



КОМИСИЯ
ЗА РЕГУЛИРАНЕ
НА СЪОБЩЕНИЯТА

Определяне, анализ и оценка на пазарите на

**достъп до обществена телефонна мрежа в определено
местоположение**

**обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни
в определено местоположение**

Съдържание

I. Резюме	6
II. Въведение	10
1. Правна рамка	10
1.1. Европейска регулаторна рамка	10
1.2. Национално законодателство	13
2. Ред, условия и процедура по определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция	13
2.1. Определяне на пазарите	14
2.2. Анализ и оценка на съответния пазар	15
3. Определяне на предприятие със значително въздействие върху пазара и налагане на специфични задължения	15
4. Обхват на документа	16
III. Обществено обсъждане и консултации с Европейската комисия. Сътрудничество с Комисията за защита на конкуренцията	17
IV. Състояние на цялостния пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение	18
1. Участници на пазара	18
2. Предоставяни обществено достъпни телефонни услуги	21
3. Фиксирани телефонни постове на предприятията, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение	22
4. Приходи от предоставяне на обществени телефонни услуги в определено местоположение	26
V. Определяне на съответния пазар	29
1. Въведение	29
2. Пазари, подлежащи на ex-ante регулиране, според Препоръките за съответните пазари на ЕК от 2003 и 2007 г.	30
3. Прилагане на теста на трите критерия	32
3.1. Наличие на високи и непреходни бариери за навлизане на пазара	33
3.2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията	34
3.3. Недостатъчна ефективност на конкурентното право	37
3.4. Заключение	38
4. Съответен продуктов пазар	38
4.1. Взаимозаменяемост при търсене и предлагане	39
4.1.1. Видове достъп до обществена телефонна мрежа	41
4.1.2. Достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение	43

4.1.3. Достъп до обществена телефонна мрежа за домашни потребители и достъп до обществена телефонна мрежа за бизнес потребители	44
4.1.4. Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители	46
4.1.5. Достъп до фиксирана мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и достъп до мобилна наземна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа	47
4.1.6. Достъп до фиксирана мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и достъп до мрежа от вида „точка към много точки” и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мрежа от вида „точка към много точки”	50
4.1.7. Обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги	52
4.1.8. Повиквания към географски номера и повиквания към негеографски номера	53
4.1.9. Обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществени телефонни услуги, предоставяни чрез обществени телефони	54
5. Съответен географски пазар	55
6. Заключение	56
VI. Анализ и оценка на съответните пазари	58
1. Въведение	58
2. Критерии, използвани при анализа на ефективността на конкуренцията и определяне на предприятия със значително въздействие върху съответния пазар	58
3. Пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители и за бизнес потребители	59
3.1. Пазарен дял	59
3.2. Наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар	64
3.2.1. Икономии от мащаба	64
3.2.2. Икономии от обхвата	65
3.2.3. Наличие на вертикална интеграция	65
3.2.4. Контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана	66
3.3. Недостатъчна или слаба покупателна способност	67
3.4. Наличие на продуктово разнообразие	68
4. Пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни потребители и бизнес потребители	71

4.1. Пазарни дялове на предприятията, предоставящи обществено достъпни национални телефонни услуги в определено местоположение на домашни и бизнес потребители	71
4.2. Пазарни дялове на предприятията, предоставящи обществено достъпни международни телефонни услуги в определено местоположение на домашни и бизнес потребители	74
4.3. Наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар	76
4.3.1. Икономии от мащаба	76
4.3.2. Икономии от обхвата	77
4.3.3. Наличие на вертикална интеграция	77
4.4. Недостатъчна или слаба покупателна способност	78
4.5. Наличие на продуктово разнообразие	78
5. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара	79
5.1. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители	79
5.2. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители	80
VII. Определяне на специфични задължения	81
1. Изводи относно необходимостта от регулаторна намеса	81
1.1. На пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители и за бизнес потребители ...	81
1.2. На пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни потребители и бизнес потребители	81
2. Цели и принципи при избор на специфични задължения	82
3. Текущи задължения	82
4. Конкурентни проблеми	86
4.1. Прехвърляне на вертикални предимства	87
4.1.1. Отказ за съвместна търговия/отказ на достъп	88
4.1.2. Прехвърляне на неценови вертикални предимства	89
4.1.3. Прехвърляне на ценови вертикални предимства	93
4.2. Прехвърляне на хоризонтални предимства	95
4.3. Самостоятелно значително въздействие върху пазара	98
4.3.1. Издигане на бариери за навлизане на пазара	98
4.3.2. Експлоататорско поведение	99
4.3.3. Производствена неефективност	100
5. Налагане на конкретни специфични задължения	101
5.1. Задължения, налагани на ниво предоставяне на услуги на едро	102

5.1.1. Задължение за предоставяне на услугите избор на оператор за всяко повикване и избор на оператор на абонаментна основа (избор на оператор)	102
5.1.2. Задължение за предоставяне на услугата наемане/отдаване под наем на абонатни линии на едро (wholesale line rental WLR).	102
5.1.3. Задължение за равнопоставеност	104
5.1.4. Задължение за прозрачност	106
5.1.5. Задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро	108
5.1.6. Ценови ограничения	109
5.1.6.1. Ценови ограничения по отношение на услугата избор на оператор	109
5.1.6.2. Ценови ограничения по отношение на услугата наемане на абонатни линии на едро	111
5.2. Задължения, налагани на ниво предоставяне на услуги на дребно	111
5.2.1. Задължения за равнопоставеност	112
5.2.1.1. Забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет.....	114
5.2.1.2. Възможност за обвързване на услугите за достъп с другите предоставяни услуги в ценови пакет 90 дни след изпълнение на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро.....	115
5.2.2. Задължения за прозрачност	116
5.2.3. Ценови ограничения	118
5.2.3.1. Разделно счетоводство	118
5.2.3.2. Разходоориентирани цени, в т.ч. Система за определяне на разходите	121
5.2.3.3. Ценови таван	123
5.2.3.4. Предварително предоставяне информация за цените на регулираните електронни съобщителни услуги	124
6. Оценка на ефекта от налагане на специфичните задължения	125
7. Очаквано въздействие от предложените специфични задължения	125
VIII. Приложения	128

I. Резюме

Правна рамка

Новата европейска правна и регулаторна рамка 2002 е въведена в българското законодателство с приемането на Закона за електронните съобщения (ЗЕС), (Обн., ДВ, бр. 41 от 22.05.2007 г., изм. ДВ, бр. 109 от 2007 г. и ДВ, бр. 43 от 2008 г.) и Методиката 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. 27 от 11.03.2008 г.).

Съгласно техните разпоредби националният регулаторен орган в лицето на Комисията за регулиране на съобщенията (КРС) е длъжен периодично на всеки две години да анализира доколко е ефективна конкуренцията на пазарите на електронни съобщения, въз основа на което да осигури подходяща регулация в условията на променяща се пазарна среда. В периода до налагането на специфични задължения на предприятията, определени за такива със значително въздействие върху съответния пазар съгласно Закона за електронните съобщения в сила остават задълженията, наложени на предприятията съгласно Закона за далекосъобщенията (отм.).

Вземайки предвид разпоредбите на националното законодателство и Европейската регулаторна рамка и отчитайки специфичните особености на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в България, КРС обособява две групи пазари на дребно:

- достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, включваща:
 - достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители;
 - достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители.
- обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, включваща:
 - обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение;
 - обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение;
 - обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение;
 - обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение.

В рамките на анализа на всяка група пазари е извършена оценка дали е налице ефективна конкуренция или не и има ли предприятие/предприятия със значително въздействие върху съответния пазар, както и какви да бъдат специфичните задължения, които следва да бъдат наложени, продължени, променени и/или отменени.

Съгласно чл. 151 от Закона за електронните съобщения (чл. 6 и 7 от Директива 2002/21/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 7 март 2002 г. за обща регулаторна рамка за електронни съобщителни мрежи и услуги и принципите на

конкурентното право), проектът на решение на КРС, с което се определя съответният пазар, анализът и оценката дали е налице ефективна конкуренция, включително определянето на предприятие/предприятия със значително въздействие върху съответния пазар и специфичните задължения, които трябва да бъдат наложени, продължени, променени и/или отменени, следва да бъде публикуван за обществено обсъждане и изпратен за становище до Комисията за защита на конкуренцията (КЗК), до Европейската комисия и до другите национални регулаторни органи на държавите-членки на Европейския съюз.

Пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители

Съответните продуктови пазари, определени от КРС и разгледани в Раздел V, т. 2 на настоящия анализ са:

1. Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители – включващ следните видове достъп до обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят услуги в определено местоположение на домашни потребители: аналогов, ISDN, чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, безжичен;

2. Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители – включващ следните видове достъп до обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят услуги в определено местоположение на бизнес потребители: аналогов, ISDN, чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, безжичен.

Географският обхват на всеки от разглежданите съответни пазари е територията на Република България.

В резултат на извършения пазарен анализ, имащ за цел да оцени наличието на предпоставки, възпрепятстващи ефективната конкуренция на разглежданите пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, КРС достигна до заключението, че следва да определи „Българска телекомуникационна компания” (БТК) АД за предприятие със значително въздействие върху пазара.

Заключението е направено въз основа на анализ съгласно следните четири критерия:

- пазарен дял на „БТК” АД, изчислен на база брой постове и приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение;
- наличие на високи и непреходни бариери за навлизане и разширяване на разглеждания пазар, свързани с:
 - икономии от мащаба и обхвата;
 - вертикална интеграция;
 - инфраструктура, която не може лесно да се дублира;
- недостатъчна или слаба покупателна способност; и
- наличие на продуктово разнообразие.

Пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители

Съответните продуктови пазари, определени от КРС и разгледани в Раздел V, т. 2 на настоящия анализ са:

3. Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение, включващ следните услуги:

- селищни повиквания от географски номер на домашни потребители към друг географски номер;

- междуселищни повиквания от географски номер на домашни потребители към друг географски номер;

- повиквания от географски номер на домашни потребители към негеографски номер (мобилен номер, номер за предоставяне на услуги чрез обществена мрежа от неподвижна радиослужба от вида „точка към много точки”, номер, определен от кодове за достъп до национални негеографски услуги 700, 800 и 90 и кратки национални кодове с първа цифра „1”);

4. Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение, включващ повиквания от географски номер на домашни потребители към номера, принадлежащи към националните номерационни планове на други страни;

5. Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение, включващ следните услуги:

- селищни повиквания от географски номер на бизнес потребители към друг географски номер;

- междуселищни повиквания от географски номер на бизнес потребители към друг географски номер;

- повиквания от географски номер на бизнес потребители към негеографски номер (мобилен номера, номер за предоставяне на услуги чрез обществена мрежа от неподвижна радиослужба от вида „точка към много точки”, номер, определен от кодове за достъп до национални негеографски услуги 700, 800 и 90 и кратки национални кодове с първа цифра „1”);

6. Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение, включващ повиквания от географски номер на бизнес потребители към номера, принадлежащи към националните номерационни планове на други страни.

Географският обхват на всеки от разглежданите съответни пазари е територията на Република България.

В резултат на извършения пазарен анализ, имащ за цел да оцени наличието на предпоставки, възпрепятстващи ефективната конкуренция на всеки от разглежданите пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, КРС достигна до заключението, че следва да определи „Българска телекомуникационна компания” (БТК) АД за предприятие със значително въздействие върху пазара.

Заключението е направено въз основа на анализ съгласно следните четири критерия:

- пазарен дял на „БТК” АД, изчислен на база трафик (минути) и приходи от предоставяне на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение;

- наличие на високи и непреходни бариери за навлизане и разширяване на разглеждания пазар, свързани с:
 - икономии от мащаба и обхвата;
 - вертикална интеграция;
- недостатъчна или слаба покупателна способност; и
- наличие на продуктово разнообразие.

Изводите, направени при анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители и на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители сочат, че на съответните пазари не е установено наличие на ефективна конкуренция, което дава основание на КРС да наложи на „БТК“ АД като предприятие със значително въздействие върху пазара следните специфични задължения:

Задължения на ниво предоставяне на услуги на едро:

- Задължение за предоставяне на услугата „избор на оператор“ и/или „избор на оператор на абонаментна основа“;
- Задължение за достъп до и използване на специфични мрежови съоръжения, включително Типово предложение за наемане на абонатни линии под наем;
- Задължение за прозрачност;
- Задължение за равнопоставеност (недискриминация);
- Задължение за разделно счетоводство;
- Задължение за ценови ограничения.

Задължения на ниво предоставяне на услуги на дребно:

- Задължение за равнопоставеност (недискриминация);
 - забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет,
 - забрана за обвързване на услугите за достъп с другите предоставяни от „БТК“ АД услуги на крайните потребители
 - възможност за обвързване на услугите за достъп с другите предоставяни услуги в ценови пакет 90 дни след изпълнение на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро;
- Задължение за прозрачност;
- Задължение за разделно счетоводство;
- Задължение за ценови таван;
- Предварително предоставяне на информация за цените на регулираните електронни съобщителни услуги.

Определянето на специфични задължения, тяхното описание и причините за налагането им на предприятието със значително въздействие върху пазара са разгледани в Раздел VII на документа.

II. Въведение

1. Правна рамка

1.1. Европейска регулаторна рамка

Определянето, анализът и оценката на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, които държавите-членки на Европейския съюз (ЕС) извършват, са инструмент, чрез който се доразвива започналата през 1998 г. политика за либерализация на далекосъобщителния пазар и прилагането на правилата за конкуренцията от Договора за Европейската общност в сектора. Еднозначното провеждане на тази политика в целия ЕС е гарантирано от достиженията на правото на ЕС (*acquis communautaire*) чрез създаването на основен пакет от нормативни актове в областта на далекосъобщенията, наречен „Европейска правна и регулаторна рамка”, въз основа на която всички страни членки са длъжни да провеждат националната си политика в сектора.

В резултат на очерталата се необходимост от актуализиране на Европейската правна и регулаторна рамка от 1998 г., успешно послужила за създаване на условия за преход от монопол към свободен пазар, в началото на 2002 г. се въведе нова регулаторна рамка. Необходимостта от актуализиране на Рамка 1998 г. е продиктувана от обстоятелството, че десет години след като далекосъобщителният пазар в Общността е либерализиран, акцентът на регулаторните механизми е изместен от поощряване на конкуренцията на единния пазар на Европейската общност и стимулиране на инвестициите в областта на бързо развиващи се технологии към развиване на устойчива конкуренция на далекосъобщителния пазар, както и създаване на правила, свързани с наблюдаващата се конвергенция на електронните съобщителни мрежи и услуги, медии и информационни технологии. Регулаторна рамка 2002 цели и въвеждането на хармонизирани правила, приложими за цялата общност, както и премахването на всякакви бариери за развитието на ефективна конкуренция и предоставяне на качествени и разнообразни услуги в полза на потребителите.

Процесът на въвеждане на хармонизиран подход в регулацията на далекосъобщителния сектор изисква от държавите-членки на ЕС да съобразят регулаторните си актове с достиженията на конкурентното право на общността, отчитайки конвергенцията на електронните съобщителни мрежи и услуги. Като резултат от развитието на технологиите и конвергенцията на мрежи и услуги, правото на ЕС в областта на далекосъобщенията е актуализирано чрез създаването на качествено нова Европейска правна и регулаторна рамка, която обхваща всички електронни мрежи и услуги.

Регулаторна рамка 2002 дава приоритет на ролята на *ex-ante* регулирането на сектора с цел осигуряването на условия за развитие на конкуренцията и на прилагане на принципите на конкурентното право при определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщения. Основните аспекти на *ex-ante* регулирането на сектора, касаещи прилагането на принципите на конкурентното право на тази нова политика на ЕС, са следните:

- Развитието на ефективна конкуренция на пазара следва да се основава на *ex-ante* регулиране в съответствие със специфичното секторно регулиране и съобразявайки се с принципите на конкурентното право. Този нов подход изисква от Националните регулаторни органи (НРО) на държавите-членки на ЕС първо да анализират даден пазар на електронни съобщителни мрежи и/или услуги и въз основа на резултатите от анализа да определят дали той се нуждае от *ex-ante* регулиране или не;

- Замяна на термина „оператор” с „предприятие” по аналогия на терминологията, използвана в конкурентното право и влягане на ново съдържание в понятието „оператор със значително въздействие върху пазара”, използвано в Регулаторна рамка 1998, целящо адаптиране към условията на настоящия по-комплексен и динамичен пазар и въвеждане на концепцията за „господство на пазара” по смисъла на конкурентното право;
- Създава се процедура, чрез която НРО определят и анализират, в съответствие с принципите на конкурентното право, пазарите на продукти и услуги в рамките на електронния съобщителен сектор, подлежащи на ex-ante регулиране;
- Прецизират се процедурите за провеждане на консултации и повишаване на прозрачността при извършване на пазарни анализи.

Задълженията, наложени на операторите със значително въздействие върху пазара съгласно рамката от 1998 г., се запазват до извършването на анализ и оценка за развитието на съответния пазар, съгласно новата регулаторна рамка от 2002 г.

На следващо място Рамка 2002 цели прилагане на принципите на прозрачност, публичност и консултативност в отношенията между НРО и предприятията, осъществяващи електронни съобщения. Въвежда се облекчаване на разрешителните режими за осъществяване на електронни съобщения. С оглед динамично развиващата се конвергенция на мрежите и услугите е закрепен и принципът на технологична неутралност.

Основата на Регулаторна рамка 2002 на ЕС се състои от следните пет директиви:

- Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 7 март 2002 г. за обща регулаторна рамка за електронни съобщителни мрежи и услуги и принципите на конкурентното право (Рамковата директива);
- Директива 2002/19/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 7 март 2002 г. за достъп до и взаимно свързване на електронни съобщителни мрежи и свързани с тях устройства (Директивата за достъпа);
- Директива 2002/20/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 7 март 2002 г. за лицензирането на електронни съобщителни мрежи и услуги (Директивата за лицензирането);
- Директива 2002/22/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 7 март 2002 г. за универсална услуга и права на потребителите, свързани с електронни съобщителни мрежи и услуги (Директивата за универсалната услуга);
- Директива 2002/58/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 юли 2002 г. за обработване на лични данни и защита на неприкосновеността в електронния съобщителен сектор (Директивата за неприкосновеността).

Рамковата директива определя общата структура на новия регулаторен режим и формулира фундаментални правила и цели: насърчаване на конкуренцията, развитие на вътрешния пазар и защита интересите на гражданите на ЕС. В този смисъл тя се явява основополагаща по отношение както на цялостния режим в сектора, така и по отношение на останалите специални директиви.

Директивата за лицензирането има за цел постигането на хармонизация и опростяване на лицензионните правила на вътрешните пазари на електронни съобщителни мрежи и услуги, с цел облекчаване предоставянето им в рамките на ЕС. Индивидуалното лицензиране в случаите, когато не се използва индивидуално определен ограничен ресурс и регистрирането по обща лицензия, се заменя от уведомителен режим.

Директивата за универсалната услуга дефинира набор от услуги, които следва да се предоставят на крайните потребители на достъпна цена. Съществен момент в директивата е въвеждането на понятието „определено местоположение”, което заменя използвания в Регулаторна рамка 1998 термин „фиксирана точка”. По този начин се гарантира технологична необвързаност на начините, чрез които се осъществява свързване към обществените телефонни мрежи и се предоставят обществени телефонни услуги.

Директивата за достъпа и взаимното свързване хармонизира регулаторните механизми, свързани с достъпа до и взаимното свързване на електронни съобщителни мрежи, както и дефинира права и задължения за предприятията, които имат право и/или задължение за взаимно свързване и/или достъп.

Посоченият основен пакет от директиви, които изграждат Регулаторна рамка 2002 и върху който се базират редът, условията и процедурата по определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, се допълва от следните актове за прилагане на законодателството на ЕС:

- Препоръка на Комисията 2007/879/ЕО от 17 декември 2007 г. за съответните продуктови пазари в сектора на електронните съобщения, подлежащи на ex-ante регулиране, издадена на основание чл.15, ал.1 от Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за общата регулаторна рамка за електронните съобщителни мрежи и услуги (Препоръката за съответните пазари);
- Разяснителна бележка, придружаваща Препоръката на Комисията 2007/879/ЕО от 17 декември 2007 г. за съответните продуктови пазари в сектора на електронните съобщения, подлежащи на ex-ante регулиране, издадена на основание на Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за общата регулаторна рамка за електронните съобщителни мрежи и услуги (Разяснителна бележка)
- Насоки на Комисията от 11 юли 2002 г. за извършване на пазарни анализи и определяне на предприятия със значително въздействие на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, издадена на основание чл.15, ал.2 от Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за общата регулаторна рамка за електронните съобщителни мрежи и услуги (Насоките).

Препоръката за съответните пазари определя, в съответствие с Приложение I на Рамковата директива, пазарите в рамките на сектора, характеристиките на които могат да бъдат такива, че да оправдават налагането на регулаторни задължения, предвидени в Специалните Директиви. Посоченият акт отменя Препоръка на Европейската комисия за съответните продуктови пазари в сектора на електронните съобщения, подлежащи на ex-ante регулиране (ОВ, L114, 08.05.2003 г.). С новата Препоръка се редуцира списъкът от пазари, за които ЕК счита, че има основания да бъдат предмет на ex ante регулиране. От друга страна разпоредбата на чл. 15, ал. 3 на Рамковата директива дава право на НРО на държавите-членки на ЕС да определят пазари, различни от посочените в Препоръката на ЕК в случаите, когато това е оправдано от гледна точка на националните особености на сектора и при спазване разпоредбите на чл. 6 и чл. 7 на тази директива.

Това е посочено и в Разяснителната бележка, в която се съдържат мотивите на ЕК, които са довели до приемането на новата Препоръка за съответните пазари. Насоките на Комисията определят принципите, върху които НРО трябва да се базират при определяне и анализиране на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция и определяне на предприятия със значително въздействие на тях. В т. 12 от Насоките ЕК посочва, че публикувайки тези насоки, тя има за цел също така да разясни на заинтересованите лица и

предприятията, които извършват дейност в сектора на електронните съобщения, как националните регулаторни органи следва да извършват своята оценка за значително въздействие върху пазара, съгласно Рамковата директива, с цел постигане на максимална прозрачност и правна сигурност при прилагане на специалните нормативни актове в сектора.

1.2. Национално законодателство

Новата европейска правна и регулаторна рамка 2002 е въведена в българското законодателство с приемането на Закона за електронните съобщения (ЗЕС), (Обн., ДВ, бр. 41 от 22.05.2007 г., изм. ДВ, бр. 109 от 2007 г. и ДВ, бр. 43 от 2008 г.), който отменя действащия до този момент Закон за далекосъобщенията (ЗД). Чрез приемането на ЗЕС България хармонизира националното си законодателство в сектора с това на ЕС и по този начин гарантира, че провежданата от нея политика в областта на електронните съобщения ще отговори на целите и регулаторните принципи на политиката в Общността, залегнали в Регулаторна рамка 2002.

За определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги на национално ниво се прилагат разпоредбите на ЗЕС и на Методиката за условията и реда за определяне, анализ и оценка на съответните пазари и критериите за определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара (Методиката), приета с ПМС № 40 от 28 февруари 2008 г. (Обн., ДВ, бр. 27 от 11.03.2008 г.). Методиката е разработена от КРС на основание чл. 150, ал. 2 и ал. 3 от ЗЕС, съгласувано с Комисията за защита на конкуренцията (КЗК) и съобразно правото на ЕС. Съгласно чл. 151, ал.1 от ЗЕС и чл. 2 от Методиката и в съответствие с правилата на Глава девета от ЗЕС КРС периодично, на всеки две години, определя съответните пазари на обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, подлежащи на ex-ante регулиране, проучва, анализира и оценява нивото на конкуренция на съответните пазари и при установяване липсата на ефективна конкуренция определя предприятия със значително въздействие върху съответния пазар, както и налага, продължава, променя или отменя специфични задължения на предприятията със значително въздействие върху пазара.

