



ДО  
КОМИСИЯТА  
ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СЪОБЩЕНИЯТА  
УЛ. „ГЕН. Й. ВЛ. ГУРКО“ № 6  
ГР. СОФИЯ 1000

ОТ

“А1 БЪЛГАРИЯ” ЕАД, ЕИК: 131468980,  
адрес: 1309 София, ул. “Кукуш” № 1,

На Вниманието на: г-н Иван Димитров – председател

*Относно: Обществено обсъждане на проект на решение за изменение и допълнение 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, обн., ДВ, бр. 89 от 13.11.2012 г., изм. и доп., бр. 101 от 7.12.2018 г.*

**УВАЖАЕМИ Г-Н ДИМИТРОВ,**

На интернет страницата на Комисията за регулиране на съобщенията е публикуван проект на решение за изменение и допълнение 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, обн., ДВ, бр. 89 от 13.11.2012 г., изм. и доп., бр. 101 от 7.12.2018 г.. (Проекта/ Методиката). С оглед това и в определения срок, бихме искали да представим становището на “А1 България” ЕАД (А1), както следва:

Във връзка с предложените промени, по-долу предлагаме да бъдат направени следните допълнения и изменения в Проекта:

**1. §9 от Проекта**

Считаме, че предложената редакция на чл. 16, т.5 от Методиката, следва да се допълни, както следва:

*„т.5 географското проучване от Глава десета, Раздел V от Закона за електронните съобщения, което да е проведено не по-рано от 18 месеца преди извършването на анализа.“*

**Мотиви:**

Географското проучване за разгръщането на мрежите за широколентов достъп несъмнено би оказало влияние върху обективността и прецизността на един пазарен анализ, но

сме на мнение, че ако е направен много преди извършването на анализа на съответния пазар, то същият няма да отразява реалната пазарната ситуация в разглеждания период, в т.ч. и по отношение на информация събрана по реда на чл. 40 от ЗЕС.

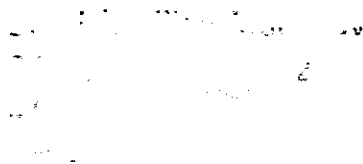
Нещо повече – възможно е едно географско проучване да попадне в два пазарни анализа, което неминуемо ще доведе до неточност на резултатите. Последното е породено от различните срокове, в които е предвидено да се извършват съответните производства, а именно:

- географско проучване – най-малко на три години (чл.181а ЗЕС);
- пазарни анализи – в рамките на до 5 години от определяне на специфични задължения (чл. 157а, т.1 ЗЕС).

Всичко това е напълно възможно да доведе до значителни дисбаланси на пазара, имайки предвид че плановете на предприятията за разгръщане на мрежите им могат да са част от географското проучване, а пък състоянието на икономиката и условията за инвестиции са от определящо значение за реализирането, актуализирането и изпълнението на тези плановете.

На последно място искаме да обърнем внимание и на политиките на ниво ЕС и в частност на ДАЕУ за повишаване на достъпността до електронни съобщителни услуги в слабо населени и отдалечени населени места. Предприеманите в този контекст мерки, несъмнено могат да влияят съществено на плановете на предприятията за разгръщане на мрежите в краткосрочен план, значително по-кратък от периодите на актуализиране на географските проучвания. Именно затова, считаме че е от изключителна важност географските проучвания да се ползват само ако отразяват реални и актуални данни.

С уважение:



Пълномощник на изпълнителните директори  
на „А1 България“ ЕАД