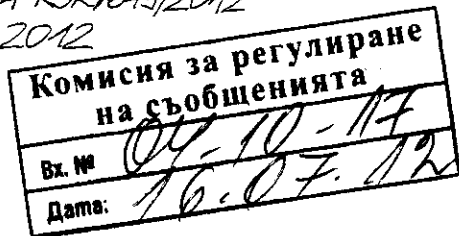


УВР-934 КЗК/649/2012  
13.07.2012



ДО  
Д-Р ВЕСЕЛИН БОЖКОВ  
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА  
КОМИСИЯ ЗА РЕГУЛИРАНЕ  
НА СЪОБЩЕНИЯТА  
ул. „Гурко” № 6  
София 1000

УВАЖАЕМИ Д-Р БОЖКОВ,

Уведомявам Ви, че с Решение № 792/12.07.2012 г. по преписка КЗК-649/04.07.2012 г. Комисията за защита на конкуренцията, на основание чл. 60, ал. 1, т. 20, във връзка с чл. 8, т. 12 от ЗЗК и чл. 150, ал. 3 от ЗЕС, прие становище относно Проект на Методика за условията и реда за определяне, анализ и оценка на съответните пазари и критериите за определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара.

Приложено Ви изпращам гореспоменатото решение, което е публикувано и в електронния регистър на КЗК на адрес: <http://reg.cpc.bg/>.

Приложение: съгласно текста.

С уважение,



  
ПЕТРО НИКОЛОВ  
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КЗК

**РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ**  
**КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

**РЕШЕНИЕ**

**№ 792**

**гр. София, 12.07.2012 г.**

Комисията за защита на конкуренцията в състав:

**ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

Петко Николов

**ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

Ангелина Милева

**ЧЛЕНОВЕ:**

Александър Александров

Елена Димова

Зорница Иванова

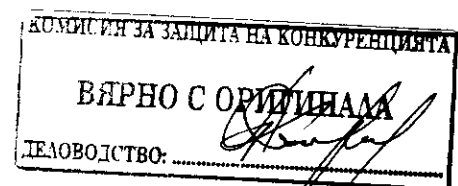
Петя Велчева

при секретар – протоколист Милена Емилова, разгледа в закрито заседание на 12.07.2012 г. преписка № КЗК-649/2012 г., докладвана от члена на Комисията г-н Александър Александров.

В Комисията за защита на конкуренцията (КЗК) е образувано производство по преписка № КЗК-649/04.07.2012 г. на основание чл. 38, ал. 1, т. 8 от Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК), във връзка с чл. 150, ал. 3 от Закона за електронните съобщения (ЗЕС) по искане на Комисия за регулиране на съобщенията (КРС) за съгласуване на Проект на *Методика за условията и реда за определяне, анализ и оценка на съответните пазари и критериите за определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара*<sup>1</sup>.

Въз основа на извършен анализ и на основание чл. 60, ал. 1, т. 20, във връзка с чл. 8, т. 12 от ЗЗК и чл. 150, ал. 3 от ЗЕС, Комисията за защита на конкуренцията приема следното

<sup>1</sup> Приет с Решение на КРС № 1486/15.06.2012 г.





## СТАНОВИЩЕ

относно

### **Проект на Методика за условията и реда за определяне, анализ и оценка на съответните пазари и критериите за определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара**

Съгласно чл. 150, ал. 2 от ЗЕС условията и редът за определяне, анализ и оценка на съответните пазари и критериите за определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара се определят с методика, която се изготвя от КРС съгласувано с КЗК в съответствие с общите принципи на конкурентното право и съобразно правото на Европейския съюз<sup>2</sup>.

Проектът на Методика има за цел да замени действащата в момента *Методика за условията и реда за определяне, анализ и оценка на съответните пазари и критериите за определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара*<sup>3</sup>.

Проектът на Методика предвижда с нея да се регламентират условията и редът за извършване на анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги. В нея се съдържат критериите за дефиниране на съответен пазар, състоящ се от продукти и географски пазар. При определяне на продуктов пазар е предвидено да се изследва взаимозаменяемост при търсенето и взаимозаменяемост при предлагането, а при определянето на географски пазар се отчитат най-вече покритието по територия на обществените електронни съобщителни мрежи и наличието на еднакви законови и регулаторни изисквания. Предвижда се и възможност за изследване на верижна взаимозаменяемост, при която две мрежи или услуги не са директно взаимозаменяеми, но всяка от тях е взаимозаменяема с трета мрежа или услуга.

Проектът на Методика съдържа и критериите за оценка за наличието на ефективна конкуренция и определяне на предприятия със самостоятелно или съвместно значително въздействие върху съответните пазари. Проектът предвижда и обстоятелствата, при които дадено предприятие може да бъде определено за предприятие със значително въздействие на свързан пазар.

#### **По чл. 31, т. 12 от Проекта**

В чл. 31, т. 12 от Проекта на Методика е предвидено при установяването на наличие на предприятие със значително въздействие върху пазара да бъде взето предвид и наличието на правни или икономически бариери за навлизане на съответния пазар. В поясняването на различните видове бариери се посочва, че те могат да възникнат в резултат на стратегическо поведение на предприятията, което може да бъде ценово и неценово. Сред примерите за такова поведение, свързано с цените, са посочени хищническо ценообразуване, ценова преса и ценова дискриминация.

Като се отчете, че посочените типове поведение представляват форми на злоупотреба с господстващо положение и съответно установяването им попада в

<sup>2</sup> Вж. чл. 150, ал. 3 от ЗЕС

<sup>3</sup> Приета с ПМС № 40 от 28.02.2008 г. Обн. ДВ. бр.27 от 11 Март 2008 г.



правоомощията на КЗК по чл. 21 от ЗЗК, както и че КРС е оправомощена да анализира пазара за нуждите на *ex ante* регулирането, КЗК счита, че е удачно в Методиката да се уточни, че КРС анализира възможността за възникване на подобно поведение. За целта текстът в Методиката би могъл да придобие следната редакция: „...*трябва да се анализира възможността за възникване на стратегически бариери в резултат на стратегическото поведение на предприятията...*”.

#### **По чл. 31, т. 4 и чл. 32, т. 5 от Проекта**

Съгласно чл. 31, т. 4 и чл. 32, т. 5 от Проекта на Методика при оценка на критерия „*недостатъчна или слаба покупателна способност (на конкурентните предприятия)*” се отчита „*дали дадено предприятие има потребители със силни позиции при водене на преговори, които упражняват значително въздействие върху конкуренцията и ограничават способността на предприятието да следва поведение независимо от своите потребители*”.

От описателната част на разпоредбата става ясно, че тя се отнася до пазарно положение на предприятията, което се характеризира със „сила на купувача” (buyer power), а използваното понятие „покупателна способност (на конкурентните предприятия)” не съответства на терминологията на правото на конкуренцията. В тази връзка и предвид действителния смисъл и съдържание, вложени в тази част на проекта на Методика, КЗК счита, че е необходимо посоченото понятие да бъде заменено с конкурентноправния термин „сила на купувача”.

#### **По чл. 19, т. 1, чл. 21 и чл. 22 от Проекта**

С оглед постигане на по-голяма яснота по отношение на разграничаването между купувачите на едро и крайните потребители, КЗК предлага в текстовете на чл. 19, т. 1, чл. 21 и чл. 22 от Проекта, описващи концепцията за значително въздействие на пазара, изразът „*независимо от конкуренти, потребители и крайни потребители*” да добие следната редакция: „*независимо от конкуренти, клиенти и крайни потребители*”, тъй като по този начин посочените разпоредби биха съответствали в пълна степен на стандартната терминология на националното и европейското право на конкуренцията, според която съществуват разлики между понятията „клиенти” и „потребители”.

#### **По чл. 31 от Проекта**

Съгласно чл. 31 от Проекта на Методиката „*за установяване наличието на предприятие със значително въздействие върху пазара, комисията извършва анализ на характеристиките на съответния пазар, като наред с пазарния дял на предприятието взема предвид критерии като:*”

1. общ размер на предприятието;
2. контрол върху инфраструктурата, която не може лесно да бъде дублирана;
3. технологични предимства или превъзходство и/или достигнато технологично ниво на развитие на мрежата;
4. недостатъчна или слаба покупателна способност на конкурентните предприятия;



5. лесен или привилегирован достъп до капиталовите пазари и финансови ресурси;
6. наличие на продуктово разнообразие;
7. наличие на икономии от мащаба;
8. наличие на икономии от обхвата;
9. наличие на вертикална интеграция;
10. добре развита дистрибуторска и пласментна мрежа;
11. липса на потенциална конкуренция;
12. наличие на правни или икономически бариери за навлизане на съответния пазар.

В по-голямата си част, посочените в тази разпоредба аналитични критерии не представляват „характеристики на съответния пазар”, а се отнасят пряко до пазарното положение на предприятието на съответния пазар. Поради това КЗК предлага посочената формулировка да бъде прецизирана по следния начин: „за установяване наличието на предприятие със значително въздействие върху пазара, комисията извършва анализ на съответния пазар и на пазарното положение на предприятието, като наред с пазарния му дял взема предвид критерии като: ...”.

#### **По чл. 32, т. 2 от Проекта**

Съгласно чл. 32 от Проекта на Методиката „за установяване наличието на съвместно значително въздействие на две или повече предприятия върху пазар, което е вероятно да възникне на него, когато той е концентриран, комисията извършва анализ на характеристиките на съответния пазар като взема предвид критерии като:

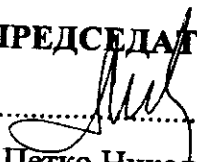
1. ....
2. сходни пазарни дялове на предприятията, определени за предприятия със съвместно господстващо положение”

Формулирана по този начин, разпоредба съдържа вътрешно логическо противоречие, тъй като за да се установи наличието на съвместно значително въздействие се вземат предвид пазарните дялове на предприятията, които вече са били определени за предприятия със съвместно господстващо положение. Комисията предлага т. 2 да бъде редактирана, за да се преодолее логическото ѝ противоречие.


Освен това, следва да бъде поставен и въпросът за използвания в чл. 32, т. 2 термин „господстващо положение”. Във всички останали разпоредби на Проекта се използва терминът „значително въздействие”. Макар по същество тези понятия да се основават на общи критерии за оценка в контекста на една и съща правна концепция, Комисията смята за удачно навсякъде в Методиката да се използва само терминът „значително въздействие”.

Въз основа на гореизложеното Комисията за защита на конкуренцията предлага на КРС да отрази направените предложения в окончателния текст на Методика за условията и реда за определяне, анализ и оценка на съответните пазари и критериите за определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара.

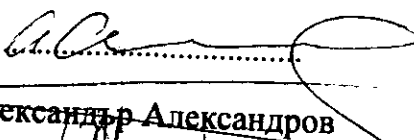
**ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

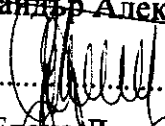
  
.....  
Петко Николов

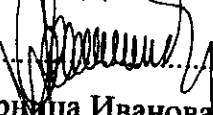
**ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

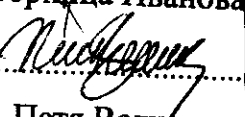
  
.....  
Ангелина Милева

**ЧЛЕНОВЕ:**

  
.....  
Александър Александров

  
.....  
Елена Димова

  
.....  
Зорница Иванова

  
.....  
Петя Велчева

КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА  
ВЯРНО С ОРИГИНАЛА  
ПРЕДВОДИТЕЛСТВО: 