КРС осъществява своите правомощия в съответствие с общите принципи на конкурентното право и специфичните национални условия, като условията и редът за събиране на необходимата информация за определяне, проучване и анализ на съответните пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, за извършване на анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, критериите за дефиниране на съответни пазари, за оценка за наличието на ефективна конкуренция и за определяне на предприятия със самостоятелно или съвместно значително въздействие върху съответните пазари са регламентирани в ЗЕС и Методиката.

2. Ред, условия и процедура за определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция

Определянето, анализът и оценката на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, подлежащи на ex-ante регулиране се извършва съобразно регламентацията в чл. 15 и чл. 16 от Рамковата директива.

Съгласно чл. 15, ал. 1 от Рамковата директива, съответните пазари на стоки и услуги в сектора на електронните съобщения, чиито характеристики могат да бъдат такива, че да оправдаят налагането на регулаторните задължения, определени в Специалните директиви, са посочени в Препоръка на ЕК 2003/311/ЕО от 11 февруари

2003 г., изменена с Препоръка на ЕК 2007/879/ЕО от 17 декември 2007 г. Съгласно чл. 16, ал. 1 от Рамковата директива, НРО на държавите-членки на ЕС изготвят анализи на съответните пазари, като отчитат в най-голяма степен Насоките на ЕК за извършване на пазарни анализи и определяне на предприятия със значително въздействие на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, издадени на основание чл.15, ал. 2 от Рамковата директива.

Съгласно чл. 16, ал. 2 от Рамковата директива, оценката относно наличието на ефективна конкуренция на съответния пазар се определя от националните регулаторни органи въз основа на изготвения в съответствие с ал. 1 на същия член анализ на пазара.

КРС определя, анализира и оценява съответните пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, подлежащи на ex-ante регулиране съгласно Глава девета на ЗЕС и Методиката. Конкретните разпоредби на тези актове транспонират посочените по-горе текстове от Рамковата директива. Съгласно чл. 152, ал. 4 от ЗЕС и чл. 4 от Методиката КРС определя съответните пазари, върху които извършва анализ за наличието на ефективна конкуренция, съобразно списъка от пазари, посочени в актуалната към съответния момент Препоръка за съответните пазари. КРС може да определи и други съответни пазари - обект на ex-ante регулиране, различни от определените в Препоръката за съответните пазари, като отчита особеностите на националния пазар.

Съгласно чл. 6, ал. 2 от Методиката в процеса на определяне, анализ и оценка на съответните пазари КРС следва да съобрази актуалните към момента Насоки, приети от ЕК.

2.1. Определяне на пазарите

Определянето на съответните пазари, подлежащи на ex-ante регулиране, се извършва като се изследва кумулативното наличие на следните 3 критерия:

1. Наличие на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара;
2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията на пазара за период до две години напред;
3. Недостатъчна ефективност на конкурентното право за преодоляване на бариерите по т. 1 и осигуряване на условия за конкуренция на съответния пазар

Прилагането на тези критерии при дефиниране на съответен пазар е определено в Препоръката за съответните пазари и Насоките на ЕК и е въведено в българското законодателство като императивно изискване с разпоредбата на чл.152, ал.4 от ЗЕС. КРС следва да прилага теста на трите критерия във всички случаи, без оглед на това дали пазарът, предмет на анализа е включен или не в Препоръката за съответните пазари. В тази връзка, като отправна точка в настоящия анализ, КРС е извършила анализ за кумулативното наличие на трите критерия.

Съответните пазари на обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, за които се оценява ефективността на конкуренцията, са пазари на едро или на дребно, като съответният пазар има продуктово и географско измерение (чл.152, ал.1 от ЗЕС и чл.8 от Методиката). Разделянето на пазарите на едро и дребно е в съответствие с Препоръката за съответните пазари. По отношение на продуктовото измерение на съответния пазар в Насоките ЕК посочва, че съответният пазар на продукти или услуги включва всички онези продукти или услуги, които са взаимозаменяеми или заместими в достатъчна степен не само поради техните обективни характеристики, благодарение на които са особено подходящи за

задоволяване на постоянните нужди на потребителите поради техните цени или предназначение, но и поради условията на конкуренция и/или структурата на търсенето и предлагането на въпросния пазар. Продуктите или услугите, които са взаимозаменяеми в ниска степен или относително, не спадат към един и същ пазар. Следователно, НРО следва да започнат определянето на съответния пазар на продукти или услуги с групиране на продуктите или услугите, които потребителите използват за една и съща цел (крайна употреба).

В съответствие с европейското законодателство Методиката регламентира, че съответният продуктов пазар включва, всички обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, за които е налице взаимозаменяемост при търсенето и взаимозаменяемост при предлагането (чл.9 от Методиката).

След определяне на съответния продуктов пазар следва да се определи и неговото географско измерение. При определяне на географското измерение на посочените в Препоръката пазари на продукти и на услуги, НРО се ръководят от Насоките на ЕК. Географският пазар включва определена територия, в която се предлагат съответните взаимозаменяеми обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги и в която конкурентните условия са еднакви и се различават от тези в съседни географски райони (чл.152, ал.3 от ЗЕС).

Съответният географски пазар се определя при отчитане на следните два критерия (чл.14 от Методиката):

1. покритие по територия на обществените електронни съобщителни мрежи;
2. наличие на еднакви законови и регулаторни изисквания за предоставяне на електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

Въз основа на тези два основни критерия географските пазари могат да бъдат определени като местни, регионални, национални или покриващи територията на две или повече страни (например общоевропейски пазари, пазари, съвпадащи с територията на Европейското икономическо пространство, или глобални пазари).

2.2. Анализ и оценка на съответния пазар

Целта на анализа и оценката на съответния пазар е КРС да установи наличието или липсата на ефективна конкуренция, т.е. да установи дали има предприятия със значително въздействие върху съответния пазар (чл. 154, ал. 2 от ЗЕС).

Предприятие със значително въздействие върху пазара е предприятие, което самостоятелно или съвместно с други се ползва от позиция, равностойна на господстваща, т.е. позиция на икономическа сила, позволяваща му да следва поведение до съществена степен независимо от конкуренти, потребители и крайни потребители (§1, т. 50 от Допълнителната разпоредба на ЗЕС, чл. 14, т. 2 от Рамковата директива).

3. Определяне на предприятие със значително въздействие върху пазара и налагане на специфични задължения

Наличието на предприятие със значително въздействие върху пазара се установява въз основа на редица критерии. Преценката се основава на перспективен анализ на пазара (ex-ante), като се вземат предвид съществуващите пазарни условия. Като отправна точка на анализа и показател за пазарна мощ често се използват пазарните дялове. В т. 78 от Насоките ЕК подчертава, че съществуването на господстващо положение на пазара не може да бъде констатирано само въз основа на наличието на големи пазарни дялове и поради тази причина НРО следва да извършват подробен и цялостен анализ на икономическите характеристики на съответния пазар,

преди да се произнесат за наличието на предприятия със значително въздействие върху даден пазар. В този смисъл, ЕК отбелязва, че НРО могат да измерят възможността на едно предприятие да следва поведение до голяма степен независимо от своите конкуренти, клиенти и потребители, като за целта използват набор от критерии, посочени в т. 78 от Насоките. В приложение II от Рамковата директива изрично се посочва, че критериите, които се прилагат за установяване наличието на предприятия със самостоятелно или съвместно значително въздействие върху пазара не са изчерпателно изброени, не са кумулативни, а списъкът от критерии дава насока при определяне съществуването на съвместно господстващо положение. Подобен подход е възприет както в Насоките на ЕК, така и на национално ниво. В Методиката е посочено, че изборът на критерии зависи от особеностите на съответния пазар, а тежестта на всеки от тях в общата оценка на пазара зависи от особеностите на разглеждания пазар. Наличието на значително пазарно въздействие се установява на базата на съвкупност от използваните критерии, които, взети самостоятелно, могат да не бъдат определящи.

Във връзка с посоченото, както и с оглед разпоредбите на Методиката, при определяне на дадено предприятие като предприятие със самостоятелно значително въздействие върху пазара КРС взема предвид неговия пазарен дял на съответния пазар и всички или някои от критериите, посочени в чл.35 от Методиката. При определяне на дадено предприятие като предприятие със съвместно значително въздействие върху пазара КРС взема предвид всички или някои от критериите по чл. 36 от Методиката.

В т.114 от Насоките ЕК посочва, че ако след извършен анализ дадено предприятие бъде определено като предприятие със значително въздействие върху съответен пазар, но не му бъдат вменени съответни регулаторни задължения, то това не съответства на новата правна рамка и по-специално на чл. 16, ал. 4 от Рамковата директива, т.е. регулаторът следва да наложи поне едно регулаторно задължение на предприятието, определено като притежаващо значително въздействие върху съответен пазар.

Съгласно чл. 150, ал. 1 от ЗЕС, КРС е компетентният орган, който може да налага специфични мерки в случаите, когато след извършен анализ на съответен пазар е установена необходимостта от налагането на такива.

В случаите, когато въз основа на анализ на съответния пазар се установи, че е налице ефективна конкуренция, КРС не налага специфични задължения на предприятията, предоставящи обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги на съответния пазар, а ако такива са били наложени на предходен етап, КРС ги отменя (чл.155 от ЗЕС).

В случаите, в които въз основа на анализ на съответния пазар се установи, че не е налице ефективна конкуренция, КРС определя предприятие или предприятия със значително въздействие върху пазара и налага на предприятието/предприятията специфични задължения. В случай, че са били наложени специфични задължения на предприятието или предприятията със значително въздействие върху пазара, КРС може да продължи действието им или да ги промени (чл. 156, ал.1 и ал.2 от ЗЕС).

4. Обхват на документа

Документът разглежда състоянието на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги (национални и международни) в определено местоположение на територията на Република България. В него на база анализ на изминал период от три години (2005-2007 г.) е извършена оценка на нивото на конкуренцията на съответния пазар и е направена прогноза за бъдещото му развитие за период от две години напред.

III. Обществено обсъждане и консултации с Европейската комисия. Сътрудничество с Комисията за защита на конкуренцията

С оглед спазване на принципите на консултативност и прозрачност, залегнали в европейската правна рамка и разпоредбите на националното законодателство, след определянето на съответния пазар и извършването на анализа и оценката му, КРС поставя на обществено обсъждане своя проект на решение, с което се определя съответният пазар, анализира се и се оценява дали е налице ефективна конкуренция и при липса на такава, се определя предприятие със значително въздействие върху съответния пазар, като му се налагат, продължават, изменят или отменят специфични задължения.

Рамковата директива определя, че при извършване на анализи на съответните пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги НРО следва да работят в тясна връзка със съответните органи по защита на конкуренцията на национално ниво. Целта е създаване на условия за ефективно взаимодействие и координация при осъществяване на законово определените правомощия на органите, както и за единното и непротиворечиво приложение на националното и европейското право в областта на електронните съобщения и конкуренцията. В тази връзка, в рамките на общественото обсъждане проектът на решение се предоставя на КЗК за становище.

След приключване на процедурата по обществено обсъждане и съгласуване с КЗК, КРС изпраща на ЕК и на регулаторните органи на държавите-членки на ЕС проекта на решение, който включва определянето на съответен пазар и неговия анализ и оценка. В случай, че в законоустановения срок не постъпят предложения от ЕК и регулаторните органи на държавите-членки на ЕС, регулаторът приема проекта на решение. В случай, че постъпят предложения от ЕК и регулаторните органи на държавите-членки, КРС ги отразява в проекта на решение преди окончателното му одобряване, като уведомява за това ЕК. Процедурата по взаимодействие и консултации с ЕК и НРО на държавите-членки на ЕС е уредена в Глава четвърта, Раздел IV от ЗЕС.

IV. Състояние на цялостния пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

Според Разяснителната бележка на ЕК от 2007 г. цялостният пазар на дребно на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, може да бъде дефиниран като „осигуряване на свързаност или достъп (в определено местоположение или географски адрес) до обществена телефонна мрежа с цел предоставяне на възможност за реализиране на изходящи и/или входящи телефонни разговори, както и на свързани с тях услуги”¹.

В настоящия раздел КРС разглежда предприятията, които осъществяват дейност на цялостния пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, както и информация за неговото състояние в рамките на разглеждания минал тригодишен период (2005-2007 г.)². Съответните пазари, явяващи се съставни елементи на този цялостен пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, са определени в Раздел V на настоящия документ.

1. Участници на пазара

До края на 2002 г. изключителни права за предоставяне на обществена телефонна услуга чрез фиксирана мрежа са предоставени на „Българска телекомуникационна компания” (БТК) АД³. Дружеството осъществява дейност въз основа на лицензия с комплексен характер за изграждане, развиване, поддържане и използване на далекосъобщителни мрежи на територията на Република България и за предоставяне на обществени далекосъобщителни услуги чрез тях.⁴

Процесът на либерализация и създаване на предпоставки за развитие на конкуренцията на пазара на фиксирани телефонни мрежи и услуги в България стартира през 2003 г. с предоставянето на първите лицензии на алтернативни на „БТК” АД предприятия за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга (индивидуална лицензия № 116А) и за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор (индивидуална лицензия № 116Б).

До средата на 2007 г. дейността по предоставянето на електронни съобщителни услуги чрез фиксирана мрежа се осъществява в съответствие с разпоредбите ЗД, който предвижда режим на индивидуално лицензиране при осъществяване на далекосъобщения с използването на ограничен ресурс – номера от Националния номерационен план. С приемането на ЗЕС режимът на индивидуално лицензиране при

¹ Разяснителна бележка от 2007 г., стр.21

² В раздела са разгледани предприятията, притежаващи индивидуални лицензии от типа № 116А и № 116Б или регистрации по обща лицензия № 204, издадени съгласно ЗД (отм.), както и еквивалентните им разрешения и уведомления по ЗЕС. Въпреки, че индивидуална лицензия от типа № 117А също позволява предоставянето на обществени телефонни услуги в определено местоположение, предприятията, притежаващи такава лицензия, не са разгледани в този раздел. Анализ на взаимозаменяемостта при търсенето и предлагането, чрез която КРС изключва от съответните пазари (съответно и от цялостния пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение) тези предприятия, е представен в точка 4 на раздел 5 на документа.

³ На основание чл. 18, ал. 4 от Конституцията на Република България, с § 10, ал.1 от Преходните и заключителни разпоредби (ПЗР) на Закона за далекосъобщенията (ЗД) е установен държавен монопол върху предоставяне на обикновена телефонна услуга (селищна, междуселищна, международна и транзитна) между крайни точки на фиксираната телефонна мрежа до 31 декември 2002 г.

⁴ Лицензия № Д/01-01 издадена Комитета по пощи и далекосъобщения и в сила от 01.11.1993 г., в последствие е изменяна и допълвана от Държавната комисия по далекосъобщения през 1999г. и от Комисията за регулиране на съобщенията през 2005 г., 2006 и 2007 г.

осъществяване на обществени електронни съобщения с използването на ограничен ресурс – номера от Националния номерационен план е заменен с разрешителен режим при осъществяване на този вид дейност.

В таблица № 1 е представена справка за алтернативните предприятия, на които е предоставено правото да предоставят обществена телефонна услуга в определено местоположение (с издадени лицензии от типа №116А и №116Б), за периода 2003-2007 г.:

Таблица 1

Справка за алтернативните предприятия с право да предоставят обществено достъпна телефонна услуга в определено местоположение и достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор” в периода 2003-2007 г.

2007 г.

					Наименование на предприятието	Лицензия от типа 116 А	Лицензия от типа по 116 Б			
към. 31.12.2007 г.	към. 31.12.2006 г.	към. 31.12.2005 г.	към. 31.12.2004 г.	към. 31.12.2003 г.	„Кейбълтел” АД * (до 31.12.2006 г. „Глобалтех България”)	Да	Да			
					„Източна телекомуникационна компания” АД	Да	Да			
					„Нексом-България” ЕАД	Да	Да			
					„Нетплюс” ООД	Да	Да			
					„Орбител” ЕАД	Да	Да			
					„България Телеком Нет” АД	Да	Не			
					„Вестител БГ” АД	Да	Да			
					„Спектър Нет” АД	Да	Да			
					„Телеком Партньърс Нетуърк” ЕАД	Да	Не			
					„Транс Телеком” ЕАД	Да	Да			
					„Евроком Кабел Мениджмънт България” ЕАД	Да	Не			
					„Голд Телеком България” АД	Не	Да			
						„Ай Ти Ди Нетуърк” АД	Да	Да		
						„Космо България Мобайл” ЕАД	Да	Да		
						„Мобилтел” ЕАД	Да	Не		
						„Нет Ис Сат” ООД	Да	Не		
						„Ново” ЕООД	Да	Не		
						„Скат ТВ” ООД	Да	Не		
				„Телеком 1” ООД		Да	Не			
				„БТК-НЕТ” ЕООД		Не	Да			
									„Глобъл Комюникейшън Нет” ЕАД**	Да

Източник: КРС

* Лицензията по 116Б е издадена през 2005 г.

** С Решение на КРС № 1277 от 10 Октомври 2007 г. на предприятието е предоставен за ползване индивидуално определен ограничен ресурс – номера и се задължава да спазва условията на типова индивидуална лицензия № 116 А

Забележка: Считано от 07.05.2008 г. предприятието „Телеком Партнърс Нетуърк” ЕАД е преименувано на „Интеруут България” ЕАД. По тази причина в частите на документа, в които се отразява минал период (напр. състоянието на пазарите и техния анализ), предприятието се споменава с предишното си наименование, докато в частите, в които се извършва прогноза за бъдещ период (определянето на предприятия със значително въздействие на пазарите, определянето на специфични задължения), предприятието е адресирано с новата си фирма – „Интеруут България” ЕАД.

Към края на 2007 г. предприятията с издадена лицензия от типа №116А, които имат право да предоставят обществени телефонни услуги в определено местоположение (вкл. историческото предприятие), са 20 на брой. От тях към същата дата реално осъществяващите дейност участници на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение са 16 (не осъществяват дейност предприятията „България Телеком Нет” АД, „Нетплюс” ООД, „Скат ТВ” ООД и „Глобъл Комюникейшън Нет” ЕАД).

Към края на 2007 г. общо 12 предприятия имат правото да предоставят обществени телефонни услуги в определено местоположение чрез „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” въз основа на издадени индивидуални лицензии от типа №116Б. Към същия момент седем от тези предприятия реално предоставят посочените услуги на дребно („Нексом България” ЕАД, „Орбител” ЕАД, „Спектър Нет” ЕАД, „Транс Телеком” ЕАД, „Голд Телеком България” АД, „Ай Ти Ди Нетуърк” АД и „БТК-НЕТ” ЕООД).

Обществени телефони

Обществени телефонни услуги в определено местоположение в България могат да се предоставят и чрез използването на обществени телефони⁵.

Съгласно ЗД (отм.) "Обществен телефон" е телефонен апарат, достъпен за обществото и за използването на който се плаща чрез монети, жетони, дебитни/кредитни или предварително платени карти. Предоставянето на тази услуга се осъществяваше въз основа на регистрация по Обща лицензия № 204 за осъществяване на далекосъобщения при предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез обществени телефонни апарати. Съгласно същата регистрираният беше длъжен да осигурява непрекъсната, качествена и надеждна работа на обществените телефонни апарати 24 часа в денонощието, 7 дни в седмицата. Към момента, съгласно разпоредбите на ЗЕС и приложимото законодателство, подобно задължение не е налице по отношение на предприятията, които не предоставят универсална услуга. От друга страна, средствата за разплащане не са изчерпателно изброени, а акцентират на възмездния характер на услугата. Основните елементи, характеризиращи обществените телефони са обществена достъпност и специално устройство – телефонен апарат, като в случая е водещ по отношение характера на услугата.

За предприятието, задължено да предоставя универсална услуга (УУ) чрез обществени телефони са регламентирани по-детайлни задължения, включително и предоставяне на услугата 24 часа, 7 дни в седмицата, както и задължения, свързани с хората в неравностойно положение.

Към края на 2007 г. предприятията с регистрация по Обща лицензия № 204 за осъществяване на далекосъобщения при предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез обществени телефонни апарати съгласно ЗД (отм.) или подали уведомление за предоставяне на достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони съгласно ЗЕС са осем на брой, от които пет са декларирали, че през 2007 г. са осъществявали дейност чрез обществени телефони и кабинки за обществено ползване.

Участник в този сегмент на цялостния пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, е и историческото предприятие „БТК” АД, което предоставя услугата за достъп до обществени телефонни услуги чрез

⁵ Според § 1, т.38 от Допълнителните разпоредби на ЗЕС „обществен телефон” е обществено достъпен телефонен апарат (специално устройство), за използването на който средствата за плащане могат да са монети и/или кредитни/дебитни карти, и/или предварително платени карти, включително карти, използвани чрез набиране на кодове.

обществени апарати в съответствие с предоставената му индивидуална лицензия с комплексен характер № 100-00001/28.01.2005 г. и като част от задължението му за предоставяне на универсална услуга.

В Таблица 2 са представени предприятията, осъществяващи обществени електронни съобщения чрез обществени телефони и кабинки за обществено ползване.

Таблица 2

Предприятия с право да предоставят услугата "достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони" в периода 2005 г. - 2007 г.

<i>Наименование на предприятието</i>	<i>Осъществяващи дейност в периода 01.01.2005 г. - 31.12.2005 г.</i>	<i>Осъществяващи дейност в периода 01.01.2006 г. - 31.12.2006 г.</i>	<i>Осъществяващи дейност в периода 01.01.2007 г. - 31.12.2007 г.</i>
"БТК" АД	Да	Да	Да
"РТК" ООД ("Мобика")*	Да	#	#
"Булфон" ЕАД	Да	Да	Да
"Интертел" ЕООД	Не	Не	Не
"Спектър Нет" АД	Не	Да	Да
"Екстел" ООД	#	Да	Не
"Нексом-България" ЕАД	#	Не	Да
"Диалог" ЕООД	#	#	Не
"Транс Телеком" ЕАД	#	#	Да
"БГ ОУПАН.НЕТ" ООД	#	#	Да

Източник: КРС

* Заличена регистрация с Решение № 163 на КРС от 26.01.2006 г.

за съответния период предприятието не е било оторизирано да предоставя услугата "достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони"

Забележка: „Нексом-България” ЕАД и „Транс Телеком” ЕАД предоставят достъп до обществени телефонни услуги чрез кабинки за обществено ползване и post-paid телефонни апарати.

2. Предоставяни обществено достъпни телефонни услуги

В Приложения 1 и 2 е представена информация по предприятия за предоставяните от тях през 2007 г. на дребно обществени телефонни услуги в определено местоположение.

Към края на 2007 г. шестнадесет предприятия, предоставящи обществена телефонна услуга предлагат услугата „откриване на телефонен пост” (Приложение 1).

Услуги за достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор за всяко повикване” се предлагат от всички седем активни предприятия, предоставящи достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор” (Виж Приложение 2). Потребителите на услугата „избор на оператор за всяко повикване” могат да осъществяват междуселищни и международни повиквания. Единствено „Орбител” ЕАД предоставя възможност за осъществяване на повиквания към мобилни наземни мрежи. „Орбител” ЕАД е и единственото предприятие, което предлага услугата „избор на оператор на абонаментна основа”, като абонатите на тази услуга имат възможност да осъществяват междуселищни и международни разговори, както и повиквания към мобилни наземни мрежи.

Всички предприятия, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение през 2007 г. предлагат на своите абонати възможност за осъществяване на национални повиквания (селищни, междуселищни повиквания и повиквания към мобилни наземни мрежи) и международни повиквания. Услуги за достъп до негеографски номера за услуги 700, 800 и 90 в собствената мрежа и разговори към мрежи от вида „точка към много точки” се предоставят единствено от историческото предприятие.

През последните години все по-голямо значение за развитието на конкуренцията придобива и навлизането на различни видове пакетни услуги (Виж Приложение 3). Към 31.12.2007 г. алтернативните предприятия, предоставящи обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение, които предлагат на своите абонати пакетни услуги са осем на брой („Вестител БГ” АД, „Евроком Кабел Мениджмънт България” ЕООД, „Кейбълтел” АД, „Космо България Мобайл” ЕАД, „Мобилтел” ЕАД, „Некском-България” ЕАД, „Нет Ис Сат” ООД и „Транс Телеком” ЕАД). Шест от тях предлагат двойна услуга в разновидността ѝ обществено достъпна телефонна услуга в определено местоположение и достъп до интернет, а три други предлагат и обществено достъпна телефонна услуга в определено местоположение съвместно с телевизия.

Утвърдилите се вече на пазара предприятия („Мобилтел” ЕАД и „Космо България Мобайл” ЕАД), предоставящи обществени телефонни услуги чрез мобилни наземни мрежи стартираха през 2007 г. и в началото на 2008 г. предоставянето на пакетни услуги, включващи фиксирана и мобилна телефонна услуга, с което в страната се сложи начало на конвергенцията между фиксирани и мобилни услуги.

Три от алтернативните предприятия, притежаващи лицензии от типа №116А, „Транс Телеком” ЕАД, „Некском България” ЕАД и „Мобилтел” ЕАД, са лицензирани и да предоставят услуги чрез безжични мрежи от типа „точка към много точки”. Това дава възможност на предприятията да предоставят на абонатите си обществени телефонни услуги в определено местоположение, използвайки за тази цел именно безжичен достъп. „Транс Телеком” ЕАД и „Некском-България” ЕАД предлагат на клиентите си пакет от обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение и достъп до интернет при използване на технологията WiMAX.

Най-разпространена сред абонатите на пакетни услуги е тройната услуга в разновидността обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение, достъп до интернет и телевизия и се предлага от предприятията, предоставящи обществена телефонна услуга чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио-и телевизионни програми.

Към края на 2007 г. освен историческото предприятие още пет предприятия предоставят достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони и кабинки за обществено ползване (Таблица 2). Услугите, до които имат достъп потребителите на обществени телефони и кабинки за обществено ползване са: провеждане на селищни, междуселищни и международни разговори, както и разговори към мобилни наземни мрежи, и включително достъп до услугите за спешни повиквания без използване на монети, жетони, карти или други платежни средства.

3. Фиксирани телефонни постове на предприятията, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение

На фиг. 1 е представен броят на телефонните постове на „БТК” АД и алтернативните предприятия, предоставящи обществена телефонна услуга чрез фиксирана мрежа за периода 2005 - 2007 г.

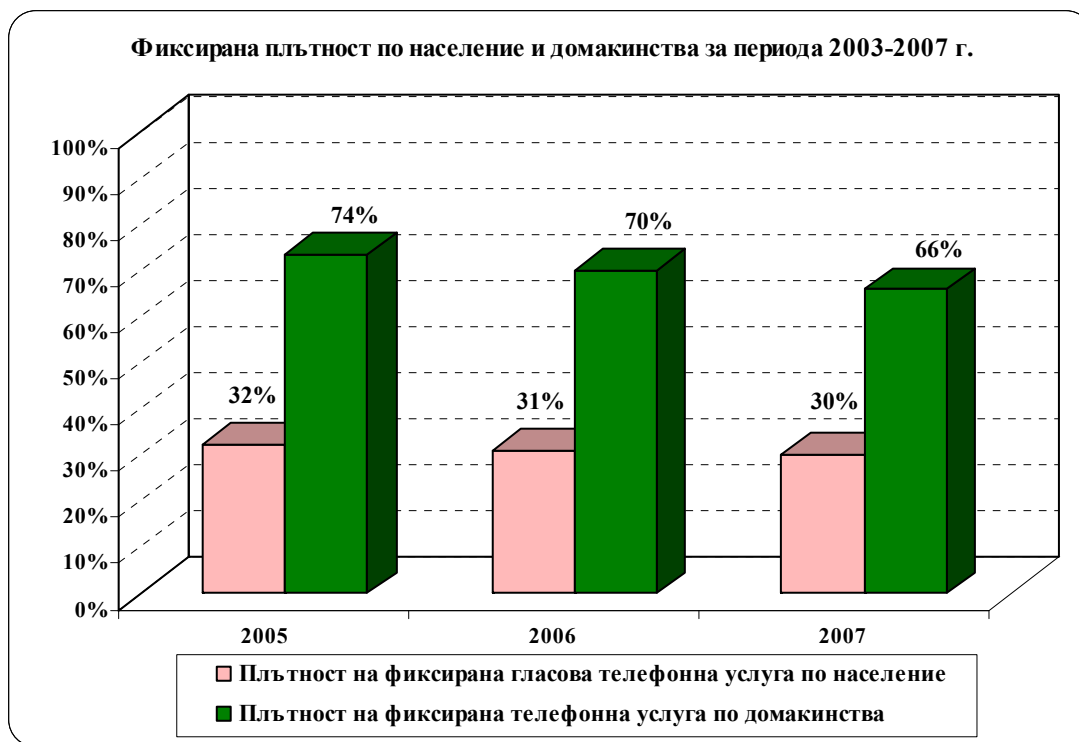


Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 1

Към края на периода броят на фиксираните телефонни постове в България е намалял с 4% спрямо предходната година. Въпреки наблюдаваната се плавна тенденция на спад в общия брой за целия период, следва да се отбележи, че постове на алтернативните предприятия се увеличават в абсолютно и относително изражение. През 2007 г. спрямо 2006 г. техният брой е нараснал почти 3 пъти, като към края на годината достига относителен дял от 2,5%, изчислен спрямо общия брой фиксирани постове в България. В края на разглеждания период 97,5% от фиксираните телефонни постове в България все още са на историческото предприятие.

Фиг. 2 представя динамиката в показателите фиксирана телефонна плътност по население и домакинства за периода 2005 - 2007 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 2

За разглеждания период е налице понижение в стойността и на двата показателя: фиксирана телефонна плътност по население и по домакинства. Стойността на показателя фиксирана телефонна плътност по население намалява с 1 пункт всяка година, а на показателя фиксирана телефонна плътност по домакинства с 4 пункта ежегодно за целия период. Въпреки намалението в стойността на показателя фиксирана телефонна плътност по домакинства, към края периода⁶ тя остава традиционно висока (66%), което показва, че над половината от домакинствата в страната имат фиксиран телефон.

За целия период съотношението домашни:служебни фиксирани телефонни постове не се променя и е 5:1. Различно е обаче това съотношение за „БТК” АД и алтернативните предприятия. Докато за „БТК” АД за целия период това съотношение е 6:1, то за алтернативните предприятия през последните две години то е 1:2, което показва, че целевата аудитория на алтернативните предприятия са именно бизнес абонатите (фиг. 3 и 4).

⁶ При изчислението на плътността по домакинства броят телефонни постове на домашни абонати към края на всяка от годините (2005, 2006 и 2007 г.) е съотнесен към наличните данни за броя на домакинствата от последното преброяване на НСИ от 2001 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 3



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 4

Декларираните данни от предприятията, предоставящи достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони сочат, че по отношение на общия брой на обществените телефони не се наблюдават значителни изменения за разглеждания период като цяло. Към 31.12.2007 г. се отчита намаление на общия брой на обществените телефони с 3% спрямо предходната година.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 5

Показателят „Брой обществени телефони на 1 000 жители“ в страната също се запазва относително стабилен за периода като варира в границите от 1,99 до 2,10 (фиг. 6).



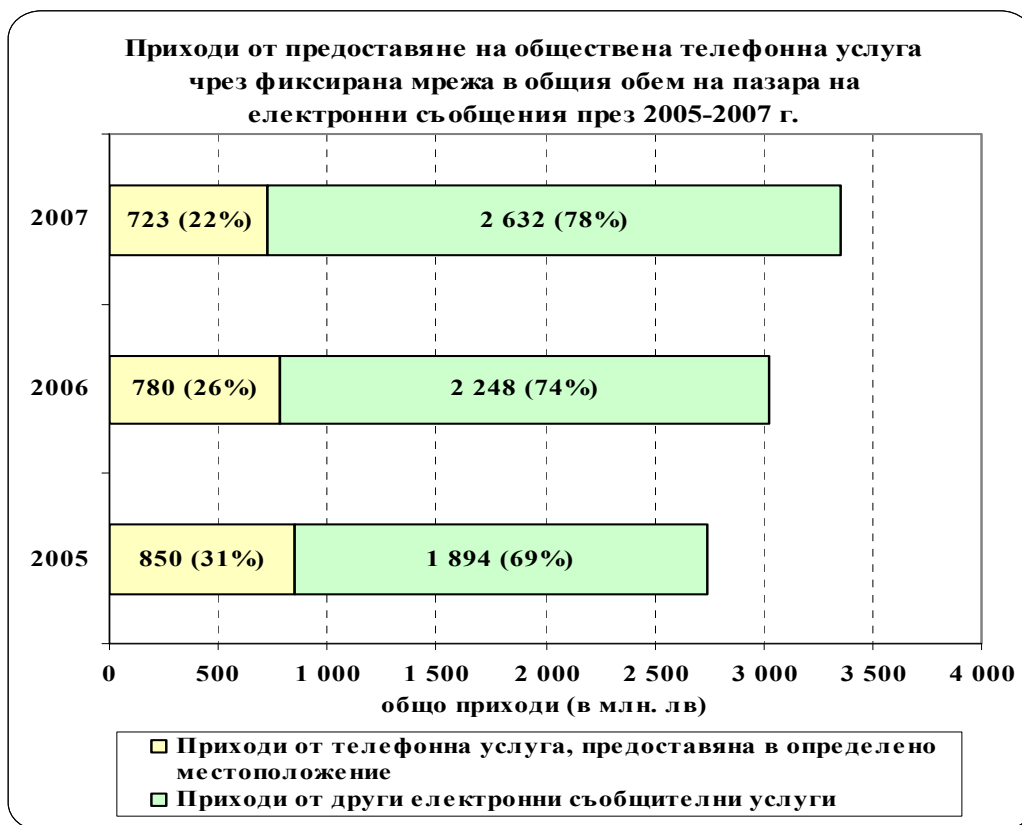
Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 6

4. Приходи от предоставяне на обществени телефонни услуги в определено местоположение

Към края на 2007 г. приходите от предоставяне на обществени телефонни услуги в определено местоположение⁷ възлизат на 723 млн. лв. (фиг. 7) и намаляват с 7% спрямо предходната година. За периода 2005 – 2007 г. това намаление е общо 15%.

⁷ При изчисление на приходите от предоставяне на телефонни услуги за взети предвид: приходи от предоставяне на достъп (такси за откриване на телефонни постове и месечен абонамент); приходи от трафик на абонати (осъществени национални и международни разговори, вкл. приходите от обществени телефонни услуги чрез обществени телефони и кабинки за обществено ползване); приходи на едро (транзит и терминиране на трафик, както и приходи от услугата избор на оператор на преносна среда) и други приходи (физическа реализация на взаимно свързване, други нетрафични приходи).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 7

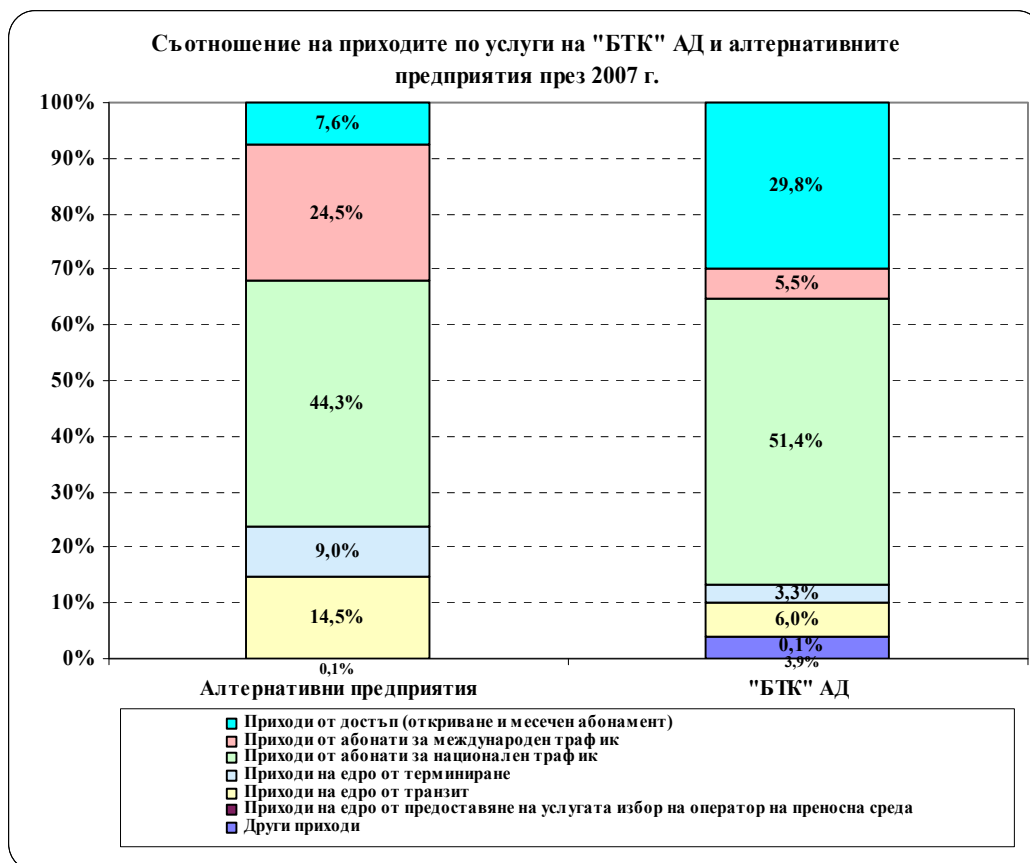
Наблюдава се тенденция на плавно намаляване на относителния дял на приходите от фиксирани телефонни услуги в общия обем на пазара на електронни съобщителни мрежи и услуги за разглеждания период (фиг. 7). Към края на 2007 г. дялът на приходите от фиксирани телефонни услуги съставлява 22 % от общия обем на пазара на електронни съобщителни мрежи и услуги⁸. В допълнение, дялът на приходите от предоставяне на достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони в общите приходи от предоставяне на обществени телефонни услуги в определено местоположение намалява от 1,9 % в началото на разглеждания период до 0,8 % в края на 2007 г.

Основно перо в приходите на „БТК“ АД и алтернативните предприятия⁹ (съответно над 51% и над 44%) са приходите от абонати при осъществяване на изходящи национални повиквания, които включват селищни и междуселищни разговори, както и разговори към мобилни наземни мрежи, мрежи от типа „точка към много точки“ с национален код за достъп и към негеографски номера¹⁰.

⁸ Общият обем на пазара на електронни съобщителни мрежи и услуги включва приходите от фиксирани услуги, мобилни услуги, линии под наем, пренос на данни и достъп до Интернет, услуги, предоставяни чрез кабелна телевизия, неподвижни спътникови мрежи, мрежи от вида „точка към много точки“ и други електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

⁹ Не са включени приходите от предоставяне на обществени телефонни услуги чрез обществени телефони и кабинки за обществено ползване.

¹⁰ Включват: персонален номер с формат на номерата 700XYZZZ, безплатен достъп с формат на номерата 800XYZZZ и услуги с добавена стойност с формат на номерата 90XYTZZZ.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 8

За разлика от алтернативните предприятия, които се стремят да привлекат клиенти чрез безплатно откриване на телефонни постове и без месечна такса или с минимални такива, историческото предприятие реализира близо 30% от приходите си от месечен абонамент и такси за откриване на телефонни постове. От своя страна алтернативните предприятия формират 1/4 от приходите си от проведени от абонатите изходящи международни повиквания.

В края на 2007 г. предприятията, предоставящи достъп до обществени телефонни услуги чрез обществени телефони и кабинки за обществено ползване отчитат приходи от 5,4 млн. лв. Въпреки отчетения ръст към края на 2007 г. в сравнение с предходната година (6%), за периода 2005-2007 г. като цяло се наблюдава значително намаление на приходите от обществени телефонни услуги чрез обществени телефони и кабинки за обществено ползване. Отчетените към края на периода приходи от тази дейност са намалели с 66 % спрямо края на 2005 г.

V. Определяне на съответния пазар

1. Въведение

КРС определя съответните пазари, върху които извършва анализ за наличието на ефективна конкуренция, съобразно списъка от пазари, посочени в Препоръката за съответните пазари.

Съгласно т. 5 от Преамбюла на Препоръката за съответните пазари и чл. 6, ал. 1 от Методиката, при определянето на даден пазар за съответен се вземат предвид принципите на конкурентното право, както и следните три критерия, които се прилагат кумулативно:

- наличие на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара;
- липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията на пазара за период до две години напред;
- недостатъчна ефективност на конкурентното право за преодоляване на бариерите за навлизане на пазара и осигуряване на условия за конкуренция на съответния пазар.

Съответните пазари на обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, за които се оценява ефективността на конкуренцията, са пазари на едро или пазари на дребно, като всеки от тях се състои от продукти и географски пазар (чл. 8, ал. 1 и 2 от Методиката).

Продуктовият пазар включва всички обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, които могат да се приемат от потребителите като взаимозаменяеми по отношение на техните характеристики, предназначение и цени (чл. 8, ал. 3 от Методиката).

Географският пазар включва определена територия, в която се предлагат съответните взаимозаменяеми обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги и в която конкурентните условия са еднакви и се различават от тези в съседни географски райони (чл. 8, ал. 4 от Методиката).

Анализът за наличието на ефективна конкуренция следва да отчита бъдещото развитие, като пазарите се дефинират, вземайки под внимание очакваните или предполагаеми технологични или икономически промени в рамките на разумен времеви хоризонт, свързан с периода до изготвянето на следващия анализ. Съгласно чл. 2 от Методиката, КРС периодично на всеки две години определя съответните пазари на обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, подлежащи на ex-ante регулиране, проучва, анализира и оценява нивото на конкуренция на съответните пазари и при установяване липсата на ефективна конкуренция определя предприятия със значително въздействие на съответния пазар.

Пазарите следва да бъдат анализирани като се вземе предвид технологичната неутралност, отнасяща се до използваната инфраструктура при предоставяне на електронни съобщения (чл. 8, т. 1 от Рамковата директива и чл. 4, ал. 2, т. 2 от ЗЕС), както и принципите на конкурентното право (чл. 15, т. 3 от Рамковата директива и чл. 150, т. 1 от ЗЕС).

2. Пазари, подлежащи на ex-ante регулиране, според Препоръките за съответните пазари на ЕК от 2003 и 2007 г.

В Препоръката за съответните пазари от 11 февруари 2003 г.¹¹ ЕК посочва шест пазара на дребно, подлежащи на ex-ante регулиране и свързани с предоставянето на достъп до обществена телефонна мрежа и на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение, :

- достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители;
- достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители;
- обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение;
- обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение;
- обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение;
- обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение¹².

По отношение на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение в Разяснителната бележка към Препоръката на комисията за съответните пазари от 11 февруари 2003 г. е направено разграничение на пазарите на достъп за домашни потребители и за бизнес потребители. Това разграничение е породено от обстоятелството, че обикновено съществуват различия при договаряне на условията за предоставяне на услугите на двата вида потребители. От гледна точка на предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги разходите за обслужване на домашни и бизнес клиенти могат да бъдат в значителна степен различни.¹³

Отчитайки развитието на съответните пазари на ниво ЕС в посока създаване на конкурентни условия, както и практиката на националните регулаторни органи на държавите-членки на ЕС по отношение на пазарните анализи, Европейската комисия ревизира списъка с пазари, в следствие на което в Препоръката на ЕК за съответните пазари, подлежащи на ex-ante регулиране от 17 декември 2007 г.¹⁴, двата пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители са групирани в един общ пазар на достъп.¹⁵

Същевременно пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители и на бизнес потребители в определено местоположение, отпадат от списъка с пазари, подлежащи на ex-ante

¹¹ COMMISSION RECOMMENDATION of 11 February 2003 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services

¹² Препоръка за съответните пазари от 11.02.2003 г., Приложение, т. 1-6

¹³ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 11.02.2003 г., стр. 16 и стр. 17.

¹⁴ COMMISSION RECOMMENDATION of 17 December 2007 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services

¹⁵ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр. 22 и стр. 28.

регулиране, в резултат на изводите, направени от ЕК въз основа на натрупания опит от нотификациите на държавите-членки на ЕС и при отчитането на развитието на съответните пазари на ниво ЕС в посока създаване на конкурентни условия. В Разяснителната бележка към Препоръката за съответните пазари от 17 декември 2007 г. е посочено основанийето за направените заключения, а именно, че регулирането на съответния пазар на едро (пазара на генериране на повиквания в определено местоположение на обществени телефонни мрежи), включително налагането на задължения за предоставяне на услуги за достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор“ и „избор на оператор на абонаментна основа“, оказва значително влияние върху бариерите за навлизане на пазарите на дребно на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение¹⁶.

В България до средата на 2007 г. извършването на анализ и оценка на съответните пазари, определянето на оператори със значително въздействие върху тях, както и налагането на съответни специфични задължения в резултат на анализите се извършваше съгласно ЗД (отм.) и Методика за условията и реда за определяне на оператори със значително въздействие върху пазара, приета с постановление на Министерски Съвет № 155 от 5 юли 2004 г. (отм.).

Въз основа на гореспоменатата Методика КРС ежегодно е извършвала проучване на съответния пазар и въз основа на резултатите от това проучване с мотивирано решение е определяла предприятия със значително въздействие върху определен пазар и налага специфични задължения съгласно ЗД (отм.).

Един от пазарите, на който са извършени анализи и са определени предприятия със значително въздействие е пазарът на фиксирани телефонни мрежи и предоставяне на фиксирани гласови телефонни услуги¹⁷. Неколкократно за периода 2004-2006 г. с Решения на КРС № 1748/16.09.2004 г., 1742/12.09.2005 г. и 1317/20.06.2006 г. „БТК“ АД е определяна за предприятие със значително въздействие върху този пазар и във връзка с това на дружеството са наложени задължения, свързани с:

- взаимно свързване;
- предоставяне на необвързан достъп;
- предоставяне на специфичен достъп;
- предоставяне на линии под наем от минималния пакет;
- съвместно ползване на помещения, далекосъобщителни съоръжения, канали, кули и други;
- предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга.

Съгласно § 7 от Предходните и допълнителните разпоредби на ЗЕС, след отмяната на ЗД, наложените задължения на операторите със значително въздействие върху пазара, свързани с достъп и взаимно свързване, съвместно разполагане и съвместно ползване на помещения и съоръжения, специфичен достъп, достъп до абонатните линии, избор на оператор на преноса, предоставянето на линии под наем и на универсална далекосъобщителна услуга се запазват до влизане в сила на решенията на КРС, с които се налагат специфични задължения на предприятия, определени за такива със значително въздействие върху съответния пазар по реда на ЗЕС. Предвид гореизложеното и с оглед необходимостта от потвърждаване, промяна или отмяна на така наложените задължения по отношение на услугите за достъп до фиксирани телефонни мрежи и фиксирани гласови телефонни услуги, следва КРС да приложи теста на трите критерия съгласно чл.152, ал.5 от ЗЕС по отношение на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, за да се установи дали на национално

¹⁶ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр. 28.

¹⁷ Съгласно ЗД (отм.), чл. 45, ал. 2, т. 1

ниво тези пазари попадат в обхвата на пазарите, подлежащи на ex-ante регулиране. В случай, че тестът на трите критерия потвърди това, КРС ще пристъпи към определянето им за съответни пазари, както и към по-нататъшен анализ, имащ за цел да оцени ефективността на конкуренцията на всеки от пазарите.

В допълнение, съгласно т. 17 от Препоръката на комисията от 17.12.2007 г. националните регулаторни органи следва да приложат теста на трите критерия по отношение на пазарите, които са отпаднали от списъка с пазари, подлежащи на ex-ante регулиране, с цел преценка дали поради специфичните особености на разглежданите национални пазари те не подлежат все още на ex-ante регулиране.

Вземайки предвид разпоредбите на националното законодателство и Европейската регулаторна рамка и отчитайки специфичните особености на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в България, КРС прилага теста на трите критерия за с цел оценка доколко пазарите на обществени телефонни услуги на дребно подлежат на ex-ante регулиране. В тази връзка и с цел изследване от гледна точка на търсенето и предлагането на взаимозаменяемостта на услугите, съотносими към обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, КРС обособява две групи пазари на дребно:

- достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, включително:
 - достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители;
 - достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители.
- обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, включително:
 - обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение;
 - обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение;
 - обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение;
 - обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение.

3. Прилагане на теста на трите критерия

За да се установи дали разглежданите пазари на национално ниво попадат в обхвата на пазарите, подлежащи на ex-ante регулиране, е необходимо да бъде извършен анализ, който да изследва дали са изпълнени кумулативно следните три критерия с оглед определянето на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни във фиксирано местоположение:

- наличие на високи и непреходни бариери за навлизане на пазара;
- липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията и
- недостатъчна ефективност на конкурентното право.

Нужно е да се отчете също дали тези критерии ще продължат да бъдат изпълнени и в двугодишния период до следващото определяне, анализ и оценка на съответните пазари.

3.1. Наличие на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара

3.1.1. Структурни бариери

Структурни бариери за навлизане на пазара са тези, които се явяват като бариера в резултат от необходимите първоначални разходи или условията на търсенето и създават неравноправни условия между предприятията със значително въздействие върху пазара и навлизащите предприятия на пазара, затрудняващи или пречатващи навлизането на пазара¹⁸.

Достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение

Структурните бариери за навлизане на пазара са от съществено значение на пазарите на достъп до обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. За предприятие, което би имало намерение да навлезе на тези пазари са налице две възможности:

- изграждане на собствена мрежа за достъп, или
- използване на вече изградена мрежа на друго предприятие чрез закупуване на услуги на едро (напр. необвързан достъп до абонатна линия или наети линии).

В първия случай структурните бариери за навлизане на пазара се изразяват в необходимост от извършването на значителни по обем инвестиции за изграждане на инфраструктура – обществена телефонна мрежа, чрез която да се предоставят услуги в определено местоположение. Една значителна част от тези високи първоначални капиталови вложения са разходи, които не могат да бъдат възстановени при евентуално напускане на пазара.

Във втория случай бариерите се изразяват в наличие на предприятие на разглеждания пазар, притежаващо контрол върху инфраструктура (изградена мрежа с национално покритие), която не може лесно да бъде дублирана и реализиращо икономии от мащаба благодарение на големия обем трафик и многобройни абонати и зависимостта на другите доставчици от ползването на достъп на едро до тази инфраструктура.

Тези особености на пазара пораждат неравноправни условия между историческото предприятие и навлизащите потенциални конкуренти, като затрудняват или възпрепятстват навлизането на последните на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение.

Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

По отношение на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение следва да се отбележи, че наличието на задължение за историческото предприятие да предоставя на едро услугата „избор на оператор на преносна среда“ до голяма степен влияе върху структурните бариери за навлизане на тези пазари. Така навлизането не е съпроводено с необходимост от влагането на значителни по обем разходи за изграждането на собствена мрежа за достъп. Въпреки това, пред предприятията, желаещи да предоставят достъп до обществени телефонни услуги чрез услугите „избор на оператор за всяко повикване“ и

¹⁸ Чл. 7, ал. 1 от Методиката

„избор на оператор на абонаментна основа” съществуват бариери за навлизане на пазара. Като основна структурна бариера за навлизане и развитие на разглежданите пазари може да бъде посочен фактът, че на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в България е налице висока степен на пазарна концентрация в полза на историческото предприятие „БТК” АД. Неговите относителни дялове на база трафик и приходи от телефонни услуги на дребно продължават да надхвърлят 96% към края на 2007 г., пет години след стартирането на процеса на либерализация на пазара. Това позволява на историческото предприятие да реализира значителни *икономии от мащаба*, както и да се възползва от своята *вертикална интеграция*. Предприятията, предоставящи услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” предоставят обществени телефонни услуги на абонатите на историческото предприятие чрез закупуване на услуги на едро за генериране на повиквания от неговата мрежа. По този начин историческото предприятие действа като доставчик на пазара на едро и същевременно предлага услуги на крайните потребители на пазара на дребно, на който се конкурира с потребителите на своите услуги на едро.

3.1.2. Правни или регулаторни бариери

Правни или регулаторни бариери са бариери, които не се основават на икономическите условия, а са резултат от законодателни, административни или други държавни мерки, които в някаква степен ограничават достъпа до пазара на потенциалните конкуренти или тяхното бъдещо поведение¹⁹.

Достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни (национални и международни) телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

Съгласно отменения вече ЗД (в сила до май 2007 г.) и подзаконовите нормативни актове по прилагането му, предоставянето на фиксирани мрежи и/или услуги и фиксиран безжичен достъп се извършваше въз основа на индивидуална лицензия за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс, което само по себе си представлява правно-регулаторна бариера. Въпреки отмяната на лицензионния режим с влизането в сила на ЗЕС, регулаторни бариери за навлизане на пазара продължават да са налице, тъй като осъществяването на дейността по предоставянето на обществени телефонни услуги е пряко свързано с използването на ограничен ресурс - номера от Националния номерационен план и честоти от радиочестотния спектър на Република България, чието управление и ефективно използване се осъществява с оглед защита на обществения интерес. Съгласно чл. 79 от ЗЕС за осъществяването на електронни съобщения чрез използването на ограничен ресурс се изисква разрешение от КРС.

3.2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията

Прилагането на този критерий е свързано с оценка на конкуренцията на пазара, без да се взема предвид наличието на високи бариери за навлизане на съответния пазар. Разглежда се възможността на пазар, характеризиращ се със съществени структурни, правни и регулаторни бариери да съществуват други структурни или пазарни особености, които да обосноват наличието на ефективна конкуренция. Предприятие, навлизащо на такъв пазар, би могло да е конкурентно, ако е налице:

- съществена динамика на пазарните дялове на предприятията, осъществяващи дейност на този пазар;

¹⁹ Чл. 7, ал. 2 от Методиката

- динамично развиващ се пазар от гледна точка на навлизането на нови технологии и конвергенция на мрежи и услуги.

Счита се, че на развиващи се от гледна точка на иновационни технологии и конвергенция на мрежите пазари, е по-вероятно да възникне конкуренция между участниците на пазара, отколкото между същите участници на един „статичен” пазар.²⁰

КРС разглежда показателите пазарен дял и степен на насищане на пазарите на **достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение** с цел да се преценят възможностите за стимулиране и развитие на конкуренцията:

- *динамика на пазарните дялове на предприятията*

Към края на 2007 г. все още 97,5% от фиксираните телефонни постове в България са собственост на историческото предприятие. Следва да се отбележи, че в разглеждания период 2005 – 2007 г. се наблюдава увеличение на броя на телефонните постове на алтернативните предприятия, предоставящи достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение. Към края на 2007 г. общият брой на тези постове е нараснал почти три пъти в сравнение с предходната година. В същото време това увеличение не може да повлияе на условията на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение поради малкия относителен дял, който телефонните постове на алтернативните предприятия формират спрямо общия брой на фиксираните телефонни постове в България. За разглеждания период пазарният дял на фиксираните постове на алтернативните предприятия се изменя, както следва: от 0,3% през 2005 г. на 2,5% през 2007 г.

- *степен на насищане (наличие на възможност за привличане на нови потребители)*

За периода 2001-2007 г. в България се наблюдава трайна тенденция за намаление на броя на фиксираните телефонни постове. За периода, засегнат в настоящия анализ (2005 – 2007 г.), това намаление е с 4% през 2006 г. в сравнение с 2005 г. и със същия процент през 2007 г. в сравнение с предходната година. Показателят плътност, изчислен чрез съотнасяне на броя телефонни постове към броя на населението за разглеждания период намалява с 1 пункт годишно. По тази причина може да се направи заключението, че на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в България е налице ограничена възможност за привличане на нови потребители. В бъдеще развитието на пазара в по-голяма степен ще се изразява основно в преразпределение на настоящите клиенти и в незначителна степен – в привличането на нови.

За да се оценят възможностите за развитие на конкуренцията на **пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение**, освен отчитането на пазарните дялове на участниците на пазарите и тяхната динамика, е необходимо да се прецени и доколко наложеното на историческото предприятие задължение за предоставяне на услугата „избор на оператор на преносна среда” е повлияло на разглежданите пазари.

Като цяло в периода 2005 - 2007 г. пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение се характеризират като слабо конкурентни с високо ниво на концентрация.²¹ Следва да се отбележи, че към края на 2007 г. услугата „избор на оператор” в разновидностите ѝ за всяко повикване и на абонаментна основа все още няма широко разпространение сред потребителите и поради тази причина влиянието ѝ върху пазара в посока стимулиране и развитие на конкуренцията е ограничено. Делът на абонатите на историческото предприятие,

²⁰ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр. 9 и стр. 10.

²¹ Виж Точка 4. Пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни потребители и бизнес потребители от Раздел VI. Анализ и оценка на съответните пазари.

възползвали се от услугата „избор на оператор“ през периода не достига дори 1%. За същия период делът на трафика в минути, реализиран от абонати, ползващи услугата „избор на оператор“ в общия обем на междуселищните повиквания, повикванията към мобилни мрежи и към мрежи от вида „точка към много точки“ и международните повиквания нараства от 1,2% през 2005 г. до 3% през 2006 г. и съответно до 3,6 % през 2007 г.

Влияние върху конкурентната среда от гледна точка на въвеждането на нови технологии и услуги на **пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение** биха могли да окажат:

- технологичното развитие на пазара – от една страна използваните технологии за пакетен пренос на информация при изграждането на мрежите на алтернативните предприятия са оптималните към момента, а от друга – историческото предприятие разполага с добре развита инфраструктура, в която продължава да инвестира. Не е налице възможност за технологично надграждане на мрежите на опериращите на пазара предприятия, което да доведе до конкурентни предимства;
- предоставянето на услуги чрез мрежи от типа „точка към много точки“ с национален код за достъп – тези услуги се предлагат на потребителите в България от едно предприятие от края на 2007 г. Имайки предвид ниската степен на покритие на мрежата на предприятието, която ограничава достъпа на потребителите до подобна услуга, и все още ограниченото потребление на подобни услуги сред тях към момента на извършване на анализа, може да се предположи, че за периода до следващия анализ предлагането на подобен вид услуги не би повлияло съществено конкурентната среда;
- конвергенцията на мрежи и услуги – в края на 2007 г. и началото на 2008 г. две от мобилните предприятия („Мобилтел“ ЕАД и „Космо България Мобайл“ ЕАД) започнаха да предоставят конвергентни услуги, обвързващи мобилна и фиксирана гласова телефонна услуга за бизнес и домашни потребители. Въпреки това, предвид факта, че тези услуги са нови и тяхното разпространение тепърва предстои, не се очаква те да окажат съществено влияние върху пазарната ситуация на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в рамките на разглеждания период;
- очакваните окрупнявания на пазарните участници – КРС е на мнение, че в бъдещия период до две години съществува реална възможност на разглежданите пазари да настъпи окрупняване, изразяващо се в придобиването или сливането на пазарни участници. Пример за подобна сделка е очакваното сливане на две от предприятията, предоставящи достъп и обществени телефонни услуги в определено местоположение – „Евроком Кабел Мениджмънт България“ ЕАД и „Кейбълтел“ АД²². Сливането на двете компании се очаква да се случи най-рано през 2009 г., поради което КРС е на мнение, че то или евентуални други подобни бъдещи сделки няма да окажат съществено влияние върху пазарната ситуация в рамките на периода;
- въвеждането от 1 януари 2009 г. на преносимост на номерата за фиксирани мрежи - КРС счита, че преносимостта на номерата би могла да окаже влияние върху развитието на конкуренцията. Все пак, опитът от въведената преносимост за мобилни мрежи показва, че не би могло да се очаква това влияние да бъде съществено в рамките на разглеждания бъдещ двугодишен период.

²² Концентрацията е разрешена от КЗК с решение № 819/25.09.2008 г.

Във връзка с гореизложеното, отчитайки националните условия и вземайки предвид факторите, които оказват влияние върху услугите за **достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение**, в периода до следващия пазарен анализ КРС не се очаква технологични промени и съществени изменения в условията за стимулиране на конкуренцията, които да окажат съществено влияние върху пазарната ситуация.

3.3. Недостатъчна ефективност на конкурентното право

Общото заключение дали даден пазар подлежи на ex-ante регулиране зависи и от оценката дали правото в областта на конкуренцията е достатъчно за преодоляване на неефективната конкурентна среда, установена на пазара, в резултат на удовлетворяването на първите два критерия.

В България органът, овластен да прилага правото на защита на конкуренцията е Комисията за защита на конкуренцията. Нейната дейност се основава преди всичко на ex-post регулиране. В този случай регулаторни мерки се прилагат тогава, когато се установи, че от даден участник на пазара са извършени действия, довели до увреждане на конкуренцията. Това е и съществената разлика спрямо прилагането на ex-ante регулация, където налагането на определени мерки има за цел да се предотврати нарушаването на условията за конкуренция. В този случай контролът се осъществява в перспектива, за разлика от типичния за дейността на конкурентното ведомство принцип на последващ контрол. КЗК прилага ex-ante контрол единствено що се касае до оценки на концентрации на стопанска дейност, от което следва че възможността по силата на конкурентното право да бъдат наложени подходящи превантивни мерки за предотвратяване ограничаването на конкуренцията, е поставено в пряка зависимост от евентуалното осъществяване на сливания, вливания, придобивания или други форми на концентрация в сектора.

Като пример може да се посочи липсата на възможност по правилата на конкурентното право да се наложат задължения, свързани с осигуряване на достъп до изградените мрежи от предприятията на пазара. Ex-post регулирането предвижда предприемането на мерки, едва когато се установи, че вече е налице необоснован отказ за предоставяне на достъп, което води до нарушаване на конкуренцията. Прилагането на този принцип не позволява да бъдат предприети адекватни мерки, които превантивно да въздействат на поведението на участниците на пазара и да създадат такива правила, които да не водят до необосновани откази за достъп, освен ако не се касае за случаи на концентрации между предприятия. В резултат на това, в рамките на конкурентното право липсва ефективна възможност за преодоляване на идентифицираните по-горе структурни бариери, като например наличието на инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана. Не са налице възможности, при спазване принципите на конкурентното право, да бъдат приложени такива мерки, които да премахнат възможността от препятстване на достъпа до тази инфраструктура.

Ex-post регулацията представлява прилагане на последващ контрол и е свързан с предприемане на санкционни мерки за вече извършено нарушение. Този принцип на регулиране обаче не дава възможност за налагане на несанкционни мерки като например ценови ограничения на предприятията, чиято ценова политика може да доведе до нарушаване на условията за конкуренцията. В тази връзка, липсата на възможност въз основа на нормите на конкурентното право да се предприема конкретни мерки за бързо и ефективно въздействие върху условията за предоставяне на **достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение** на практика отнема възможността за стимулиране на конкуренцията на разглежданите пазари.

Следва да се отбележи и обстоятелството, че принципите за последваща регулация, т.е. след установяване на вече извършено нарушение, не включват възможността за периодично събиране на информация от предприятията, която ограничава възможността за анализ на тенденциите относно развитието на пазара в перспектива. По този начин се отнема възможността за предприемане на бързи и адекватни мерки с цел да се преодолее нарушаването на конкуренцията.

Като се има предвид посоченото, с оглед установените високи и непреходни бариери и липсата на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията, налагането от конкурентния регулаторен орган на имуществените санкции за вече извършени нарушения са недостатъчен механизъм за преодоляване на тези бариери, дори и санкциите да бъдат налагани в чести случаи. За ефективното развитие на пазарите за **достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение** е необходимо предприемането на мерки, които да могат да предотвратят извършването на нарушения, увреждащи конкуренцията, което не може да се постигне със заложените в ЗЗК принципи за последващо (ex-post) регулиране.

3.4. Заключение

В следствие на приложения тест на трите критерия по отношение на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, КРС прави заключение, че разглежданите пазари удовлетворяват трите кумулативно приложени критерия, следователно предполагат ex-ante регулиране.

В Разяснителната бележка²³ се обръща внимание на факта, че удовлетворяването на трите критерия не означава автоматично, че е необходимо регулиране на съответните пазари. То е необходимо само в случаите, когато се докаже наличието на едно или няколко предприятия със значително въздействие върху тях.

4. Съответен продуктов пазар

Съгласно чл. 9 от Методиката съответният продуктов пазар включва всички обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, за които е налице взаимозаменяемост при търсенето и взаимозаменяемост при предлагането.

Взаимозаменяемост при търсенето е налице, когато при относително малко, но постоянно повишаване на цената на дадена електронна съобщителна мрежа и/или услуга потребителите са склонни да пренасочат търсенето си към други електронни съобщителни мрежи и/или услуги, които са в състояние да я заменят на базата на техните характеристики, предназначение и цени.²⁴

Взаимозаменяемост при предлагането е налице, когато вследствие на малко, но постоянно повишаване на цената за предоставяне на електронната съобщителна мрежа и/или услуга предприятия, които не осъществяват електронни съобщения и не предоставят електронни съобщителни услуги на съответния пазар са в състояние в краткосрочен план, до 1 (една) година, да навлязат на него без значителни

²³ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр.11

²⁴ Чл. 10, ал. 1 от Методиката

допълнителни разходи за материални и нематериални дълготрайни активи, допълнителни инвестиции, стратегически решения и други.²⁵

4.1. Взаимозаменяемост при търсене и предлагане

При определяне на продуктовите пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение КРС, отчитайки особеностите на националния пазар на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, изследва взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на електронни съобщителни услуги, съотносими към обществената телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение чрез обществена телефонна мрежа.

В таблица 3 са представени съотносимите към обществената телефонна услуга електронни съобщителни услуги, които следва да бъдат разгледани от гледна точка на взаимозаменяемостта при търсене и предлагане с цел дефиниране на продуктови пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

²⁵ Чл. 11, ал. 1 от Методиката

Таблица 3

Съотносими към обществената телефонна услуга електронни съобщителни услуги, които следва да бъдат разгледани от гледна точка на взаимозаменяемостта при търсене и предлагане

Продук- тови пазари	Групи пазари на дребно	
	Достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение:	Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение:
	- достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители; - достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители	- обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение; - обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение; - обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение; - обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение
Електронни съобщителни услуги, които следва да бъдат разгледани от гледна точка на взаимозаменяемостта при търсене и предлагане спрямо групите пазари	- видове достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение - и - обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение	
	- достъп до обществена телефонна мрежа за домашни потребители - и - достъп до обществена телефонна мрежа за бизнес потребители	- обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители - и - обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители
	- достъп до фиксирана мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение - и - достъп до мобилна наземна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа	
	- достъп до фиксирана мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение - и - достъп до мрежа от вида „точка към много точки” и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мрежа от вида „точка към много точки”	
		- обществено достъпни национални телефонни услуги - и -обществено достъпни международни телефонни услуги
		- повиквания от географски към географски номера - и - повиквания от географски към негеографски номера²⁶;

²⁶ Вкл. мобилни номера, негеографски номера за предоставяне на услуги чрез обществена мрежа от неподвижна радиослужба от вида „точка към много точки”, негеографски номера за услуги 700, 800 и 90

		- обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение <i>и</i> - обществени телефонни услуги, предоставяни чрез обществени телефони
--	--	---

4.1.1. Видове достъп до обществена телефонна мрежа

Съгласно § 1, т. 41 от Допълнителните разпоредби на ЗЕС обществената телефонна услуга е дефинирана като „обществена електронна съобщителна услуга за пренасяне на глас и звук в реално време, чрез която се осъществяват национални и международни повиквания и достъп до услуги за спешна помощ, посредством номер или номера от национален или международен номерационен план, която може да включва една или повече от следните услуги: предоставяне на услуги чрез оператор, справки за телефонни номера, телефонни указатели, предоставяне на обществени телефони, предоставяне на услуга при специални условия, предоставяне на специални средства за хора с увреждания или лица със специални социални нужди, и/или предоставяне на негеографски услуги”²⁷.

От представените дефиниции може да бъде направен изводът, че има три основни изисквания, на които трябва да отговаря мрежата на едно предприятие, за да бъде определена тя като обществена телефонна мрежа, а услугите, предоставяни чрез нея да бъдат разглеждани като част от пазара на дребно на обществени телефонни услуги:

1. Обмяната на съобщения да се осъществява в реално време (да бъдат спазени изискванията за качество на услугата, съобразно действащите в Република България нормативни актове, стандарти и технически спецификации);

2. Мрежата да предоставя възможност за осъществяване на национални и международни повиквания, както и достъп до допълнителни услуги, сред които услуги за спешна помощ (мрежата да предоставя възможност за взаимно свързване с други електронни съобщителни мрежи);

3. Обмяната на съобщения да се осъществява посредством номер или номера от национален или международен номерационен план.

Достъп до обществени телефонни мрежи, отговарящи на представените изисквания, може да се осъществи по различни начини в зависимост от типа предприятие, предоставящо услугата, както и от използваната технология²⁸. Към края на 2007 г. в България достъп до обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят обществени телефонни услуги в определено местоположение може да се осъществи чрез:

- **Аналогова абонатна линия (PSTN)**

Осъществява се чрез един канал, даващ възможност за пренос на глас, пренос на факсимилни съобщения и пренос на данни с максимална скорост 56 kbit/s. Това е най-разпространеният вид абонатен достъп и традиционно се предоставя чрез усукана метална двойка като се използва разговорната честотна лента.

²⁷ ЗЕС, Допълнителни разпоредби, § 1, т. 41

²⁸ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр.22

- **Цифрова абонатна линия (ISDN)**

Представява цифров телефонен канал със скорост 64 kbit/s или кратна на нея, позволяващ ползването на набор от услуги. Има две разновидности:

Основен достъп ISDN BRA (Basic Rate Access) или ISDN (2B+D)

Линията разполага с два В-канала, всеки от които със скорост 64 kbit/s и един D-канал за сигнализация със скорост 16 kbit/s и позволява две едновременни повиквания за глас или данни (към един и същ или различни абонати). Двата В-канала могат да се обединят и използват за пренос на данни със скорост 128 kbit/s. Този вид достъп е предназначен за домашни и малки бизнес абонати, както и за свързване на учреденски централи с малък капацитет.

Първичен достъп ISDN PRA (Primary Rate Access) или ISDN (30B+D)

Линията разполага с 30 В-канала за данни, всеки от които със скорост 64 kbit/s и един сигнализационен (D-канал) със скорост 64 kbit/s, което съответства на скорост 2 048 kbit/s на пренасяне на цифровия сигнал. Достъпът е предназначен само за бизнес абонати и почти винаги се използва заедно с учреденска централа (УАТЦ).

- **Кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио–телевизионни програми (CATV мрежа)**

Кабелните мрежи за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми представляват хибридни оптично-коаксиални мрежи (HFC). Кабелните телевизионни сигнали заемат само част от честотната лента на коаксиалния/оптичния кабел, поради което остава свободен капацитет, който може да бъде използван за други видове услуги като широколентов достъп до интернет и кабелна телефония. Много предприятия на кабелни мрежи за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми инсталират специални телефонни интерфейси в помещенията на крайните потребители, които позволяват преобразуването аналоговия сигнал в цифров и пренасянето му до комутационния център на предприятието и прехвърлянето му към обществената комутируема телефонна мрежа.

- **Безжични мрежи**

Безжичните мрежи се използват за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение в следните случаи:

- при предоставяне на фиксирана телефонна услуга чрез мобилни наземни мрежи (като част от конвергентна услуга);
- за достъп до крайни потребители на мрежи, използващи географски номера, при които в част от мрежата се използва безжична технология (CDMA, WiMAX и др.).

Техническата реализация на пренасянето на повиквания при различните видове достъп, са:

- комутация на канали – при PSTN и ISDN;
- комутация на пакети – при IP-базирани мрежи.

Всеки от изброените по-горе видове достъп позволява на крайните потребители да използват пълен набор от обществени телефонни услуги – да осъществяват входящи и изходящи повиквания, пренос на факсимилни съобщения и данни. По тази причина, въпреки използваните различни видове комутация, КРС счита, че всеки от разгледаните видове достъп следва да бъде разглеждан като част от съответния пазар на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа, тъй като функционалността, която всеки вид достъп предоставя на крайните потребители, е аналогична.

4.1.2. Достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

КРС анализира взаимозаменяемостта при търсене и предлагане на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

Взаимозаменяемост при търсене

Обикновено услугите за достъп до обществена телефонна мрежа и обществената телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение, се предлагат на крайните потребители заедно, което обаче не следва да се разглежда като предпоставка за отнасянето им към един пазар²⁹. За да се прецени дали конкретните услуги принадлежат към един пазар е необходимо те да бъдат разгледани от гледна точка на тяхната взаимозаменяемост при търсенето.

Услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение са услуги, които от гледна точка на техните характеристики и предназначение следва да се разглеждат като взаимодопълващи се, а не като взаимозаменяеми поради факта, че наличието на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение е необходимо условие за ползването на обществени телефонни услуги в определено местоположение (например за осъществяването на национални и международни повиквания).

С навлизането на услугата за достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор“ на пазара на електронни съобщителни услуги в България от 2005 г. потребителите имат възможност да ползват двете услуги (достъп до обществена телефонна мрежа и обществени телефонни услуги) независимо една от друга.

В този смисъл, ако предприятие, предоставящо достъп до обществена телефонна мрежа и обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение повиши цената на телефонната услуга, това може да предизвика съответни действия от страна на крайните потребители, които биха могли да изберат друг доставчик на обществена телефонна услуга.

Взаимозаменяемост при предлагане

С оглед на размера на инвестициите, необходими за изграждането на обществена телефонна мрежа, чрез която да се осъществява достъп до обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение, както и необходимостта от извършване на разходи за ползване на ограничен ресурс, може да се направи заключение, че е малко вероятно в краткосрочен план предприятие, предоставящо единствено услугата „избор на оператор“ да предложи услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение в резултат на малко, но постоянно увеличение на цената на услугата достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение.³⁰

²⁹ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр.23

³⁰ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр.23

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и взаимозаменяемостта при предлагане на услугата за достъп до обществена телефонна мрежа и обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, КРС прави заключение, че двете услуги не принадлежат към един пазар.

4.1.3. Достъп до обществена телефонна мрежа за домашни потребители и достъп до обществена телефонна мрежа за бизнес потребители

КРС анализира взаимозаменяемостта при търсене и предлагане на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа за домашни потребители в определено местоположение и услугите за достъп до обществена телефонна мрежа за бизнес потребители в определено местоположение.

Взаимозаменяемост при търсене

И двата вида достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение - за домашни и бизнес потребители функционално са идентични поради факта, че се предоставят чрез една и съща инфраструктура и имат еднакви качествени характеристики. Следва да се отбележи обаче, че домашните и бизнес потребителите имат различни потребности от гледна точка на ползвания от тях достъп. Някои от услугите са предназначени само за едната група потребители – първичният ISDN достъп, например, се ползва само от бизнес потребители. Домашен потребител не би могъл да използва ефективно капацитета, който предлага първичния ISDN достъп, още повече, че този вид достъп обикновено се използва заедно с учреденска централа (УАТЦ). Различните нужди на домашните и бизнес потребителите пораждаят търсене на различни услуги на пазара, което от своя страна предопределя разглеждането на отделни пазари за домашни и бизнес потребители.

Един от основните фактори, които оказват влияние на потребителското търсене на националния пазар на достъп до обществена телефонна мрежа е цената за достъп, която стандартно включва такса за откриване на телефонен пост и месечен абонамент за телефонен пост. В таблица № 4 са посочени актуалните през 2007 г. цени на историческото предприятие за откриване на телефонен пост според вида достъп.

Таблица 4

Цени за откриване на телефонен пост и месечен абонамент на „БТК” АД, актуални към 31.12.2007 г. (в лв., вкл. ДДС)

Видове потребители	Видове постове		
	Обикновен телефонен пост / АСЛ	ISDN BRA (2B+D)	ISDN PRA (30B+D)
Откриване на телефонен пост (в лв., вкл. ДДС)			
Домашни потребители	24.00	84.00	-
Бизнес потребители	84.00	120.00	720.00
Месечен абонамент за телефонен пост (в лв., вкл. ДДС)			
Домашни потребители	13.80*	18.00	-

Бизнес потребители	21.60	42.00	804.00
-----------------------	-------	-------	--------

Източник: Цени за продажби на дребно на „БТК“ АД, София, февруари 2007 г.

* План БТК У Дома 50 (Стандартен план)-прав пост с включени 50 минути за селищни и междуселищни разговори или 25 импулса при централи без възможност за таксуване по време

Видно от таблицата по-горе, цените за откриване и за месечен абонамент за телефонен пост на бизнес абонати са в пъти по-високи от цените за съответния вид достъп, предлаган на домашни абонати. Следователно, може да се предположи, че домашните потребители не биха възприели двата вида достъп като взаимозаменяеми услуги.

Взаимозаменяемост при предлагане

Предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна мрежа имат различен маркетингов подход и предлагат различни услуги, в зависимост от това към коя потребителска група е насочена услугата. Често срещана практика в сайтовете на предприятията, предлагащи достъп до обществени телефонни услуги в определено местоположение е обособяването на отделни категории, съответно за домашни и бизнес потребители. Освен това, различните договорни срокове, условия и ценови структури, включващи процентни отстъпки в зависимост от размера на дължимата сума, са фактори, които предполагат, че услугите, предназначени за домашни и за бизнес потребители, следва да се отнесат към различни съответни пазари.

Следва да се отбележи и фактът, че предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна мрежа в България разграничават домашните от бизнес потребителите чрез персоналния им идентификатор. За домашните потребители този идентификатор е Единния граждански номер (ЕГН), а за бизнес потребителите това е Единния идентификационен код (ЕИК).

Основната част от предприятията, предлагащи достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение в България имат оферти както за домашни, така и за бизнес потребители. Данните, предоставени от алтернативните предприятия сочат, че към края на 2007 г. 70 % от техните активни абонатни постове са служебни, което показва, че целевата аудитория на алтернативните предприятия са бизнес абонатите. Пет от тези предприятия са посочили, че обслужват само бизнес потребители като абонати на услуги за достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение.

Малко вероятно е предприятие, което е изградило стратегия за обслужване на бизнес потребители, разчитайки на големи обеми трафик и комплексни решения за бизнеса да премине към предлагане на услуги за домашни потребители вследствие на малко, но постоянно повишаване на цената на услугите за домашни потребители, както и обратното.

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа за домашни и за бизнес потребители в определено местоположение, КРС прави заключение, че съществуват отделни пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители и за бизнес потребители.

4.1.4. Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители

КРС анализира взаимозаменяемостта при търсене и предлагане на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители, и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители.

Взаимозаменяемост при търсене

Както при достъпа до обществена телефонна мрежа, така и при обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, търсенето на потребителите зависи от една страна от техните потребности, а от друга – от цената на услугата. Цената, която крайният потребител заплаща за проведените разговори обикновено е резултат от множество фактори – избрания абонаментен план, дестинацията на повикванията, часовата зона, в която се провеждат разговорите и др. В много случаи бизнес потребителите ползват отстъпки в зависимост от обема трафик, който далеч надвишава този на домашните потребители. Това означава, че за много бизнес абонати ще е по-изгодно да запазят тези отстъпки, вместо да ползват услуги, предназначени за домашни потребители, в случай на относително малко, но постоянно ценово увеличение на услугите за бизнес потребители. От друга страна едно домакинство трудно би могло да достигне такъв обем трафик, който да доведе до постигане на същите отстъпки, както при бизнес абонатите. Поради това не може да се приеме, че при относително малко, но постоянно увеличение на цената на обществената телефонна услуга, предназначена за домашни потребители, последните биха ползвали услуги, предназначени за бизнес абонати.

Услугите, предназначени за бизнес потребители са приспособени към техните специфични потребности от гледна точка на използваните брой постове, различни видове допълнителни услуги и схеми на потребление. По-голяма част от допълнителните услуги, които са предназначени за бизнес клиенти (виртуална частна мрежа - VPN, възможност за аудио конференции и др.) не се предлагат на домашни потребители. Поради това КРС счита, че е малко вероятно при относително малко, но постоянно увеличение на цената на телефонните услуги за бизнес потребители голям брой бизнес абонати да се преориентират към услуги, предназначени за домашни потребители.

Взаимозаменяемост при предлагане

Предприятията, предоставящи обществена телефонна услуга в определено местоположение делят клиентите си на домашни и бизнес, като изграждат своята маркетингова, ценова и сервизна политика в зависимост от нуждите на тези два вида целеви групи. Акцентът в офертите за домашни потребители обикновено е поставен върху абонаментни планове с включени т.нар. „безплатни минути” и върху пакетни услуги, включващи обществена телефонна услуга и кабелна телевизия; обществена телефонна услуга и достъп до интернет или обществена телефонна услуга, кабелна телевизия и достъп до интернет. Предложенията за бизнес клиенти са насочени към анализиране на нуждите на отделния потребител и предлагане на комплексни решения за офиса и съответната бизнес организация, които биха могли да включват: проектиране на цялостна комуникационна инфраструктура, доставка, инсталиране, конфигурация, последващи настройки и поддръжка на изградената инфраструктура,

обучение на персонала, изграждане на VPN и други. По отношение на ценовата политика, насочена към бизнес клиенти, практика е и прилагането на скала за ценови отстъпки при реализиран обем трафик.

Поради съществените разлики в прилаганата от предприятията маркетингова политика спрямо различните видове потребители на обществени телефонни услуги КРС е на мнение, че е малко вероятно предприятие, което е изградило стратегия за обслужване на бизнес потребители, разчитайки на големи обеми трафик и комплексни решения за бизнеса да премине към предлагане на услуги за домашни потребители вследствие на малко, но постоянно повишаване на цената на услугите за домашни потребители, както и обратното.

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и за бизнес потребители, КРС прави заключение, че съществуват отделни пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители.

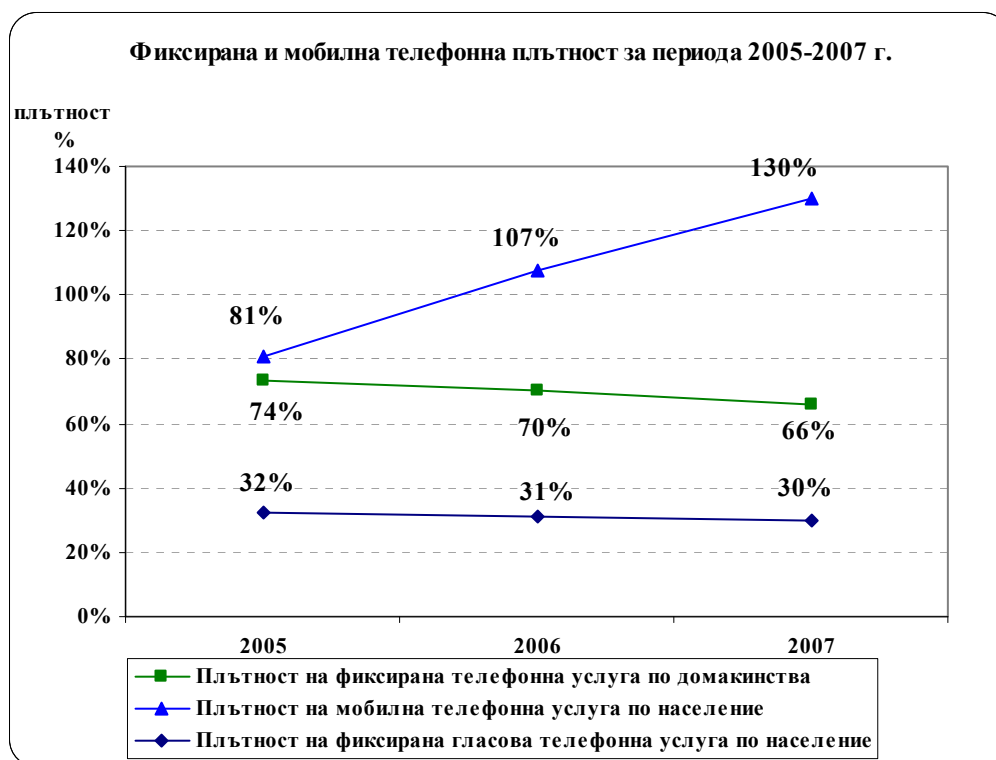
4.1.5. Достъп до фиксирана мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и достъп до мобилна наземна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа

КРС оценява потенциалната взаимозаменяемост на достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и мобилния достъп, спазвайки принципа на технологична неутралност по отношение на мрежите. Двата вида достъп, както и двата вида обществено достъпни телефонни услуги се разглеждат от гледна точка на тяхната взаимозаменяемост при търсене и предлагане.

Взаимозаменяемост при търсене

При оценяването на потенциалната взаимозаменяемост на достъпа до фиксирана мрежа и обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение с мобилния достъп и обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни чрез мобилни наземни мрежи следва да се прецени доколко потребителите биха били склонни да заменят единия вид достъп и телефонната услуга, предоставяна чрез него, с другия вид достъп и съответната гласова телефонна услуга.

Фигура 9 показва изменението на фиксираната и мобилната плътност за периода 2005-2007 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 9

Въпреки наблюдаваната от последните години тенденция на намаление на фиксираната телефонна плътност и на увеличение на мобилната, следва да се отбележи, че потребителите на обществени телефонни услуги в определено местоположение не са склонни да заменят изцяло достъпа в определено местоположение с мобилен достъп. Мобилната телефонна плътност в България се увеличава с много по-големи темпове в сравнение с намалението на фиксираната телефонна плътност. В периода 2005 - 2007 г. мобилната телефонна плътност се увеличава съответно с 33% през 2006 г. в сравнение с 2005 г. и с 21% през 2007 г. спрямо предходната година. Намалението на плътността на фиксираната телефонна услуга по население е съответно: с 3% през 2006 г. спрямо 2005 г. и с 4% през 2007 г. спрямо 2006 г., а намалението на фиксираната телефонна плътност по домакинства – с 5% и 6% за съответните години. Изхождайки от обстоятелството, че увеличението на мобилната телефонна плътност не води до съответно или съпоставимо намаление във фиксираната телефонна плътност, може да се предположи, че потребителите не възприемат фиксирания и мобилния достъп като взаимозаменяеми. Запазването на фиксирания достъп от страна на потребителите до голяма степен се дължи на възможностите, които той предоставя за ползване и на други услуги, различни от обществената телефонна услуга. За домашните потребители това са пакетните услуги или ползването на ADSL достъп, а за бизнес потребителите – услугите за пренос на данни и достъп до интернет.

Разглеждайки двата вида достъп от гледна точка на предоставянето само на обществена телефонна услуга може да се посочат няколко основни различия между обществената телефонна услуга, предоставяна чрез фиксиран и мобилен достъп. От една страна качеството на услугата, предоставяна чрез мобилна наземна мрежа може да бъде влошено от редица външни за доставчика фактори като високи сгради, тунели, плътност на застрояване, атмосферни условия, смущаващи сигнала съоръжения или прекалено голям брой абонати, които ползват услуги в мрежата в един и същи момент

от време, което не важи за достъпа до фиксирана мрежа. От друга страна потребителският разход за достъп в определено местоположение може да се споделя от по-голям брой потребители (членовете на едно домакинство), а разходът за достъп до мобилни наземни мрежи се покрива обикновено от един потребител.

Анализирайки потенциалната взаимозаменяемост на обществените телефонни услуги, предоставяни съответно чрез фиксиран и мобилен достъп е логично да се направи аналогично заключение – потребителите не биха възприели тези услуги като взаимозаменяеми. При анализа на взаимозаменяемостта се вземат предвид и цените на двата вида услуги поради факта, че цената на услугата оказва съществено влияние върху потребителското поведение от гледна точка на търсенето. Взаимозаменяемост при търсенето може да бъде налице, когато цените на съответните електронни съобщителни услуги са еднакви или сходни.³¹ В таблица 5 са поместени среднопретеглените цени на дребно, изчислени въз основа на данни за приходите и трафика в минути за повиквания, генерирани от фиксирани и от мобилни мрежи.

Таблица 5

Среднопретеглени цени на дребно за повиквания от фиксирани и мобилни мрежи през 2007 г.³²

Вид трафик	Среднопретеглена цена за повиквания (в лв./минута)	Вид трафик	Среднопретеглена цена за повиквания (в лв./минута)
От фиксирана мрежа към друга фиксирана мрежа (селищни и междуселищни разговори)*	0,095	От мобилна мрежа към друга мобилна мрежа	0,367
От фиксирана мрежа към мобилна мрежа	0,571	От мобилна мрежа към фиксирана мрежа	0,200

* не са включени повикванията в рамките на собствената мрежа

Поради значителните разлики в среднопретеглените цени на дребно за повиквания от фиксирани и мобилни мрежи може да се предположи, че е малко вероятно обществените телефонни услуги, предоставяни чрез фиксирани мрежи и чрез мобилни мрежи да се възприемат от потребителите като взаимозаменяеми.

Основна функционална характеристика, която разграничава двата вида достъп и обществените телефонни услуги, предоставяни чрез тях и въз основа на която те не биха могли да се считат за взаимозаменяеми, е възможността за мобилност. Достъпът до фиксирана телефонна мрежа и обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение се различават от достъпа до мобилна наземна мрежа и телефонните услуги, предоставяни чрез нея по това, че при мобилния достъп услугата се предоставя независимо от местоположението на потребителя, докато фиксираният достъп е неизменно свързан с конкретно местоположение. По тази причина от гледна точка на взаимозаменяемостта потребителят не би могъл да замени мобилния достъп и обществената телефонна услуга, предоставяна чрез мобилна наземна мрежа с фиксирания достъп и съответната услуга, предоставяна в определено местоположение.

Взаимозаменяемост при предлагане

При оценката на взаимозаменяемостта при предлагането КРС изследва възможността вследствие на малко, но постоянно повишаване на цената на достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение предприятие,

³¹ Чл. 10, ал. 3 от Методиката

³² Среднопретеглените цени са изчислени като отношение на приходите от абонати за проведени разговори (в лева) към реализирания трафик (в минути)

предоставящо електронни съобщителни услуги чрез мобилна наземна мрежа, да се насочи към предлагането на продукт, чиито характеристики от гледна точка на качество и цена максимално да се доближават до характеристиките на фиксирания достъп и обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

Предприятие, предоставящо единствено достъп до мобилна наземна мрежа и обществено достъпна телефонна услуга чрез мобилна наземна мрежа не би могло да предложи фиксиран достъп до фиксирана телефонна мрежа и обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение, без да извърши съответното адаптиране на производствените си ресурси, свързано с разход на ресурси и време. Следователно, не е налице взаимозаменяемост на достъпа до фиксирана телефонна мрежа и до мобилна наземна мрежа от гледна точка на предлагането, както и взаимозаменяемост на общественото достъпните телефонни услуги, предоставяни чрез двата вида достъп.

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и взаимозаменяемостта при предлагане на достъп до фиксирана телефонна мрежа и до мобилна наземна мрежа КРС прави заключение, че двата вида достъп не принадлежат към един пазар.

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение чрез фиксирана мрежа и чрез мобилна наземна мрежа КРС прави заключение, че двата вида услуги не принадлежат към един пазар.

4.1.6. Достъп до фиксирана мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и достъп до мрежа от вида „точка към много точки” и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мрежа от вида „точка към много точки”

Предоставянето на обществени телефонни услуги чрез мрежи от типа „точка към много точки” може да се извършва както чрез използване на географски номера, така и чрез негеографски номера с национален код за достъп. Използването на съответните номера се определя от технологията, начина на изграждане на мрежата и пазарната политика на предприятието. В случаите, когато използваната технология позволява ограничена подвижност (номадност) на абонатите, услугите могат да бъдат предоставяни чрез негеографски номера с национален код за достъп. Именно тези услуги КРС разглежда като алтернатива на повикванията от определено местоположение на обществени телефонни мрежи.

Взаимозаменяемост при търсене

При оценка на взаимозаменяемостта при търсене следва да се има предвид, че услугите, предоставяни чрез географски и негеографски номера с национален код за достъп имат различни характеристики. Въпреки, че и двете услуги могат да бъдат предоставяни в определено местоположение чрез обществена телефонна мрежа, липсата на обвързаност на негеографския номер с определено географско местоположение е характеристика, която отличава в значителна степен двата типа услуги. Услугите, предоставяни в определено местоположение посредством негеографски номера дават на крайните потребители допълнителна възможност за промяна на местоположението, в което се предоставя услугата. Потребителите могат да използват услугата навсякъде, където мрежата на предприятието, на което са абонат, има покритие. Тази възможност липсва при услугите, предоставяни чрез географски номера, тъй като всеки номер е обвързан с определен географски адрес. Все пак,

възможността за подвижност на абонатите е ограничена само в зоната на покритие на мрежата, която към момента е в рамките на населеното място.

От друга страна, повиквания чрез мрежи от типа „точка към много точки” с национален код за достъп се предлагат на потребителите в България от едно единствено предприятие от края на 2007 г. Имайки предвид характеристиките на двете услуги, ниската степен на покритие на мрежата на предприятието, което ограничава достъпа на потребителите до услуги чрез мрежи от типа „точка към много точки” с национален код за достъп, както и все още ограниченото потребление на подобни услуги към момента на извършване на анализа, КРС достига до заключението, че осъществяването на повиквания чрез негеографски номера с национален код за достъп от мрежи от типа „точка към много точки” не може да бъде прието за взаимозаменяемо на повикванията от определено местоположение на обществени телефонни мрежи и не се очаква това да се промени в разглеждания бъдещ двугодишен период.

Взаимозаменяемост при предлагане

При оценката на взаимозаменяемостта при предлагането КРС изследва възможността вследствие на малко, но постоянно повишаване на цената на достъп до фиксирана телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение предприятие, предоставящо електронни съобщителни услуги чрез мрежа от вида „точка към много точки” и обществени телефонни услуги чрез негеографски номера с национален код за достъп да се насочи към предлагането на продукт, които максимално да се доближава от гледна точка на качество и цена до фиксирания достъп и обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

Поради наличието на високи и непреходни структурни, правни и регулаторни бариери за навлизане на пазарите на достъп до фиксирана телефонна мрежа и обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение³³ може да се предположи, че предприятие, предоставящо услуги чрез мрежа от вида „точка към много точки” и обществени телефонни услуги чрез негеографски номера с национален код за достъп не би могло в краткосрочен план да навлезе на пазарите на достъп до фиксирана телефонна мрежа и обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение без допълнителни разходи за материални и нематериални дълготрайни активи, допълнителни инвестиции, необходимост от издаване на съответно разрешение и др. Следователно не е налице взаимозаменяемост от гледна точка на предлагането на достъпа до фиксирана телефонна мрежа и обществено достъпната телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение и достъпа до мрежа от вида „точка към много точки” и съответните телефонни услуги, предоставяни чрез негеографски номера с национален код за достъп.

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на достъп до фиксирана телефонна мрежа и до мрежа от вида „точка към много точки” КРС прави заключение, че двата вида достъп не принадлежат към един пазар.

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение чрез фиксирана мрежа и чрез негеографски номера с национален код за достъп, предоставяна чрез мрежа от вида „точка към много точки” КРС прави заключение, че двата вида услуги не принадлежат към един пазар.

³³ Раздел V. „Определяне на съответния пазар” т. 3.1. „Наличие на високи и непреходни бариери за навлизане на пазара”

4.1.7. Обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги

Може да се твърди, че по отношение на изходящите телефонни повиквания абонатите не възприемат селищните, междуселищните и международните повиквания като взаимозаменяеми. Следователно може да се счита, че отделните видове повиквания принадлежат към различни пазари на дребно. От друга страна увеличението на цената на една от тези услуги би могло да стимулира предприятие, предоставящо другите видове телефонна услуга да предприеме всички необходими действия на пазара на едро, за да може да предоставя съответната услуга на дребно. Въпреки това, съществуват някои специфични обстоятелства, които могат да ограничават възможностите на предприятията да предоставят пълния набор от продукти на пазара на едро на международни телефонни услуги.³⁴

Взаимозаменяемост при търсене

От гледна точка на взаимозаменяемостта при търсенето международните телефонни повиквания, независимо от дестинацията им, не се възприемат от абонатите като взаимозаменяеми с националните телефонни повиквания. Основната причина за това е липсата на функционална взаимозаменяемост на двата вида повиквания, изразяваща се в обстоятелството, че ако потребителят има потребност да осъществи повикване към лице, пребиваващо извън границите на Република България, то той не би осъществил национално повикване.

Взаимозаменяемост при предлагане

При оценката на взаимозаменяемостта при предлагането на национални и международни телефонни услуги следва да се прецени дали при малко, но постоянно увеличение на цената на международните телефонни услуги предприятие, предоставящо само национални телефонни услуги би започнало да предлага и международни телефонни услуги. Както и обратното – дали при малко, но постоянно увеличение на цената на националните телефонни услуги предприятие, предоставящо само международни услуги, би започнало да предлага и национални такива. И в двата случая за да започне предлагане на национални/международни услуги, едно предприятие трябва да сключи голям брой договори за взаимно свързване с предприятия, предоставящи обществено достъпни телефонни услуги на националния пазар или в чужбина. Според КРС и в двата случая това би отнело технологично време, което би попречило на предприятието да навлезе за кратък период на интересувания го пазар и да се възползва от създалата се ситуация, извличайки печалба като предоставя национални/международни разговори на по-ниски цени от хипотетичния монополист. Освен това в случай, че едно предприятие възнамерява да започне да предоставя международни повиквания, то е налице нужда от изграждането на допълнителна собствена инфраструктура за физическа реализация на международното свързване или наемането/закупуването на услуги на едро, чрез които то да бъде осъществено.

От друга страна, КРС е на мнение, че съществуват съществени различия в конкурентните условия на пазарите на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес и домашни потребители, и пазарите на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес и домашни потребители. За това свидетелства и

³⁴ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 11.02.2003 г, стр. 17.

динамиката на общия пазарен дял на алтернативните предприятия, изчислен на база трафик от реализирани международни повиквания. В периода 2005 – 2007 г. пазарният дял на алтернативните предприятия се е увеличил с близо 14 пункта, докато изменението на съответния показател, отнасящ се до обществено достъпни национални телефонни услуги е по-малко от 2 пункта. Друга особеност на пазара на обществено достъпни международни телефонни услуги, е че основната част от международния трафик, реализиран от алтернативните предприятия през 2007 г. се дължи на проведени международни разговори от бизнес абонати (93%).

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, КРС прави заключение, че двата вида разглеждани услуги не принадлежат към един пазар.

4.1.8. Повиквания към географски номера и повиквания към негеографски номера (мобилни номера, негеографски номера за предоставяне на услуги чрез обществена мрежа от неподвижна радиослужба от вида „точка към много точки“, номера, определени от кодове за достъп до национални негеографски услуги 700, 800 и 90 и кратки национални кодове с първа цифра „1“)

Съгласно т.6 от Допълнителната разпоредба на ЗЕС, географският номер е номер от Националния номерационен план, част от цифрите на който имат географско значение и които се използват за маршрутизация на повиквания към физическо местоположение на крайна точка на електронна съобщителна мрежа. Понятието "негеографски номер" е дефинирано в т. 33 от Допълнителната разпоредба на ЗЕС като номер от Националния номерационен план, който не е географски и не е обвързан с географско място, като номерата за мобилни услуги, безплатни телефонни услуги, услуги с добавена стойност и други.

С цел дефиниране на продуктовете пазари на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, КРС следва да прецени доколко повикванията от географски към географски номера и от географски към негеографски номера могат да се определят като взаимозаменяеми от гледна точка на търсенето или предлагането. За целта, следва да се разгледат следните видове повиквания от географски номера към номера, които не са обвързани с географско място:

- повиквания към мобилни наземни мрежи;
- повиквания към мрежи от вида „точка към много точки“ с национален код за достъп;
- повиквания към номера за комутируем достъп до Интернет;
- повиквания към негеографски номера от типа 700XYZZZ, 800XYZZZ, 90XYTZZZ и кратки номера (информационни и безплатни).

Взаимозаменяемост при търсене

От гледна точка на търсенето може да се предположи, че потребители на обществено достъпна телефонна услуга в определено местоположение не биха възприели повиквания към по-горе изброените негеографски номера като взаимозаменяеми на повикванията към географски номера. Въпреки, че с оглед високото проникване на мобилни услуги в България (виж фиг. 9) може да се очаква, че голяма част от крайните потребители на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение имат възможност да приемат и повиквания на лични

мобилни телефони, то същото не може да се каже за останалите видове негеографски номера, които са предназначени за друг тип повиквания (за получаване на справочна информация, комутируем достъп до Интернет и др.). По тази причина КРС е на мнение, че от гледна точка на търсенето повикванията към географски и негеографски номера не се възприемат от крайните потребители като достатъчно взаимозаменяеми, за да могат да бъдат причислени към един и същ пазар на дребно.

Взаимозаменяемост при предлагане

За предприятие, предоставящо обществени телефонни услуги в определено местоположение с възможност за повиквания само към географски номера няма да представлява значителна трудност да започне да предоставя възможност за повиквания и към негеографски номера в резултат на малко, но постоянно повишаване на цената на повиквания от географски към негеографски номера от страна на хипотетичен монополист. За предоставянето на възможност за абонатите с географски номера на такова предприятие да осъществяват повиквания и към негеографски номера е необходимо единствено предприятието да сключи договори за взаимно свързване със съответните предприятия, в мрежите на които следва да се терминира повикването. Предлагането на тази услуга не би следвало да е съпроводена с необходимост от реализиране на значителни допълнителни разходи за въпросното предприятие поради обстоятелството, че предприятията, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение, използват една и съща инфраструктура за осъществяване на повиквания към географски номера и към негеографски номера.

В Разяснителната бележка към Препоръката на Европейската комисия от 11.02.2003 г. е посочено, че определянето на по-ограничен пазар е уместно в случай, че взаимозаменяемост от гледна точка на предлагането не съществува или е ограничена.³⁵

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на повиквания от географски към географски номера и от географски към негеографски номера, КРС прави заключение, че от гледна точка на предлагането повикванията от географски към географски номера и към негеографски номера принадлежат към един и същ пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

4.1.9. Обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществени телефонни услуги, предоставяни чрез обществени телефони

Съгласно т. 38 от Допълнителната разпоредба на ЗЕС "обществен телефон" е обществено достъпен телефонен апарат (специално устройство), за използването на който средствата за плащане могат да са монети и/или кредитни/дебитни карти, и/или предварително платени карти, включително карти, използвани чрез набиране на кодове.

Взаимозаменяемост при търсене

Обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществените телефонни услуги, предоставяни чрез обществени телефони биха могли да се разглеждат като взаимозаменяеми от гледна точка на потребителя поради следните сходни характеристики:

- пренасяне на глас в реално време;

³⁵ Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 11.02.2003 г., стр. 17.

- възможност за осъществяване на изходящи национални и международни повиквания;
- възможност за осигуряване на безплатен достъп до услуги за спешни повиквания.

Следва да се отчете обаче, че за периода на анализа потребителите на обществените телефони в страната нямат възможност да получават входящи повиквания, поради което услугите предоставяни чрез обществени телефони биха могли само частично да заменят обществената телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение. За това говорят потреблението и приходите от обществени телефонни услуги: относителният дял на изходящия трафик, реализиран чрез обществени телефони през 2007 г. е едва 0,4% от целия изходящ трафик в минути, реализиран в мрежи, чрез които се предоставят обществени телефонни услуги в определено местоположение, докато приходите от тези услуги съставляват само 0,8% от всички приходи от обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

Взаимозаменяемост при предлагане

Разглеждайки взаимозаменяемостта при предлагането на двете услуги следва да бъде отчетено наличието на високи и непреходни структурни, правни и регулаторни бариери за навлизане на съответния пазар, разгледани в Раздел V, точка 3. „Прилагане на теста на трите критерия” и по-конкретно необходимостта от използването на ограничен ресурс – номера от Националния номерационен план. Следователно може да се направи заключение, че е малко вероятно предприятие, предоставящо достъп до обществено достъпни телефонни услуги чрез обществени телефони да започне да предоставя обществена телефонна услуга в определено местоположение за домашни или бизнес потребители вследствие на малко, но постоянно увеличение на цената.

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и чрез обществени телефони КРС прави заключение, че двата вида разглеждани услуги не принадлежат към един пазар.

5. Съответен географски пазар

Съгласно Насоките за пазарните анализи и оценката на значително въздействие върху пазара и чл. 14, ал. 1 от Методиката, географският обхват на съответния пазар в сектора на електронните съобщения традиционно се определя въз основа на два главни критерия:

- покритие по територия на обществените електронни съобщителни мрежи;
- наличие на еднакви законови и регулаторни изисквания за предоставяне на електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

Въз основа на тези критерии географският пазар може да бъде определен като местен, регионален, национален или обхващащ територията на две или повече страни (например общоевропейски пазар, пазар, обхващащ територията на Европейското икономическо пространство, или глобален пазар).

Съгласно чл. 152, ал. 3 от ЗЕС, географският пазар включва определена територия, в която се предлагат съответните взаимозаменяеми обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, и в която конкурентните условия са еднакви и се различават от тези в съседни райони.

Вземайки предвид разпоредбите на европейското и националното законодателство, КРС определя *територията на Република България* за географски пазар на пазарите за достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. Националният обхват на разглежданите пазари може да се обоснове и с обстоятелството, че предприятията, предоставящи съответните услуги, са лицензирани или имат издадено разрешение да предоставят тези услуги на територията на Република България.

6. Заключение

Във връзка с гореизложеното, КРС достигна до следните заключения по отношение определянето на съответните пазари:

Съответните продуктови пазари, обект на този анализ, са:

1. *Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители* – включващ следните видове достъп до обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят услуги в определено местоположение на домашни потребители: аналогов, ISDN, чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио-телевизионни програми, безжичен ;

2. *Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители* – включващ следните видове достъп до обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят услуги в определено местоположение на бизнес потребители: аналогов, ISDN, чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио-телевизионни програми, безжичен;

3. *Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение* – включващ следните услуги:

- селищни повиквания от географски номер на домашни потребители към друг географски номер;
- междуселищни повиквания от географски номер на домашни потребители към друг географски номер;
- повиквания от географски номер на домашни потребители към негеографски номер (мобилен номер, негеографски номер за предоставяне на услуги чрез обществена мрежа от неподвижна радиослужба от вида „точка към много точки”, номер, определен от кодове за достъп до национални негеографски услуги 700, 800 и 90 и кратки национални кодове с първа цифра „1”);

4. *Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители в определено местоположение* – включващ повиквания от географски номер на домашни потребители към номера, принадлежащи към националните номерационни планове на други страни;

5. *Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение* – включващ следните услуги:

- селищни повиквания от географски номер на бизнес потребители към друг географски номер;
- междуселищни повиквания от географски номер на бизнес потребители към друг географски номер;
- повиквания от географски номер на бизнес потребители към негеографски номер (мобилен номер, негеографски номер за предоставяне на услуги чрез обществена мрежа от неподвижна радиослужба от вида „точка към много точки”, номер, определен от кодове за достъп до национални негеографски услуги 700, 800 и 90 и кратки национални кодове с първа цифра „1”);

6. *Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители в определено местоположение* – включващ повиквания от географски номер на бизнес потребители към номера, принадлежащи към националните номерационни планове на други страни.

Географският обхват на всеки един от разглежданите съответни пазари е *територията на Република България*.

При изследването на взаимозаменяемостта на услугите от гледна точка на търсене и предлагане, които са съотносими към обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение бяха обособени две групи пазари на дребно – пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение (пазари с поредни номера 1 и 2 от представените по-горе) и пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение (пазари с поредни номера 3, 4, 5 и 6 от представените по-горе). КРС смята да запази това групиране и при анализа и оценката на ефективността на конкуренцията на всеки един от разглежданите съответни пазари, като определя участниците не на всеки съответен пазар поотделно, а по групи пазари.

Пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение включват мрежите за достъп на всички активни към момента на извършване на анализа предприятия (общо шестнадесет), предоставящи на дребно на своите потребители достъп до обществени телефонни услуги в определено местоположение – мрежата на историческото предприятие „Българска телекомуникационна компания” АД и на петнадесет алтернативни предприятия: Ай Ти Ди Нетуърк” АД, „Вестител БГ” АД, „Евроком Кабел Мениджмънт България” ЕАД, „Източна телекомуникационна компания” АД, „Интеруут България” ЕАД, „Кейбълтел” АД, „Космо България Мобайл” ЕАД, „Мобилтел” ЕАД, „Некском България” ЕАД, „Нет Ис Сат” ООД, „Ново” ЕООД, „Орбител” ЕАД, „Спектър Нет” АД, „Телеком 1” ООД и „Транс Телеком” ЕАД.

Пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение включват мрежите на всички активни към момента на извършване на анализа предприятия (общо осемнадесет), предоставящи обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение както на своите потребители, така и на потребители на други предприятия посредством „избор на оператор” (за всяко повикване) и „избор на оператор на абонаментна основа” – мрежата на историческото предприятие „Българска телекомуникационна компания” АД и на седемнадесет алтернативни предприятия: Ай Ти Ди Нетуърк” АД, „БТК-НЕТ” ЕООД, „Вестител БГ” АД, „Голд Телеком България” АД, „Евроком Кабел Мениджмънт България” ЕАД, „Източна телекомуникационна компания” АД, „Интеруут България” ЕАД, „Кейбълтел” АД, „Космо България Мобайл” ЕАД, „Мобилтел” ЕАД, „Некском България” ЕАД, „Нет Ис Сат” ООД, „Ново” ЕООД, „Орбител” ЕАД, „Спектър Нет” АД, „Телеком 1” ООД и „Транс Телеком” ЕАД.

При евентуална поява на ново предприятие, осъществяващо електронни съобщения посредством обществена телефонна мрежа и предоставящо на дребно достъп и/или обществени телефонни услуги в определено местоположение, би следвало то да бъде включено в един или няколко от разглежданите съответни пазари.

VI. Анализ и оценка на съответните пазари

1. Въведение

След определяне на границите и участниците на всеки от съответните пазари на дребно (Раздел V от документа) и въз основа на събраната информация по реда на Раздел III на Методиката, КРС извършва анализ на съответния пазар, който има за цел да оцени:

- наличието на предпоставки, възпрепятстващи функционирането на пазара и ефективната конкуренция, които могат да позволят на едно или повече предприятия, участници на съответния пазар, самостоятелно или съвместно, да имат господстващо поведение до степен на съществена независимост от конкуренти, потребители и крайни потребители;
- наличието на възможности за прехвърляне на пазарна сила на свързани пазари³⁶.

Според чл. 14, ал. 2 от Рамковата директива и чл. 24 от Методиката предприятие със значително въздействие върху пазара е предприятие, което самостоятелно или съвместно с други се ползва от позиция, равностойна на господстваща, т.е. позиция на икономическа сила, позволяваща му да следва поведение до съществена степен независимо от конкуренти, потребители и крайни потребители.

Ефективна конкуренция на съответния пазар е налице, когато нито едно предприятие, предоставящо обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги самостоятелно или съвместно с други предприятия, няма значително въздействие върху този пазар³⁷.

2. Критерии, използвани при анализа на ефективността на конкуренцията и определяне на предприятията със значително въздействие върху съответния пазар

Според чл. 75 от Насоките господстващо положение на даден пазар се установява по редица критерии и преценката за него се основава на перспективен анализ, обхващащ бъдещ период от две години, като се вземат предвид съществуващите пазарни условия. Като отправна точка в анализа и показател за наличието на пазарна мощ обикновено се използват пазарните дялове. Самото наличие на висок пазарен дял обаче не е достатъчно, за да се установи наличие на господстващо положение.

Освен пазарния дял, критериите, които се използват за измерване на пазарната мощ на съответните предприятия зависят от конкретните характеристики на съответния пазар. Националните регулаторни органи са тези, които следва да определят кои критерии са най-подходящи за анализиране на пазарното присъствие³⁸. Част от критериите, които могат да бъдат използвани за установяване наличието на предприятие със значително въздействие върху съответния пазар са посочени в чл.156, ал.3 и 4 от ЗЕС и в чл. 35 и 36 от Методиката.

При анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и на обществено достъпна телефонна услуга в определено местоположение за домашни и бизнес потребители и за определянето на предприятие / предприятия със значително

³⁶ Чл. 23 от Методиката

³⁷ Чл. 25, ал. 2 от Методиката

³⁸ Чл. 77 от Насоките

въздействие на пазара освен пазарните дялове на предприятията и тяхната динамика КРС разглежда и следните критерии:

- *наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар;*
 - *наличие на икономии от обхвата и мащаба;*
 - *контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана;*
 - *наличие на вертикална интеграция;*
- *недостатъчна или слаба покупателна способност;*
- *наличие на продуктово разнообразие.*

КРС счита, че при анализа за установяване наличието на значително въздействие върху съответните пазари не е релевантно да бъдат анализирани подробно всички критерии, които са залегнали в Насоките за пазарните анализи и оценката на значително въздействие върху пазара³⁹, както и в ЗЕС и Методиката. Част от тези критерии не биха променили съществено резултатите от анализа, тъй като са установени високи бариери за навлизане на пазара⁴⁰. По тези причини анализът съгласно критерии като общ размер на предприятието, липса на потенциална конкуренция, както и наличие на лесен или привилегирован достъп до капиталовите пазари и/или финансови ресурси не би променил по никакъв начин изводите, направени по отношение на определянето на предприятие / предприятия със значително въздействие върху пазарите.

По отношение на критерия добре развита дистрибуторска и пласментна мрежа, КРС е на мнение, че той отново не би променил по никакъв начин изводите, направени по отношение на определянето на предприятия със значително въздействие върху пазара. „БТК” АД като историческо предприятие притежава добре развита дистрибуторска и пласментна мрежа. Тази мрежа обхваща както множеството центрове за обслужване на клиенти, локализирани на територията на цялата страна, които са собственост на предприятието или на независими дистрибутори, действащи от името и за сметка на предприятието, така и информационни номера за обслужване на клиенти, които могат да бъдат избирани безплатно или на цената на градски разговор. Алтернативните предприятия от друга страна, освен традиционните центрове и информационни номера за обслужване на клиенти, развиват и специфични за дейността си похвати за обслужване на клиенти, например on-line услуги, включващи регистрация, плащания, проверка на суми по сметка, статистика за проведени разговори и др. Следователно, според КРС наличието на добре развита дистрибуторска и пласментна мрежа не би повлияло на изводите от анализа, свързани с определянето на предприятия със значително въздействие на съответните пазари.

3. Пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители и за бизнес потребители

3.1. Пазарен дял

При извършването на анализа комисията определя дела на всяко от предприятията, осъществяващи дейност на съответния пазар. За установяване наличието на предприятие/предприятия със значително въздействие на пазара е

³⁹ Във връзка с чл. 78 от Насоките

⁴⁰ Разгледани при прилагането на теста на трите критерия за определяне на дадения пазар като подлежащ на ex-ante регулиране – раздел V, т.3.

необходимо да се отчетат както размера на пазарните дялове на участниците на разглеждания пазар, така и устойчивостта им във времето.

Европейската практика в тази област сочи, че пазарни дялове, надвишаващи 50% са сами по себе си доказателство за наличие на значително въздействие на анализирания пазар, освен при наличие на изключителни обстоятелства. По правило за предприятия с пазарен дял под 25% не се счита, че е налице значително въздействие върху пазара⁴¹.

При оценка на дяловете на предприятията на съответния пазар се взема предвид и степента на пазарна концентрация. Тя може да се изчисли чрез използването на показателите индекс на Херфиндал-Хиршман (HHI) и коефициент на концентрация (CR)⁴².

Индексът на Херфиндал-Хиршман се изчислява по формулата:

$$H = \sum_{i=1}^n ПД_i^2,$$

където:

$ПД_i$ е пазарният дял на i -тия участник, в %;

n – броят на участниците на съответния пазар.

В съответствие с получената стойност за H , съответният пазар може да се определи като:

- нормален конкурентен пазар с ниско ниво на концентрация – при стойности на H под 1000;

- сравнително конкурентен пазар със средно ниво на концентрация – при стойности на H от 1000 до 2000;

- слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация – при стойности на H над 2000.

Коефициентът на концентрация се определя по формулата:

$$CR_k = \sum_{i=1}^k ПД_i,$$

където:

$ПД_i$ - пазарен дял на i -тия участник, в %

k - броят на участниците с най-голям пазарен дял (обикновено $k = 3$ или $k = 4$)

В съответствие с получената стойност за $CR3$ и $CR4$, съответният пазар може да се определи като:

1. нормално конкурентен пазар с ниско ниво на концентрация - при $CR3$ по-малък от 40 и $CR4$ по-малък 50;

2. сравнително конкурентен пазар със средно ниво на концентрация – при стойности на $CR3$ от 40 до 70 и на $CR4$ от 50 до 85;

3. слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация - при стойности на $CR3$ над 70 и на $CR4$ над 85.

Пазарни дялове на историческото предприятие и на алтернативните предприятия на база приходи от предоставяне на услуги за достъп⁴³

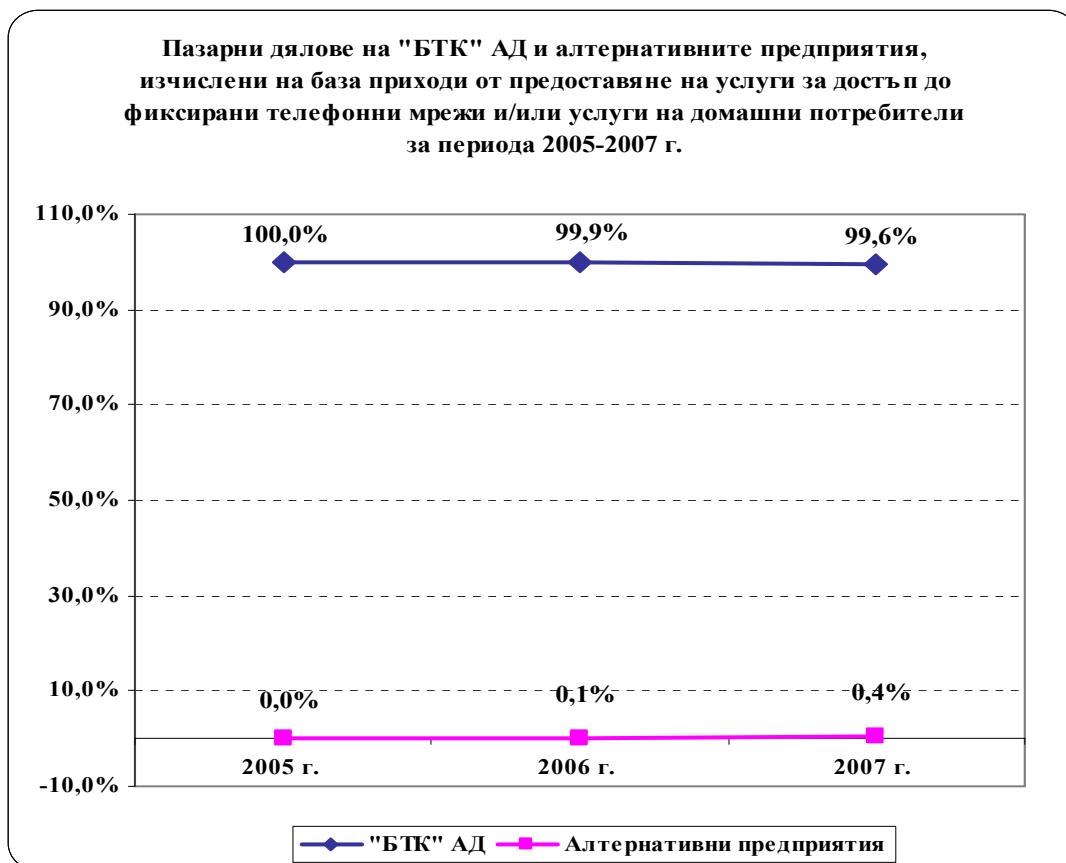
За разглеждания период (2005 – 2007 г.) не се наблюдава съществена динамика на пазарните дялове на историческото предприятие и на алтернативните предприятия, изчислени на база приходи от предоставяне на услуги за достъп на домашни абонати (включително приходи от откриване на телефонен пост и месечен абонамент).

⁴¹ Чл. 75 от Насоките

⁴² Чл. 34 от Методиката

⁴³ Приходите обхващат: откриване на телефонни постове и месечен абонамент

Пазарният дял на „БТК“ АД е намалял едва с 0,4 пункта в сравнение с 2005 г. и към края на 2007 г. има стойност 99,6%.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 10

Въз основа на горепосочените данни, индексът на Херфиндал-Хиршман (ННІ), изчислен на база приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа на домашни потребители е със стойност 9 917 към края на разглеждания период. Стойността на показателя свидетелства за слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация.

Таблица 6 представя изчислените коефициенти на концентрация CR_k на база приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа на домашни потребители през 2007 г., където k е броят на участниците с най-голям пазарен дял на разглеждания пазар.

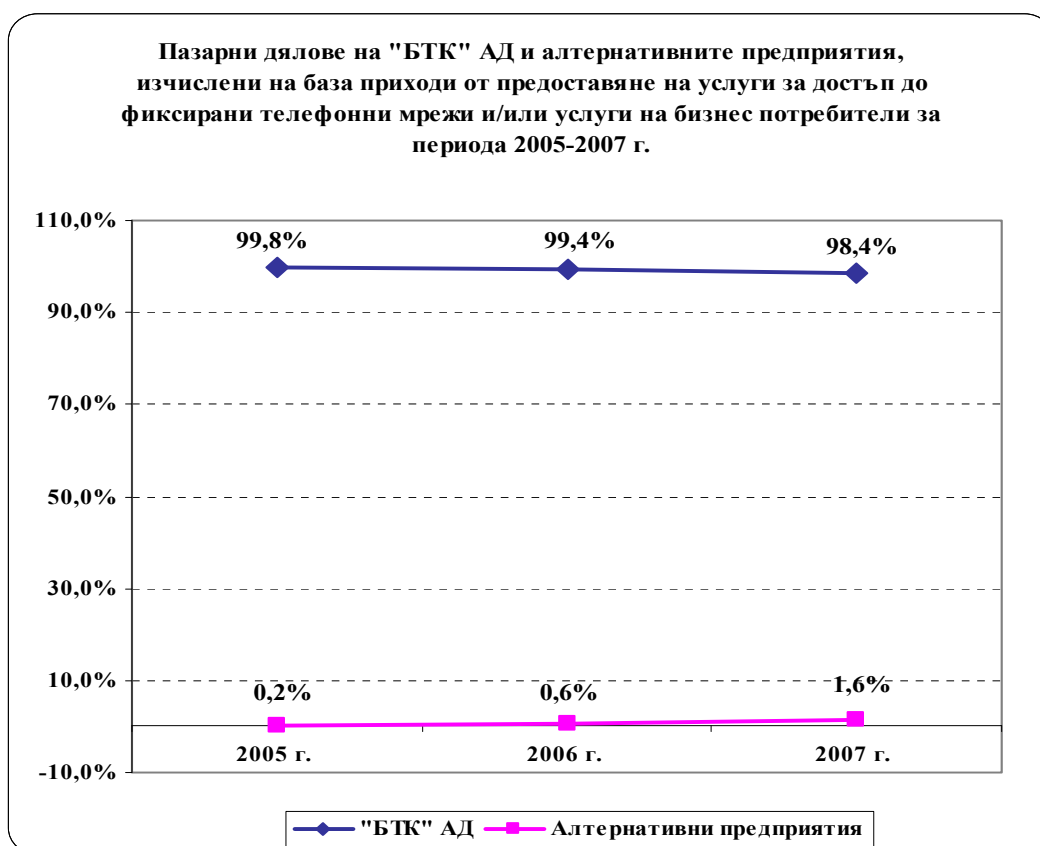
Таблица 6

Коефициенти на концентрация за 2007 г.	
CR_1	99.58
CR_2	99.85
CR_3	99.91
CR_4	99.97

Видно от таблицата, стойностите на CR_3 и CR_4 надвишават съответно 70 и 85, което характеризира пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация.

При изчисление на пазарните дялове на „БТК“ АД и алтернативните предприятия на база приходи от предоставяне на услуги за достъп на бизнес абонатите се наблюдава сравнително по-изразена динамика. Данните показват, че за периода 2005-2007 г. алтернативните предприятия са увеличили общия си пазарен дял с 1,4

пункта. Въпреки това историческото предприятие запазва своя висок относителен дял, като към края на 2007 г. стойността му е 98,4%.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 11

Индексът на Херфиндал-Хиршман (ННІ), изчислен на база приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа на бизнес потребители има стойност 9 676 към края на разглеждания период. Стойността е по-ниска от съответния показател, изчислен за пазара на достъп за домашни потребители, но въпреки това далеч надхвърля 2000, което говори за слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация.

Изчислените коефициенти на концентрация CR_k на база приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа на бизнес потребители през 2007 г. също потвърждават заключението, направено по-горе и характеризират пазара като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация. От таблица 7 е видно, че стойностите на CR_3 и CR_4 значително надвишават съответно 70 и 85.

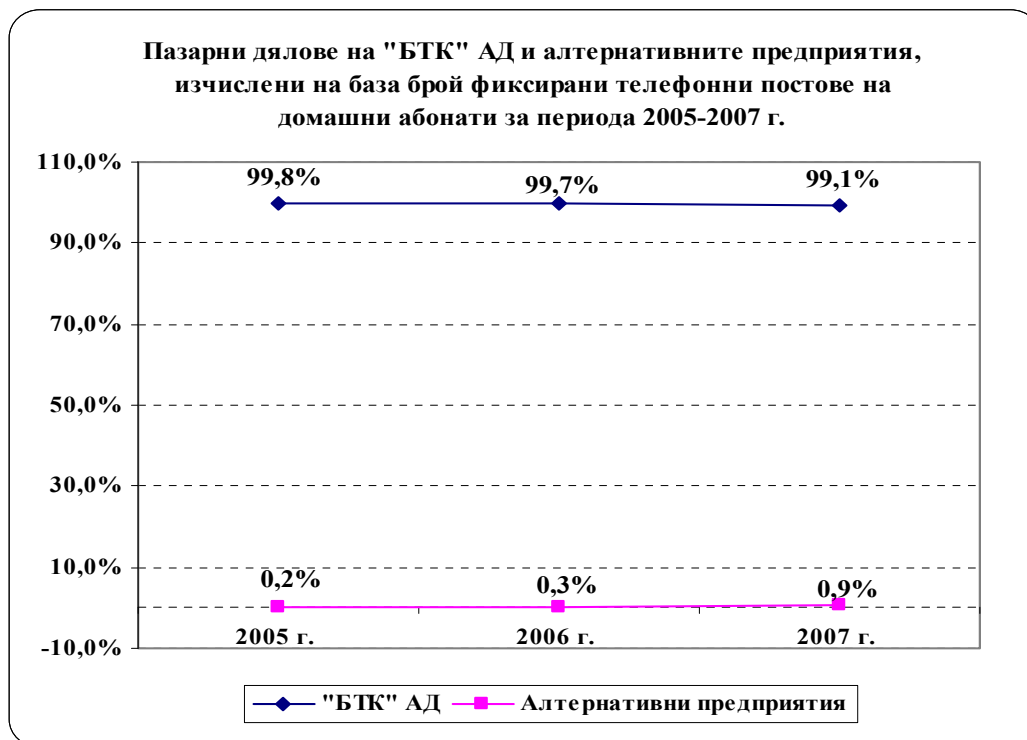
Таблица 7

Коефициенти на концентрация за 2007 г.	
CR_1	98,36
CR_2	99,15
CR_3	99,31
CR_4	99,67

Пазарни дялове на историческото предприятие и на алтернативните предприятия на база брой постове

При изчисляването на пазарните дялове на историческото предприятие и на алтернативните предприятия на пазара на достъп следва да бъде разгледан и показателят брой постове поради факта, че с цел привличане на абонати алтернативните предприятия предлагат услуги за достъп до обществена телефонна услуга без инсталационна такса или с минимална такава. По тази причина пазарните дялове, изчислени на база приходи от откриване на телефонни постове и месечни абонаменти не представят достатъчно точно разпределението и динамиката на пазара.

Фигура 12 показва изменението в пазарните дялове, изчислени на база брой постове на домашни абонати за периода 2005 – 2007 г.

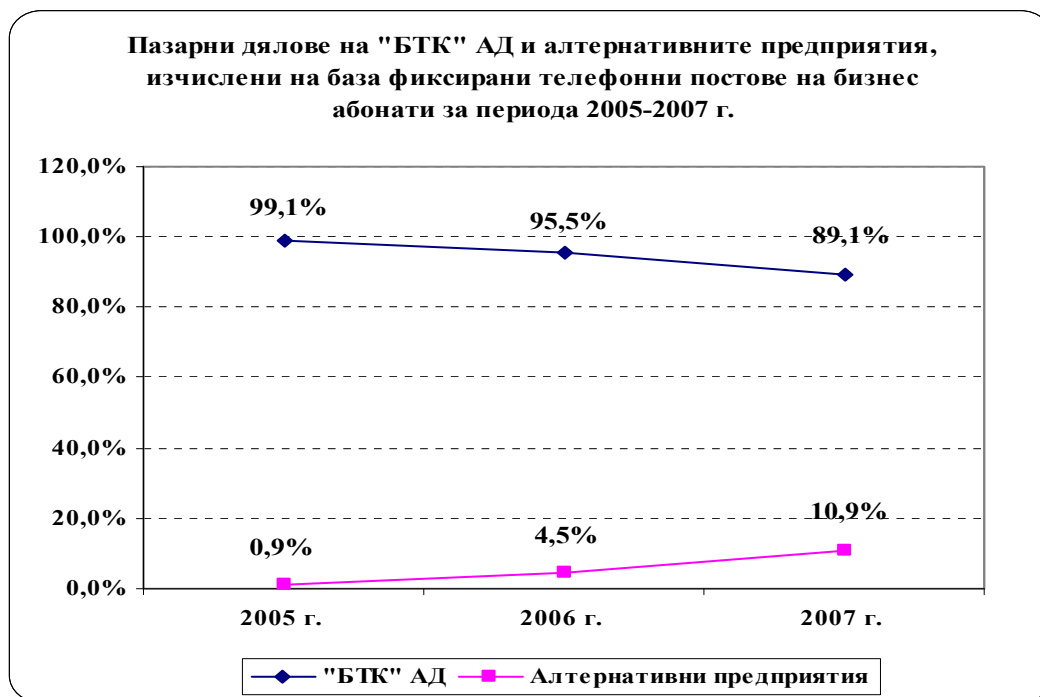


Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 12

Видно от фигурата по-горе, не е налице съществена динамика при пазарните дялове на историческото предприятие и алтернативните предприятия. Пазарният дял на „БТК” АД през 2007 г., изчислен на база брой фиксирани постове на домашни абонати спада с едва 0,7 пункта, сравнено с 2005 г. и задържа ниво над 99 %.

По-чувствително изменение е налице в пазарния дял на историческото предприятие, изчислен на база телефонни постове на бизнес абонати, което се дължи на факта, че целевата група на алтернативните предприятия са бизнес клиентите. За разглеждания период спадът в пазарния дял на „БТК” АД е с 10 пункта, в резултат на което към края на 2007 г. достига 89,1% (Фиг. 13).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 13

За разглеждания тригодишен период общите относителни дялове на алтернативните предприятия на пазарите на достъп за домашни и бизнес абонати показват различна динамика в зависимост от базата, въз основа на която са изчислени. Данните сочат, че измененията на общите пазарни дялове, изчислени на база приходи от достъп и постове на домашни потребители за разглеждания период са съответно увеличение с 0,4 пункта при пазарните дялове, изчислени на база приходи и с 0,7 пункта при пазарните дялове, изчислени на база постове. В същото време на пазара на достъп за бизнес потребители измененията са следните: по отношение на пазарните дялове, изчислени на база приходи, се наблюдава увеличение с 1,4 пункта и с 10 пункта при пазарните дялове, изчислени на база постове. Различията показват, че алтернативните предприятия се стремят да завладеят по-висок пазарен дял при постове на бизнес абонатите, като реализират незначителен ръст по отношение на приходите от достъп. Въпреки това, към края на периода общият им пазарен дял, изчислен на база брой постове, на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес и домашни потребители продължава да бъде едва 2,5%.

3.2. Наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар

Наличието на бариери за навлизане на пазара може да създаде предпоставки за упражняване на пазарна мощ от дадено предприятие. Такива бариери ограничават потенциалната конкуренция, която може да окаже влияние върху поведението на историческото предприятие и по-специално върху ценовата му политика. Бариерите за навлизане на пазарите за достъп са свързани както с наличието на икономии от мащаба, така и с вертикалната интеграция и контрола върху инфраструктура, която не може да бъде лесно дублирана.

3.2.1. Икономии от мащаба

Икономии от мащаба възникват, когато с нарастване обема на предоставяните от дадено предприятие електронни съобщителни мрежи и/или услуги намаляват средните

разходи за единица. Такива икономии се наблюдават, когато процесът на производство и реализация на дадена електронна съобщителна мрежа и/или услуга е съпроводен с високи фиксирани и същевременно ниски променливи разходи.

Отчитайки обхвата на предоставяните от „БТК” АД услуги на територията на цялата страна и значителния брой абонати, КРС заключава, че предприятието е в позиция да реализира икономии от мащаба при предоставянето на фиксиран достъп. Като се вземе предвид, че „БТК” АД е основното предприятие, което предоставя достъп, разходите за единица е вероятно да бъдат много по-ниски от тези на алтернативните или новонавлизащите предприятия на този пазар. С цел ефективно да се конкурират с историческото предприятие те трябва да извоюват достатъчно голям пазарен дял. За да постигнат това е необходимо да предложат на крайния потребител цени, които да са по-ниски от тези на историческото предприятие, което би довело до затруднения при покриване на разходите.

3.2.2. Икономии от обхвата

Икономии от обхвата възникват, когато средните разходи за единица продукция са по-ниски като резултат от общ процес на производство/предоставяне на няколко електронни съобщителни мрежи и/или услуги от дадено предприятие. Когато това предприятие присъства на голям брой пазари, то има възможност да разпределя разходите между по-голям обхват от услуги⁴⁴.

При пазарите за достъп възникват значителни икономии от обхвата, което се дължи на тенденция към обвързване на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в пакет с други електронни съобщителни услуги. Пример за такива услуги са: предлагането на достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение заедно с достъп до Интернет и/или телевизия.

Широката гама услуги, които предоставя „БТК” АД чрез инфраструктурата си (като например услугите по предоставяне на линии под наем, достъп до Интернет, гласови услуги), ѝ позволяват да разпредели постоянните разходи по дейността върху всички предлагани услуги и по този начин да се възползва от значителни икономии от обхвата. За новонавлизащите предприятия възможността да извлекат изгода от икономии от обхвата е свързана с необходимост от навлизане на много пазари едновременно, което би увеличило значително разходите им и би направило по-трудно покриването им при напускане на пазара.

Възможността на „БТК” АД да печели от такива икономии от обхвата е индикатор за наличието на значителни бариери за навлизане на пазарите за достъп.

3.2.3. Наличие на вертикална интеграция

При оценка съгласно този критерий се отчита дали дадено предприятие, включително свързани с него лица, действа/(-т) като доставчик на услуги на пазара на едро и същевременно предлага/(-т) услуги на крайни потребители на пазара на дребно, като на пазара на дребно се конкурира/(-т) с потребителите на своите услуги, предложени на пазара на едро. Наличието на вертикална интеграция може да представлява бариера за навлизането на нови конкуренти на съответните пазари на едро и дребно, да създава преимущества пред съществуващите конкуренти на тези пазари и потенциално да създава възможност за прехвърляне на пазарна сила от единия на другия пазар.

През 2007 г. на сегмента „линии под наем” освен историческото предприятие действащи са още дванадесет алтернативни предприятия. Въпреки това, „БТК” АД запазва високия си относителен дял, като реализира 92,15% от приходите от

⁴⁴ В тази връзка в Приложение 4 към настоящия документ е представен списък на индивидуалните лицензи и регистрации по общи лицензи, притежавани от предприятията, участници на разглежданите съответни пазари

предоставяне на линии под наем. Историческото предприятие притежава и 100% пазарен дял, изчислен на база приходи от предоставяне на необвързан достъп до абонатна линия. Към края на разглеждания период (2005 – 2007 г.) „БТК“ АД реализира над 99% от приходите от предоставяне на дребно на услуги за достъп до обществена телефонна мрежа във фиксирано местоположение и около 96% от приходите от предоставяне на обществена телефонна услуга в определено местоположение. Делът на историческото предприятие на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа, изчислен на база брой фиксирани телефонни постове в България е 97,5%. Това позволява на „БТК“ АД да действа като основен или единствен доставчик на услуги на пазарите на едро и едновременно с това да предлага услуги на крайни потребители на пазарите на дребно, като на пазарите на дребно се конкурира с потребителите на своите услуги, предлагани на пазарите на едро.

Високите пазарни дялове на „БТК“ АД, изчислени на пазарите на линии под наем, предоставяне на необвързан достъп и фиксирана телефонна услуга създават на историческото предприятие съществени преимущества пред неговите конкуренти. От една страна „БТК“ АД е в състояние да предлага услуги на дребно за достъп и обществени телефонни услуги в определено местоположение, без да е поставено в зависимо положение от другите участници на пазара. От друга страна, дружеството притежава силни позиции при водене на преговори с алтернативните предприятия на пазарите на генериране и терминиране, тъй като изграждането на собствена инфраструктура, която ще позволи достъп до крайни абонати от страна на другите участници на пазара на фиксирана телефонна услуга предполага влягането на значителни по размер разходи за продължителен период от време.

3.2.4. Контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана

При оценка съгласно този критерий се отчита дали дадено предприятие има право на собственост или контрол върху електронна съобщителна мрежа, за изграждането на която потенциалните конкуренти ще трябва да направят значителни по размер разходи за продължителен период от време и която му дава възможност да следва поведение независимо от другите доставчици. Контролът, упражняван от дадено предприятие върху подобна инфраструктура може да е съществена бариера за навлизане на потенциални конкуренти на пазара.

В България историческото предприятие притежава изградена електронна съобщителна мрежа с национално покритие, което на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение му позволява да следва поведение, независимо от конкурентите. Потенциалните участници на пазара е необходимо да направят значителни по размер разходи за изграждането на подходяща инфраструктура, които трудно биха могли да бъдат покрити при излизане от пазара. Копирането на съществуващата инфраструктура в контекста на разглежданите пазари като цяло е икономически неоправдано (или от техническа гледна точка – невъзможно), особено при наличието на други алтернативни решения (например необвързан достъп до абонатна линия, разгръщане на кабелни или оптични мрежи), които са по-икономични и изискват по-малко капиталови ресурси. Възможността за закупуване на необвързан достъп все още не е популярна сред алтернативните предприятия в България и към момента на извършване на анализа те не използват тази възможност за предоставяне на услуги. В последните години алтернативните предприятия, участници на пазара на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, започват изграждането на кабелни, оптични и безжични мрежи, чрез които да предоставят достъп до обществена телефонна услуга на крайните абонати, включително в пакет с услуги за достъп до интернет и/или телевизия. Въпреки това, към края на разглеждания период общите им пазарни дялове, изчислени на база брой постове на домашни и бизнес абонати, са съответно 0,9% при домашните абонати и

10,9% при бизнес абонатите. Пазарният дял на историческото предприятие края на 2007 г. е 97,5%, изчислен на база общо телефонни постове на домашни потребители и бизнес клиенти. Със силно изразената си йерархична структура и национално покритие инфраструктурата на „БТК” АД не може лесно да се дублира от икономическа гледна точка и поради тази причина представлява много висока бариера за навлизане на пазара.

3.3. Недостатъчна или слаба покупателна способност

При оценка съгласно този критерий на пазарите на дребно 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. Такава покупателна способност е налице, когато тези потребители закупуват голям дял от предлаганите от предприятието електронни съобщителни мрежи и/или услуги, реализират значителна част от постъпленията на предприятието, добре са информирани за алтернативни предприятия, предлагащи сходни електронни съобщителни мрежи и/или услуги, и са в състояние да преминат лесно и без значителни разходи към електронни съобщителни мрежи и/или услуги, предлагани от други предприятия. Ако се установи, че дадено предприятие няма потребители, за които са налице изброените характеристики, може да се приеме, че потребителите на предприятието имат недостатъчна или слаба покупателна способност.

Характерно за **домашните потребители (домашните абонати) на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение** е обстоятелството, че въпреки големия им брой, поотделно формират малък дял от приходите на предприятията, предоставящи електронни съобщителни мрежи и/или услуги. Поради тази причина, те не биха могли да повлияят върху поведението на доставчиците на услуги на пазара и да упражнят въздействие върху конкуренцията.

От гледна точка на предприятията може да се предположи, че колкото е по-голям пазарният им дял, изчислен на база брой постове, толкова е по-ограничено влиянието, което абонатите могат да упражняват върху тях. Поради тази причина може да се направи заключение, че абонатите на историческото предприятие не са в състояние да оказват въздействие върху неговото поведение.

Покупателната способност на **бизнес потребителите на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение** зависи както от техния брой, така и от приходите, които формират за съответното предприятие. За историческото предприятие бизнес абонатите представляват около 15% от общия брой абонати и едновременно с това формират близо 31% от приходите от достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение. Следва да се отбележи, че общите приходи от достъп, реализирани от бизнес абонати представляват малко повече от 9% от общите приходи на „БТК” АД от предоставяне на обществени телефонни услуги чрез фиксирана мрежа. Броят абонати на историческото предприятие, приходите от които представляват 25% от общите приходи от предоставяне на фиксирана телефонна услуга на дребно е над (търговска тайна), което предполага, че отделни абонати не биха могли да ограничат способността на предприятието да следва поведение, независимо от своите потребители.

При алтернативните предприятия, особено при тези от тях, които предлагат услуги само за бизнес абонати или са стартирали дейност през последната година, съществува възможност бизнес абонатите да ограничат способността на предприятието да следва поведение независимо от своите потребители. Данните сочат, че 70% от постове на алтернативните предприятия са на бизнес абонати. Голяма част

от тези предприятия (7 предприятия) са посочили, че броят абонати, чийто приходи представляват 25% от общите приходи на предприятието, са в границите от 1 до 10 абоната. Въпреки, че е възможно тези абонати да имат относително силна покупателна способност, тяхното влияние върху разглежданите пазари за достъп като цяло е ограничено, главно поради малките пазарни дялове, наблюдавани при алтернативните предприятия.

От представената информация КРС стига до заключението, че покупателната способност на домашните и на бизнес потребителите, закупуващи услуги за достъп до обществени телефонни мрежи в определено местоположение, е силно ограничена и те не могат по никакъв начин да окажат влияние на условията и цените, при които предприятията на разглежданите пазари предлагат и реализират тези услуги.

3.4. Наличие на продуктово разнообразие

Според чл. 35, ал. 6 от Методиката при оценка съгласно критерия наличие на продуктово разнообразие се отчита дали дадено предприятие предоставя широка номенклатура от електронни съобщителни мрежи и/или услуги на съответния или друг пазар, което му дава възможност да ги предлага свързани една с друга или „в пакет”. Ако дадено предприятие е със значително въздействие върху разглеждан съответен пазар, предлагайки подобни услуги, то може да ограничи конкуренцията на този или на друг пазар (т.е. да прехвърли своето значително въздействие върху друг съответен пазар), както и възможностите за навлизане на нови предприятия на съответния или друг пазар на електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

Свързаните услуги представляват една или повече електронни съобщителни услуги, предлагани от дадено предприятие заедно, като крайният потребител *няма* възможност да закупи всяка една от услугите поотделно. При свързаните услуги е налице зависимост между тях – ако потребителят има желание да закупи дадена услуга, то той е задължен от предприятието да закупи и друга.

От друга страна, пакетните услуги (както и ценовите пакети) включват една или повече електронни съобщителни услуги, предлагани от дадено предприятие заедно, като крайният потребител *има* възможност да закупи всяка една от услугите поотделно. В случая предимство за крайния потребител е по-ниската цена, която той заплаща в случай, че закупи пакет от услуги в сравнение с цената, която би заплащал той, ако закупи всяка една от услугите поотделно.

Четиринадесет от предприятията, предоставящи на дребно достъп до и обществени телефонни услуги в определено местоположение, предоставят електронни съобщителни услуги и на други пазари и съответно имат възможност да ги обвързват една с друга⁴⁵. На разглежданите пазари има примери както за предлагани свързани услуги, така и за пакетни услуги. Според КРС самото предоставяне на такива услуги не представлява неправомерно действие само по себе си. Неправомерно би било единствено, ако предприятието, което предоставя пакетни и/или свързани услуги, използва това за ограничаване на ефективната конкуренция на един или няколко пазара.

Предоставянето на пакетни/свързани услуги при историческото предприятие „БТК” АД е свързано с предоставяните от него оферти на пазарите на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители и на пазарите на дребно на обществено достъпни национални и

⁴⁵ Списък на индивидуалните лицензии и регистрациите по общи лицензии, притежавани от предприятията, участници на разглежданите съответни пазари е представен в Приложение 4 към настоящия документ

международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители. Те са свързани с обвързването на повикванията и достъпа до обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение (абонамент) или обвързването на достъпа до обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение (абонамент) с предоставянето на други електронни съобщителни услуги, като например достъп до широколентови и/или мобилни услуги.

Пример за свързани услуги е условието на „БТК” АД, което задължава потребителите, ползващи ADSL услуги за широколентов достъп до Интернет да ползват и услугата достъп до обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение (абонамент), тъй като съгласно Общите условия за предоставяне на услугата БТК ADSL активирането на услугата става след подаване на заявка от абонат на съответния телефонен пост. Това от своя страна води до невъзможност за потребителите да заявят самостоятелно ползване на услугата ADSL. По случая със свързването на двете услуги има наложени имуществени санкции от страна на КЗК, която със свое решение № 1023 от 20.11.2007 г. установява, че „БТК” АД е извършила нарушение по чл. 18, т. 4 от ЗЗЛ, а именно „поставяне сключването на договори в зависимост от поемането от другата страна на допълнителни задължения или сключване на допълнителни договори, които по своя характер или съгласно обичайната търговска практика не са свързани с предмета на основния договор или с неговото изпълнение”. В съответствие с решението освен имуществената санкция на историческото предприятие КЗК постановява и незабавното прекратяване на предоставянето на свързаните услуги. Това условие не е изпълнено от „БТК” АД към момента на извършването на този анализ. Решението на КЗК е обжалвано от историческия оператор пред ВАС, като съдът все още не се е произнесъл по жалбата.

Видно от таблиците по-долу историческият оператор предоставя на крайните си потребители (домашни и бизнес абонати) услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, която обикновено е обвързана с предоставянето на определен обем минути за разговори. Посочените по-долу пакети са предоставяни от „БТК” АД през 2007 г.:

Таблица 8

Планове за домашни абонати

План	Месечен абонамент в лв., с ДДС	Включени минути/импулси за селищни и междуселищни разговори	
		Централа с възможност за таксуване на разговорите по време	Централа без възможност за таксуване на разговорите по време
БТК У дома 50 (Стандартен план) - прав	13,80	50 минути	25 импулса
БТК У дома 50 (Стандартен план) – дуплекс	13,20	50 минути	26 импулса
БТК У дома 150	18,00	150 минути	
БТК У дома 250	24,00	250 минути	
БТК У дома 350	30,00	350 минути	
Социални планове – домашни абонати	Месечен абонамент в лв.	Централа с възможност за таксуване на разговорите по време	Централа без възможност за таксуване на разговорите по време
БТК Минимум	7,80	30 минути за селищни разговори	15 импулса
<i>Планове в обхвата на УУ:</i>			
Ограничен план/План за	3,72	20 минути за селищни	10 импулса

ограничено ползване		разговори	
План за инвалиди	1,80	160 минути за селищни разговори	80 импулса

Планове за бизнес абонати

План	Месечен абонамент в лв., с ДДС	Включени минути за селищни и междуселищни разговори
Стандартен план/Обикновен телефонен пост	21,60	-
Планове "БТК Офис"		
БТК Офис 35	42,00	300
БТК Офис 50	60,00	500
БТК Офис 85	102,00	1 000
БТК Офис 750	900,00	4 000
Социални планове – бизнес абонати		
План за социални и здравни заведения	4,20	1 000 минути за селищни разговори (при централи с възможност за таксуване по време) 500 импулса (при централи без възможност за таксуване по време)

Друг пример за електронни съобщителни услуги, предлагани от историческото предприятие в ценови пакет, е сезонната промоция „Почивай активно”, предлагана през лятото на 2008 г., включваща достъп, национални и международни повиквания, както и повиквания към мобилната мрежа на „БТК” АД.

В резултат от провеждането на споменатата промоция значително се увеличават потреблението и приходите от терминиране в мобилната мрежа на „БТК” АД. Този случай е пример на хоризонтално крос субсидиране на мобилната дейност чрез обвързване в пакет на различни гласови услуги. Последното от своя страна би довело до „затваряне на пазара”, предвид факта, че с изключение на „Мобилтел” ЕАД и „Космо България Мобайл” ЕАД, никое от конкурентните предприятия, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение, не е в състояние да предостави на пазара на дребно подобна оферта.

Промоционалната оферта „Почивай активно” е един конкретен пример от налаганата от началото на 2008 г. продуктова и ценова политика от „БТК” АД, насочена към предоставяне на различни пакети, обвързващи електронни съобщителни услуги от различни пазари на дребно. За активността на предприятието в това отношение говори и предложението му да включи във всички свои фиксирани телефонни тарифни планове за бизнес и домашни потребители, включващи достъп и обем минути разговори („БТК У дома” и „БТК Офис”) и минути към своята мобилна мрежа (предложението е внесено за одобрение в КРС през месец август 2008 г.). Със свои решения № 1960 и № 1961 от 11 септември 2008 г. КРС отхвърли предложените тарифни планове, изисквайки от историческия оператор да премахне от включения в пакета обем минути повикванията към своята мобилна мрежа.

С оглед гореизложеното и имайки предвид високите пазарни дялове на „БТК” АД на всички разглеждани съответни пазари на дребно (т. 3.1., 4.1. и 4.2. на Раздел VI), КРС счита, че при липса на регулиране са налице реални условия за ограничаване на конкуренцията от страна на историческото предприятие чрез предоставянето на свързани и/или пакетни услуги. Чрез това свое поведение историческото предприятие има възможност да упражнява както натиск чрез печалбата (margin squeeze), така и натиск чрез цената (price squeeze) върху конкурентните си предприятия и съответно да ги изтласка от пазарите на дребно.

КРС отчита и факта, че голяма част от конкурентните на „БТК” АД предприятия също предлагат на своите потребители пакети, включващи услуги за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение (абонамент) и неограничен обем разговори в мрежата на съответното дружество (on-net calls) на цена от 0,00 лв./мин. От друга страна се наблюдава и тенденция на нарастване на предлагането на двойна услуга (double play - телевизия и интернет) и тройна услуга (triple play - гласова услуга, телевизия и интернет) от страна на алтернативните предприятия, собственици на кабелни мрежи за пренос и/или разпространение на радио-телевизионни програми – „Евроком Кабел Мениджмънт България” ЕАД, „Кейбълтел” АД и „Вестител” АД. Все пак, поради ниските дялове на алтернативните предприятия на пазарите на дребно на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, както и поради факта, че относителният дял на приходите от абонамент за фиксирана телефонна услуга, предоставяна съвместно с други електронни съобщителни услуги под формата на пакетна услуга представлява едва 0,1% от общия обем на пазара на фиксирани телефонни услуги, КРС не счита, че обвързването на подобни услуги от страна на алтернативните предприятия би повлияло отрицателно на създадената конкурентна среда.

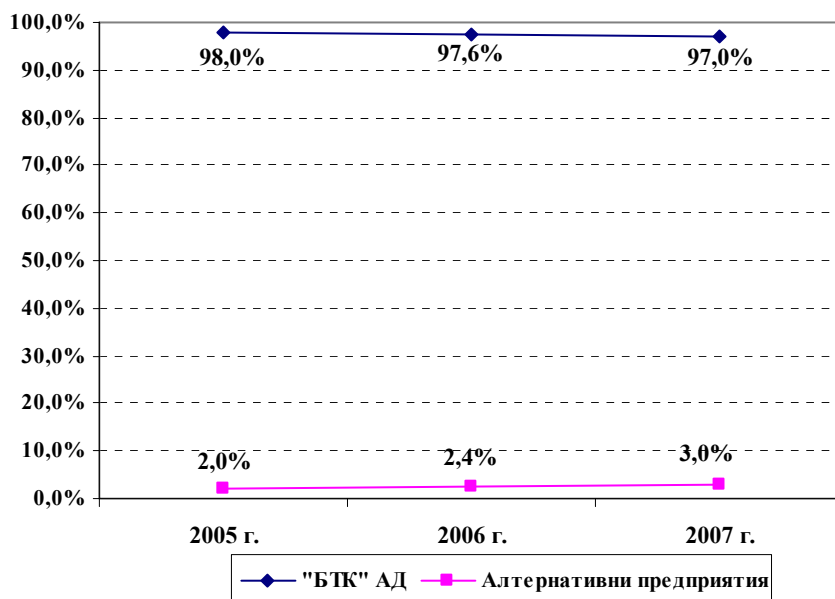
4. Пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители

4.1. Пазарни дялове на предприятията, предоставящи обществено достъпни национални телефонни услуги в определено местоположение на домашни и бизнес потребители

Данните от фиг. 14 показват, че за разглеждания период пазарният дял на „БТК” АД, изчислен на база приходи от домашни и бизнес абонати за проведени национални разговори⁴⁶, плавно намалява и към края на 2007 г. достига 97,0 %.

⁴⁶ Приходите от национални разговори включват: селищни разговори (в собствената мрежа и към други фиксирани мрежи), междуселищни разговори (в собствената мрежа и към други фиксирани мрежи) и повиквания към негеографски номера.

Пазарни дялове на "БТК" АД и алтернативните предприятия,
изчислени на база приходи от предоставяне на услуги на дребно
(национални разговори) на бизнес и домашни потребители за
периода 2005-2007 г.



Забележка: За 2005 г. и 2006 г. КРС не разполага с данни поотделно за бизнес и домашни потребители.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 14

За периода 2005-2006 г. част от предприятията не са предоставили данни, разпределени за домашни и бизнес потребители, поради тази причина показателите, изчислени по-долу, се отнасят само за 2007 г.

Към края на 2007 г. пазарният дял на „БТК“ АД, изчислен на база **приходи от домашни потребители за проведени национални разговори** се задържа изключително висок – 99,4 %. Индексът на Херфиндал-Хиршман (ННІ) отчита стойност 9 880, а изчислените коефициенти на концентрация (Таблица 9) надхвърлят граничните стойности, което е показател, че пазарът на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители се характеризира с високо ниво на концентрация.

Таблица 9

Коефициенти на концентрация за 2007 г.	
CR ₁	99,40
CR ₂	99,85
CR ₃	99,93
CR ₄	99,97

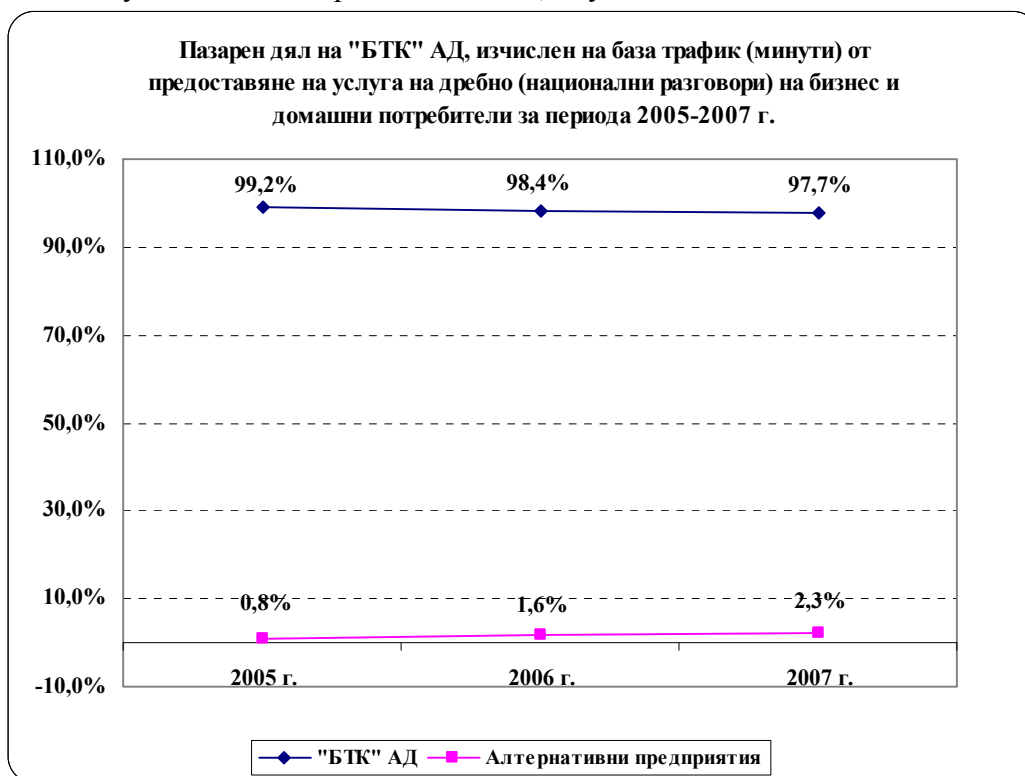
През 2007 г. алтернативните предприятия са реализирали 4,6 % от общите **приходи, реализирани от бизнес потребители за проведени национални разговори**. Делът на реализираните приходи на алтернативните предприятия от бизнес абонати в общия обем на приходите от бизнес абонати за междуселищни повиквания достига 7,4 %. Това се дължи до голяма степен на провеждането на междуселищни разговори чрез услугата „избор на оператор“, които формират 69% от приходите на алтернативните предприятия за проведени междуселищни разговори от бизнес абонати.

Изчислените показатели индекс на Херфиндал-Хиршман (ННІ), чиято стойност възлиза на 9 106 и коефициентите на концентрация CR_k , представени в Таблица 10 показват, че пазарът на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители е слабо конкурентен с високо ниво на концентрация.

Таблица 10

Коефициенти на концентрация за 2007 г.	
CR_1	95,38
CR_2	97,90
CR_3	98,96
CR_4	99,37

Пазарните дялове на „БТК“ АД и алтернативните предприятия, изчислени на база трафик в минути от предоставяне на обществено достъпни национални разговори на домашни и бизнес потребители, показват, че за периода 2005 – 2007 г. алтернативните предприятия са увеличили пазарния си дял с 1,5 пункта.



Забележка: За 2005 г. и 2006 г. КРС не разполага с данни поотделно за бизнес и домашни потребители.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 15

За периода 2005-2006 г. част от предприятията не са предоставили данни, разпределени за домашни и бизнес потребители, поради тази причина показателите, изчислени по-долу, се отнасят само за 2007 г.

Данните към края на 2007 г., предоставени от предприятията, предоставящи обществено достъпни национални повиквания за **домашни потребители** показват, че историческото предприятие запазва значителен пазарен дял, изчислен на база трафик – 99,4%. Това се дължи до голяма степен на факта, че домашните абонати на „БТК“ АД реализират 99,4% от трафика на селищните повиквания на домашни абонати и 99,3% от

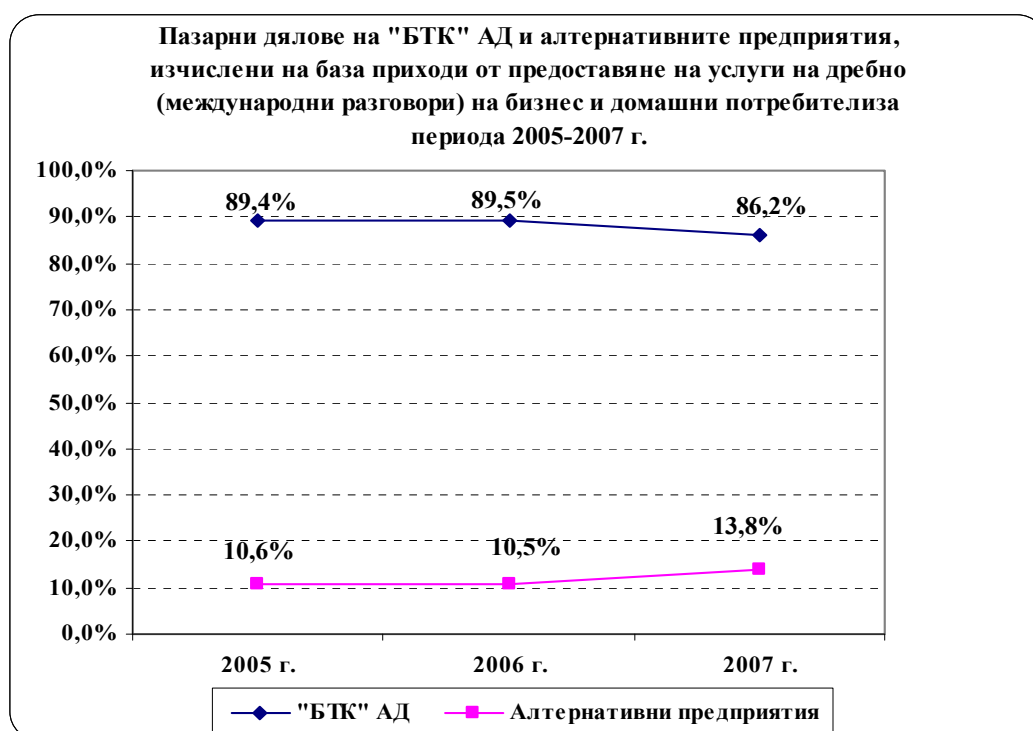
трафика на междуселищните разговори и разговорите към негеографски номера (вкл. и към мобилни наземни мрежи).

На пазара на **бизнес потребителите** делът на историческото предприятие, изчислен на база трафик от национални повиквания е 95,4%, което е с 4 пункта по-малко от съответния пазар за домашни потребители.

4.2. Пазарни дялове на предприятията, предоставящи обществено достъпни международни телефонни услуги в определено местоположение на домашни и бизнес потребители.

На пазарите на обществено достъпни международни телефонни услуги за бизнес и домашни потребители се наблюдава по-ясно изразена тенденция на нарастване на пазарните дялове на алтернативните предприятия в сравнение с пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни национални телефонни услуги.

За периода 2005 – 2007 г. общият пазарен дял на алтернативните предприятия, изчислен на база приходи от абонати за проведени международни разговори, се увеличава от 10,6% през 2005 г. на 13,8 % в края на разглеждания тригодишен период. Въпреки това историческото предприятие продължава да държи основната част от пазара – 86,2% от реализираните приходи от осъществени международни повиквания от домашни и бизнес потребители.



Забележка: За 2005 г. и 2006 г. КРС не разполага с данни поотделно за бизнес и домашни потребители.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 16

За периода 2005-2006 г. част от предприятията не са предоставили данни, разпределени за домашни и бизнес потребители, поради тази причина показателите, изчислени по-долу се отнасят само за 2007 г.

Към края на 2007 г. пазарният дял на „БТК“ АД, изчислен на база **приходи от домашни потребители за проведени международни разговори**, възлиза на 97,1 %. Индексът на Херфиндал-Хиршман (ННІ) отчита стойност 9 434, а изчислените коефициенти на концентрация (Таблица 11) надхвърлят граничните стойности, което

показва, че пазарът на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители се характеризира с високо ниво на концентрация.

Таблица 11

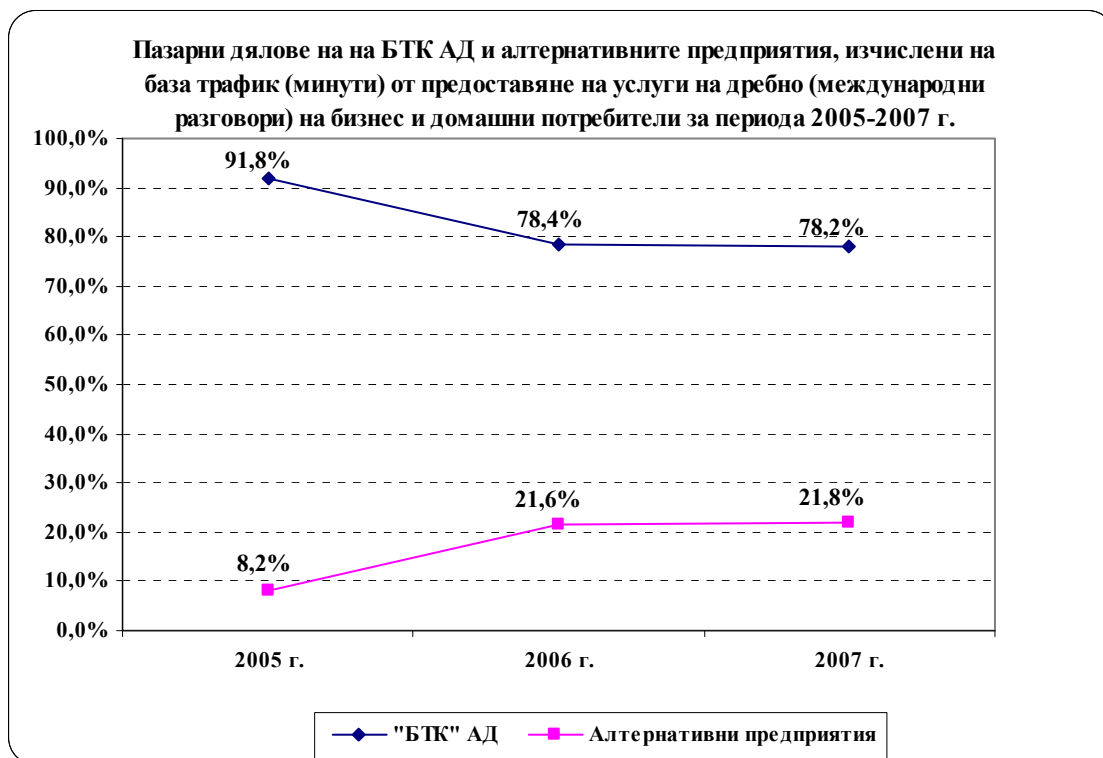
Коефициенти на концентрация за 2007 г.	
CR ₁	97,11
CR ₂	98,25
CR ₃	99,27
CR ₄	99,62

На пазара на обществено достъпни международни разговори, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители, алтернативните предприятия реализират 21,8 % от общите приходи от международни повиквания.

Таблица 12

Коефициенти на концентрация за 2007 г.	
CR ₁	78,17
CR ₂	87,52
CR ₃	91,84
CR ₄	94,86

Индексът на Херфиндал-Хиршман бележи стойност от 6223, която надвишава значително граничната стойност от 2000. Коефициентите на концентрация CR_k също показват, че пазарът на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители е слабо конкурентен с високо ниво на концентрация (Таблица 12).



Забележка: За 2005 г. и 2006 г. КРС не разполага с данни поотделно за бизнес и домашни потребители.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 17

За периода 2005-2006 г. част от предприятията не са предоставили данни, разпределени за домашни и бизнес потребители, поради тази причина показателите, изчислени по-долу се отнасят само за 2007 г.

Увеличеният пазарен дял на алтернативните предприятия се дължи основно на трафика от международни повиквания, реализирани от бизнес абонати. 48,2% от международния трафик, отчетен от алтернативните предприятия на пазара на бизнес абонати е реализиран от абонати на историческото предприятие, ползващи услугата „избор на оператор“. Съответният дял, изчислен за пазара на домашни потребители, е 19,6%. Като цяло 46% от международния трафик, реализиран от алтернативните предприятия е осъществен от абонати (бизнес и домашни) на историческото предприятие, ползващи услугата „избор на оператор“.

4.3. Наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар

Наличието на бариери за навлизане на пазара може да осигури условия за дадено предприятие да упражни пазарна мощ. