.

Подобна сфера на дейност има и един от новолицензираните оператори за извършване на ППП - „Експрес Пей” ЕООД, който оперира като посредник при плащания на комунални сметки от потребителите.

Пощенският оператор „Спиди” АД бележи ръст в броя на извършените ППП, които през 2014 г. достигат 0,6 млн. бр., което е с около 65% нарастване спрямо 2013 г. През 2015 г. операторът планира да увеличи пощенската си мрежа с 36 нови точки за достъп, в които ще се предоставя услугата.

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

⁹ Годишен доклад на „Изипей” АД във връзка с изпълнение на индивидуална лицензия № 3-003-01/09.06.2011г.



Фиг. 16 Източник: Данни, подадени в КРС

За периода 2012 – 2014 г. БП е формирало 54 % от общия размер на приходите от извършване на услугата ППП, като в сравнение с 2013 г. делът на задължения оператор е спаднал с 13 проценти пункта. Въпреки добре познатата търговска марка на оператора и гъстотата на пощенската му мрежа от 2011 г. насам се наблюдава непрекъснат спад в пазарния дял на оператора и невъзможност да се справи със засилващата се конкуренция.

Второ място по пазарен дял от предоставянето на ППП заема дружеството „Еконт Експрес“ ООД с 41%, като в едногодишен период пазарният му дял се е увеличил с 12 процентни пункта.

През 2014 г. „Спиди“ АД отчита ръст от близо 55% в приходите си от извършване на услугата с пазарен дял от предоставянето на ППП от 5%.

3. Влияние на електронната търговия върху развитието на НПУ

През изминалите години електронната търговия (е-търговията) беше представяна като перспектива за развитие на пощенския пазар. Днес тази перспектива е факт и все повече пощенски оператори я определят за основна при развитието и прогресирането на пощенския бранш. Електронната търговия се превърна не само във важен фактор за просперитета на доставчиците на стоки, но и за развитието на европейската икономика.

Прогноза на анализаторите от Forrester Research показва, че към 2018 г. европейският пазар на онлайн продажби ще достигне обем от 233,9 млрд. евро. За сравнение през 2013 г. достигнатият обем е не повече от 134,9 млрд. евро.

Очакванията са през следващите 5 години средният годишен ръст на разглеждания показател да бъде 12%¹⁰.

Според проучване на в. „24 часа“ над 925 000 българи са пазарували онлайн през изминалата година, като оборотът на е-търговията у нас е достигнал 5 млрд. лева и за последните две години броят им почти се е удвоил¹¹.

¹⁰ <http://www.idg.bg/internet/1212/e-targoviyata-v-evropa-pazar-na-stojnost-234-mlrd-evro>

¹¹ <http://www.24chasa.bg/Article.asp?ArticleId=4581264> Мариана Бойкова и Девора Недялкова

В същото проучване е посочено, че в края на изминалата година дружеството „Български пощи“ ЕАД отчита най-голям брой доставки, като ръста на пратките генерирани от е-търговия е 40% за входящите пратки и 25% от изходящите. За същия период дялът на „Еконт Експрес“ ООД в доставките от онлайн пазаруване е бил 36,13% от общия дял на пратките на оператора, а от „Тип Топ Куриер“ са посочили, че дялът на пратките от онлайн пазаруване се увеличава средно със 7% месечно.

По данни на Националния статистически институт онлайн търговията в България бележи средногодишен ръст от около 20%, като прогнозите са този процент да нараства през следващите години¹¹.

Съгласно информация от годишните въпросници на КРС за 2014 г. от 79 пощенски оператора, които са предоставили данни, свързани с електронната търговия 22-ма са посочили, че възнамеряват да въведат услуги свързани с е-търговията в продуктивния си асортимент, а 20 пощенски оператори вече предоставят такива.

Поради технологични проблеми обаче, свързани най-вече с отделяне на тези услуги от останалите пощенски услуги, само 12 оператора са предоставили конкретни данни. Според тези данни дялът на пратките, генерирани от е-търговия за 2014 г. е около 25% от общия им брой пощенски пратки.

Някои от пощенските оператори, които вече имат позиции на българския пазар на пощенски пратки, генерирани от е-търговията са направили инвестиции за подобряване качеството на тези услуги и привличането на нови клиенти, а именно¹²:

Пощенският оператор „Спиди“ АД акцентира върху връзките с голям брой партньори и онлайн търговци, с различни платформи, предлагащи иновативни онлайн технологии и софтуерни решения, като се обслужват както изходящи, така и входящи пратки, генерирани от е-търговията.

Компанията „Ин Тайм“ ООД предлага специална услуга за българските е-магазини “Ups Cash on Delivery” – плащане при доставка (т.нар. услуга „наложен платеж”) в брой, чек и др. Компанията е разработила и специална платформа, чрез която интернет магазините, базирани на платформата Summer Card, могат да се свързват с логистичната мрежа на оператора, за да проверяват състоянието на заявките и доставките.

Операторът „Ди Ейч Ел Интернешънъл България“ ЕООД (DHL) планира да опрости процесите на обслужване на пратките, генерирани от е-търговията и да въведе гъвкави доставки до индивидуалните потребители. Въведени са електронно генерирани товарителници, които автоматично следват заявката на клиента от е-магазина.

Един от бързо развиващите се пощенски оператори по отношение доставката на пратки, генерирани от е-търговията - „Еконт Експрес“ ООД е посочил, че изпълнява доставки от 4900 активни електронни магазини и е логистичен партньор на популярни вътрешни сайтове за обяви. Също така операторът разработва модули за интеграция към някои водещи платформи за е-търговия.

За да обхванат по-голяма част от онлайн магазините пощенските оператори „Европът – 2000“ АД и „Лео Експрес“ ЕООД въвеждат изцяло нов уеб базиран софтуер и оборудват куриерите си с високотехнологични мобилни устройства, които ще предоставят на потребителите възможност за проследяване на пратките през целия процес на доставка.

„Арамекс Интернешънъл България“ ООД предлага пазаруване онлайн чрез услугата си “Shop&Ship” от различни страни с доставка в България по експресна мрежа с

¹² Сп. ”Логистика, 2014, бр.8

възможност за проследяване на поръчките в реално време и достигане до крайните потребители в рамките на 4-6 работни дни.

През 2015 г. операторът „Транспрес“ ООД също планира да инвестира в развитието на доставката на пратки, генерирани от е-търговията чрез развитието на допълнителна контрактна логистика, като част от мрежата за доставки, което да осигури затворен цикъл за складиране, обработката и дистрибуцията на пратки.

От „Флайинг Карго България“ ООД (FedEx) са посочили, че е-търговията е най-новия сегмент на българския пазар, който се развива и най-динамично¹³. Потребители на услугите, предоставяни от компанията, са не само индивидуални клиенти, но и български предприемачи, които изнасят своята продукция в чужбина, чрез електронните си магазини.

Куриерският бизнес е един от малкото бизнеси в Европа, при които независимо от икономическата криза се наблюдава растеж, включително и у нас¹⁴. На фона на напускащи чужди инвеститори в различни браншове у нас, в куриерския сектор навлиза втора голяма чуждестранна компания - френската GeoPost (след Австрийските пощи). Това основно се дължи на растежа на куриерския пазар, чийто двигател е онлайн търговията.

4. Състояние на конкуренцията при НПУ

Състоянието на конкуренцията на пазара на НПУ и на предоставянето на услугата пощенски парични преводи се оценява чрез изчисляването на индекса ННІ, и коефициента CR. Стойностите на двата показателя (на ННІ - 1566 и на CR5 - 69%) през 2014 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 2014 г. петте посочени оператора са формирали пазарни дялове на пазара на НПУ между 5 % и 27 %, като горната граница на пазарен дял е нараснала с 2 процентни пункта спрямо 2013 г.

Сегментът на пощенските парични преводи се определя като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация (стойността на ННІ е 4567 а на CR4 99,99%). При изчисляване стойността на коефициента CR4 са взети пазарните дялове на БП, „Еконт Експрес“ ООД, „Спиди“ АД и „Тип Топ Куриер“ АД.

IV. Регулиране на пазара на пощенските услуги

През 2014 г. приоритетните дейности на КРС по регулиране на пазара на пощенски услуги бяха съсредоточени в следните насоки:

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

В 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

¹³ Сп. „Логистика“, бр.6 2014 г.

¹⁴ <http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2014/10/10/2399288>

извършване на универсалната пощенска услуга за 2013 г.”. Въз основа на фактическите констатации от извършения одит КРС прие следните решения:

- Решение № 669 от 07.10.2014 г. за съгласуване на получените резултати от системата за разпределение на разходите по видове услуги на БП;
- Решение № 749 от 02.12.2014 г. относно наличието на несправедлива финансова тежест от извършването на универсалната пощенска услуга и определяне на размера на компенсация, дължима на БП за извършване на универсалната пощенска услуга през 2013 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 задължението си по 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 2014 г.

Въз основа на заключенията от целогодишната дейност по осъществяване на обществената поръчка бяха направени следните констатации относно съответствието на нормативите за качество¹⁵ за времето за пренасяне на пощенските пратки с резултатите от измерването на изпълнението им, а именно:

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

При норматив за качество по отношение на времето за пренасяне на вътрешни препоръчани пощенски пратки с предимство за Д+1¹⁶ - не по-малко от **80 %** от пощенските пратки и за Д+2 - не по-малко от **95 %** от пратките, на годишна база (2014 г.) резултатът от измерването е съответно **67,2%** и **90,3%**.

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

¹⁶ Д+ Обозначава деня за доставка на пощенските пратки

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.	Резултати 2014 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	47,9%	50,7%	67,2%
Д+2	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	72,8%	75,6%	90,3%

Видно от горната таблица, нормативите за качество по отношение на времето за пренасяне на вътрешни препоръчани пощенски пратки с предимство и през 2014 г. все още не са постигнати, но резултатите се движат във възходяща линия, като най-значително подобрение се наблюдава през 2014 г. в сравнение с 2013 г.: за Д+1 със 17 процентни пункта, а за Д+2 - с 15 процентни пункта.

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

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2013 г.	Резултати ¹⁷ 2014 г.
Д+2	Не по-малко от 80% от кореспондентските пратки	81%	87.3%
Д+3	Не по-малко от 95% от кореспондентските пратки	90,4%	94.8%

По отношение на измерените резултати за времето за пренасяне на вътрешни препоръчани пощенски пратки прави впечатление, че резултатите от измерването са значително по-добри от тези за пратките с предимство. Нормативите са постигнати. В сравнение с 2013 г., през 2014 г. за Д+2 се наблюдава подобрение с 6,3 процентни пункта, а за Д+3 – с 4,4 процентни пункта.

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

¹⁷ Резултатите за пратките без предимство са само за 2013 и 2014 г., тъй като измерванията за този вид пратки се извършват от 2 години.

табличен вид с коментари и пояснения в Приложение 1 „Други резултати от измерване на качеството на УПУ” към доклада.

3. Обезпечаване на пощенската сигурност

Пощенската сигурност способства за качествено предоставяне на пощенски услуги, насочена е към предотвратяване и ограничаване на материалните и финансовите щети, понасяни от пощенските оператори и потребителите и накрая, като не на последно място, представлява важен фактор в борбата срещу тероризма. Обвързаността на българската с международната пощенска система определя значимостта при обезпечаването на пощенската сигурност на национално ниво, което 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 на:

- посягателствата върху пощенските пратки от страна на външни лица и служители на пощенските оператори;
- посягателствата срещу безопасността на персонала, сградите и имуществото на пощенските оператори;
- пренасянето чрез пощенските пратки на забранени и опасни стоки, предмети и вещества;
- използването на неистински и невалидни пощенски марки, пощенски продукти с отпечатан знак за цената за заплащане на универсална пощенска услуга, пощенски печати и клейма, пощенски формуляри и документи и др.;
- изпирането на пари чрез националната пощенска инфраструктура.

Във връзка с разпоредбата на чл. 13, т. 4 от Наредба № 6, пощенските оператори разработват вътрешни правила за действие на служителите при съмнение за наличие в пощенските пратки на оръжия, боеприпаси, пиротехнически изделия, взривни, запалителни или други опасни вещества и предмети. По данни от годишните въпросници, 39 оператора са декларирали наличието на такива правила. Правилата по чл. 13, т. 4 се съгласуват с компетентните органи на Министерството на вътрешните работи и Държавна агенция „Национална сигурност” (ДАНС). По сведения на ДАНС, към 20.04.2015 г., дружествата с приети и утвърдени вътрешни правила по чл. 13, т. 4 от Наредба № 6 са 16 на брой, а именно: БП, „Тип Топ куриер” АД, „Лео експрес” ЕООД, „МИБМ Експрес” ООД, „Флайинг карго България” ООД, „Спиди” АД, „Европът – 2000” АД, „Арамекс интернешънъл куриър” ООД, „Ин тайм” ООД, „Уърлд куриер България” ЕООД, „ТНТ България” ЕООД, „Ди ейч ел България” ЕООД, „Орбит” ЕООД, „Дер куриер” ООД, „Рапидо експрес енд лоджистикс” ООД и „Колбис – международен трансфер” АД. Два оператора – „Куриер тудей” ООД и „Велит” ЕООД са със стартирана процедура за съгласуване на правилата.

Превантивните мерки, които най-често се предприемат от пощенските оператори за недопускане в пощенската мрежа на забранени предмети и вещества, са: физически контрол и опаковане на пратките в присъствието на служител на оператора; декларация

от клиента; периодичен инструктаж на служителите; подготовка и разпространение на информационни материали, посочващи признаци за наличие на забранени предмети и вещества. Все повече се използва и видеонаблюдение, особено от по-големите оператори. Продължава практиката на изготвяне или осъвременяване на инструкции за охрана и опазване на пощенските пратки, а БП са разработили правила за действие и поведение на служителите при анонимна заплаха за поставено взривно устройство.

От забранените за влягане 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; акцизни стоки – тютюн, алкохол без бандерол; пари.

Незначителен брой оператори могат да си позволят покупката на технически средства и софтуер за защита на пощенския трафик и по -голямата част от тях сключват договори за ползване на устройства под наем. Операторите, които са посочили, че разполагат със собствени технически устройства и софтуер, са „Български пощи“ ЕАД, „Спиди“ АД „Ди Ейч Ел Експрес България“ ЕООД и „ТНТ България“ ЕООД. Дружествата „Тип Топ куриер“ АД, „МИБМ Експрес“ ООД и „Стар пост“ ООД са посочили, че имат сключени договори с „Български пощи“ ЕАД за ползване по възмезден начин на технически средства и софтуер на задължения оператор.

Пощенските оператори, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи“, са длъжни, съгласно условията на издадената им индивидуална лицензия, да изготвят вътрешни правила за контрол и предотвратяване изпирането на пари, които се утвърждават от председателя на ДАНС. По сведения на ДАНС, към 20.04.2015 г., почти всички пощенски оператори, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи“, са изпълнили горното лицензионно задължение.

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 2014 г. от оправомощени служители на КРС са извършени общо 60 инспекторски проверки, от които:

- 19 инспекторски проверки на БП, като пощенски оператор със задължение за извършване на УПУ;
- 8 инспекторски проверки на четири оператора, лицензирани за извършване на услуги от обхвата на УПУ, относно осъществяване на дейност;
- 4 инспекторски проверки на оператори, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи“, относно осъществяване на дейност;
- 29 инспекторски проверки на оператори на неуниверсални пощенски услуги, относно осъществяване на дейност и непредоставяне на информация, изискана от КРС за дейността им през 2013 г.

Освен това са били осъществени 21 инспекторски проверки по 12 бр. жалби. Въз основа на анализ на резултатите от проверките са направени изводи, че 3 от жалбите са неоснователи, а 9 бр. – основателни, като допуснатите нарушения са свързани основно с недоставени или грешно доставени пратки.

През 2014 г. са съставени 15 акта за установяване на административни нарушения в областта на пощенските услуги и са издадени 9 наказателни постановления (НП), както следва: 8 НП за нарушение на чл. 105а от ЗПУ и 1 НП за нарушение на 105б. Издадени са и 2 резолюции за прекратяване на административнонаказателни производства.

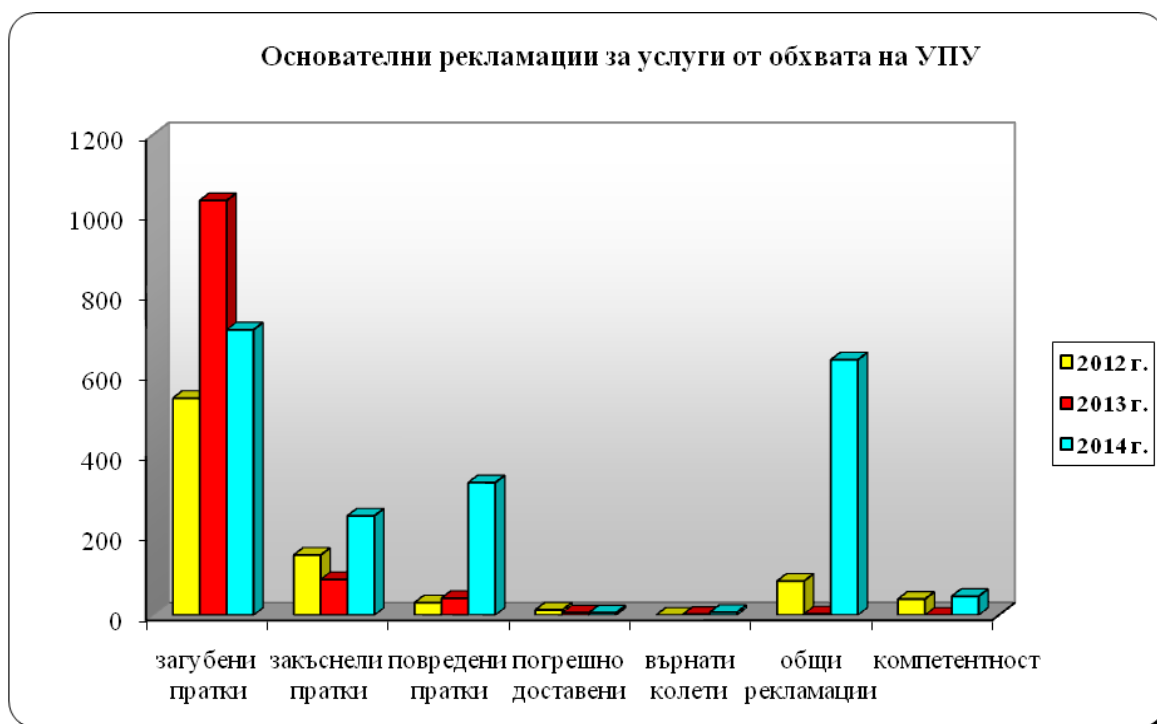
По отношение защитата интересите на потребителите, КРС използва два инструмента – съгласуването на Общите условия на договора с потребителите на пощенски услуги (Общи условия) и правото на потребителите да подават жалби и сигнали до Комисията. През изтеклата 2014 г. КРС съгласува Общите условия на 12 пощенски оператори. Разгледани са 117 жалби/сигнали от страна на потребители на пощенски услуги срещу пощенски оператори. От общо подадените жалби, 20 са били основателни и исканията на жалбоподателите са удовлетворени. Останалите 97 жалби са били неоснователни.

През 2014 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 9594 броя рекламации, от тях 1991 основателни. В таблицата по-долу са представени данни за броя и разпределението на рекламациите за вътрешни и международни пратки според причинителите за 3-годишен период.

Разпределение на основателните рекламации според причинителите	Брой					
	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
	вътрешни	международни	вътрешни	международни	вътрешни	международни
Подадени рекламации (общо), в това число:	403	458	210	990	1314	677
за загубена пратка	103	439	59	977	84	629
за пратка, доставена със закъснение	145	5	89	0	248	0
за повредена или с липсващо съдържание (изцяло или частично) пратка	27	4	32	10	316	15
за погрешно доставена пратка	13	0	4	2	3	3
за върнат пощенски колет с липсващ мотив за недоставяне	0	0	1	1	0	7
обща рекламации (рекламации, основаващи се на общо неудовлетворение от услугите на оператора)	75	10	3	0	615	23
относно поведението и компетентността на пощенски служители	40	0	0	0	47	0

Разпределение на основателните рекламации според причинителите	Брой					
	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
	вътрешни	международни	вътрешни	международни	вътрешни	международни
относно обработването на рекламация	0	0	0	0	1	0
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.	бр.	лв.	бр.	лв.
	502	40 323	1047	75 676	1043	82 100

Общо броят на подадените рекламации през 2014 г. спрямо 2013 г. е нараснал с 11,5%, а броят на счетените за основателни рекламации - с 66%. След като през 2013 г. спрямо 2012 г. близо два пъти са се увеличили броят на рекламациите, приключили с изплащане на обезщетение, както и сумата на изплатените обезщетения, през 2014 г. спрямо 2013 г. броят на рекламациите, приключили с изплащане на обезщетение е почти без промяна. Незначително е нараснала сумата на изплатените обезщетения – с 8,5%.



Фиг. 17 Източник: Данни, подадени в КРС

Графиката по-горе онагледява динамиката в изменението на разпределението на рекламациите според причинителите за 3-годишен период от време.

От данните в таблицата и графиката по-горе е видно, че през разглеждания тригодишен период с най-голям дял от счетените за основателни рекламации неизменно са тези за загубени пратки. Пикът на рекламации за загубени пратки е през 2013 г., когато те

формират 86% от броя на подадените основателни рекламации. През 2014 г. делът им от общия брой основателни рекламации значително намалява – 36%, като се променя и цялостната структура на разпределение на рекламациите.

През изминалата година значително нараства броят на повредените или с липсващо съдържание пратки – почти 8 пъти в сравнение с 2013 г., а делът им от общия брой основателни рекламации достига 17%.

След спад в броя на общите рекламации (основаващи се на общо неудовлетворение от услугите на операторите) през 2013 г. спрямо 2012 г., през 2014 г. техният брой рязко и драстично се увеличава – от 3 бр. на 638 бр. През изтеклата година, с дял от 32%, почти равен на дела на загубените пратки, общите рекламации заемат второ място сред основателните рекламации.

След спад от 40% през 2013 г. спрямо 2012 г., през 2014 г. броят на рекламациите за пратки, доставени със закъснение, е нараснал близо 3 пъти спрямо 2013 г.

Наличието само на една жалба 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.

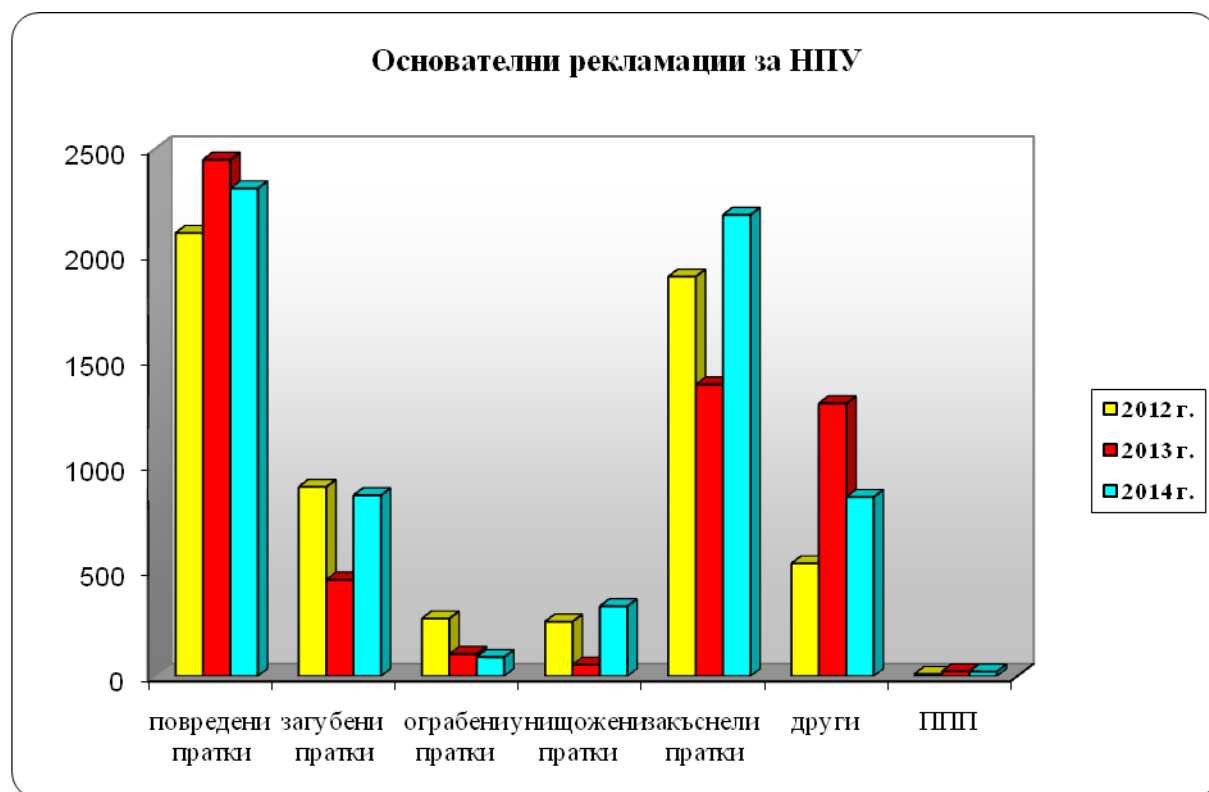
По данни от годишните въпросници на операторите, лицензирани за извършване на услугата „пощенски парични преводи” и регистрирани за извършване на НПУ, през 2014 г. общият брой на подадените рекламации е 9776 и той се е увеличил спрямо този през 2013 г. с 9%, докато през 2013 г. общият брой на подадените рекламации е бил 8991, като е намалял спрямо този през 2012 г. с 11%. Броят на счетените за основателни рекламации през 2014 г. е 6647 и той се е увеличил спрямо предходната година с 15%, докато през 2013 г. е намалял с 3% спрямо 2012 г. През разглеждания период се наблюдава ежегоден ръст в броя на приключилите с изплащане на обезщетение рекламации – с 27% през 2013 г. спрямо 2012 г. и със 17% през 2014 г. спрямо 2013 г., респективно на изплатените обезщетения – с 47% през 2013 г. спрямо 2012 г. и с минималните 2% през 2014 г. спрямо 2013 г.

В таблицата по-долу е показано разпределение на основателните рекламации според причинителите им за 3-годишен период.

Разпределение на основателните рекламации според причинителите	Брой		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Подадени рекламации (общо), в това число:	5967	5762	6647
за повредена пратка	2101	2448	2312
за загубена пратка	897	457	857
за ограбена пратка	273	105	90
за унищожена пратка	258	54	331
за пратка, доставена със закъснение от	1894	1383	2187

Разпределение на основателните рекламации според причинителите	Брой					
	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
посочения срок						
други	534		1293		849	
за пощенски парични преводи	10		22		21	
Рекламации, приключили с изплащане на обезщетение	бр.	лв.	бр.	лв.	бр.	лв.
	3047	407 840	3866	601 518	4511	611 785

От данните в горната таблица, онагледени в графиката по-долу е видно, че и през трите години на разглеждания период с най-голям дял от счетените за основателни рекламации са подадените рекламации за повредени пратки, както и тези за пратки, доставени със закъснение. Броят на рекламациите за повредени пратки се запазва относително постоянен – увеличение с 16,5% през 2013 г. спрямо предходната година и намаление с 5,5% през 2014 г. спрямо 2013 г. За сметка на това броят на рекламациите за закъснели пратки рязко варира – от спад с 27% през 2013 г. спрямо 2012 г. до нарастване с 58% през 2014 г. спрямо 2013 г.



Фиг. 18 Източник: Данни, подадени в КРС

Значителни изменения през периода се наблюдават и в броя на рекламациите за загубени и унищожени пратки, а също и подадени по „други” причини.

КРС внимателно следи и анализира причините за подадените към Комисията рекламации. По преценка на КРС, на операторите се обръща внимание за предприемане на мерки в определени насоки. Контактът и познаването на нарастващите изисквания на потребителите, които все по-настойчиво търсят правата си, са в основата на изключителното внимание и повишени изисквания при съгласуването на Общите условия на договора с потребителите на пощенски услуги.

V. Заключение – прогнози за развитие на пощенските услуги през 2015 г.

През последните няколко години ясно изразена тенденция не само в България, но и на европейско и световно ниво е към намаляване обемите на писмовните пратки, които са сърцевината на пощенските услуги. Това поставя на дневен ред преосмислянето на досегашния пощенски модел и поражда въпроси: Как пощенски оператор да остане конкурентноспособен, задоволявайки клиентите на територията на цялата страна и осигурявайки качествена универсална услуга? Как да се реагира на нарастващото заместване между традиционната поща на хартия и електронната поща?

Залогът е поддържането на равновесие между устойчивото развитие на един пощенски пазар, изцяло отворен за конкуренция, и запазването на универсалната пощенска услуга, предлагаща качествени и на достъпни цени услуги, отговарящи на нуждите на потребителите.

Все още несигурната икономическа среда и намаляващите обеми писмовни пратки крият не само заплахи, но и възможности. Пощенските оператори би следвало да преосмислят дейността си, което вече е факт при някои от тях, за да продължат да бъдат конкурентноспособни. Пътищата за модернизация са различни, независимо дали се разчита на оптимизация на пощенската верига, диверсификация на дейностите или на подобряване на взаимодействието със средствата за електронна комуникация. В днешни дни електронните и пощенските комуникации и услуги се конкурират, но и се допълват: електронна и физическа поща изпълняват допълващи се функции, а интернет се превръща в средство за увеличаване обемите на колетите и куриерските услуги, вследствие развитието на електронната търговия.

Анализът на пощенския пазар в България, създадените условия за развитие на конкуренцията са отчетени в прогнозите на пощенските оператори за развитието на пощенските услуги през 2015 г. Въз основа на прогнозите могат да се очертаят следните тенденции:

- Намаляване дела на задължения пощенски 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;
- Увеличаване броя на операторите, лицензирани за предоставяне на услуги от обхвата на УПУ и пощенски парични преводи;
- Нарастване на пратките и приходите на пощенските оператори, генерирани от електронната търговия;
- Увеличаване броя на пощенските оператори, които ще предоставят услуги, свързани със сайтовете за електронна търговия;
- Реализираните приходи от куриерските услуги в значителна степен да определят развитието на пощенския пазар.

Други резултати от измерване на качеството на УПУ

1. Време за пренасяне на вътрешни колетни пратки

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.	Резултати 2014 г.
Д+1	Не по-малко от 80% от колетните пратки	90,7%	89,7%	92,6%
Д+2	Не по-малко от 95% от колетните пратки	99,6%	99,5%	99,8%

Резултатите за времето за пренасяне на вътрешни колетни пратки са от измервания на задължения оператор. Видно от горната таблица, нормативите не само се изпълняват, но и резултатите надхвърлят зададените нормативи. Необходимо е обаче да се обърне внимание върху факта, че измерването и отчитането параметрите на качеството за времето за пренасяне по вътрешната пощенска верига се осъществява чрез методи, описани в „Инструкция за прилагане на нормативите за качество на УПУ” в „Български пощи” ЕАД, а не чрез изработени от CEN¹⁸ стандарти.

2. Време за пренасяне на международни пощенски пратки

Времето за пренасяне от „край до край” на международните приоритетни пратки се измерва чрез системата UNEX, към която БП е присъединено от началото на 2008 г. През 2014 г. системата е обхванала в измерванията си пощенските оператори със задължение за извършване на УПУ от 28-те страни-членки на ЕС, както и Исландия, Норвегия и Швейцария. Организирана е съгласно разпоредбата на Директива 97/67ЕО за независимо измерване на времето за пренасяне “от край до край”, а измерванията са осъществени съобразно изискванията на стандарт EN 13850:2012. Получените резултати са официални за всички оператори и са база за разчитанията между тях.

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

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.	Резултати 2014 г.
Д+3	Не по-малко от 85% от пощенските пратки	56,3%	44%	32,7%
Д+5	Не по-малко от 97% от пощенските пратки	89,3%	81,9%	76%

¹⁸ Европейски институт за стандартизация

Сравнението на резултатите за тригодишен период показва, че тенденцията за неизпълнение и на двата показателя по този норматив не само продължава, но и се задълбочава. С цел подобряване възможностите за диагностика на критичните места при пренасяне на международната поща, на територията на летище София в Разменната пощенска станция – Аерогара и в карго терминала на „Авиешън сървисиз България” ООД е монтирано и пуснато в действие RFID оборудване. Оборудването е доставено по проект, финансиран от фонда за подобряване на качеството QSF на Всемирния пощенски съюз (ВПС). Освен това, от месец октомври 2014 г. БП са присъединени към Глобалната система за измерване на качеството (GMS) на ВПС, даваща възможност за измерване на качеството със страни извън Европейския съюз. Системата е част от подготовката и стратегията на ВПС за преминаване към разплащане между пощенските оператори, обвързано с постигнатото качество.

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

Време за пренасяне от край до край	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.	Резултати 2014 г.
Д+5	Не по-малко от 80% от пощенските пратки	75,8%	80,4%	71,8%
Д+7	Не по-малко от 95% от пощенските пратки	94%	97%	93,3%

В сравнение с предходната година и при този норматив има отстъпление в резултатите, по-значително за показателя Д+5.

3. Срокове за обработка на рекламации

Нормативен срок за обработване на рекламациите	Нормативи за качество на услугата	Резултати 2012 г.	Резултати 2013 г.	Резултати 2014 г.
30 дни за вътрешни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	95,2%	99%	99%
90 дни за международни пощенски услуги	Не по-малко от 90% от рекламациите	94,5%	97,2%	98,2%

Видно от горната таблица, нормативите не само се изпълняват, но и резултатите са значително по-високи от заложените нормативи.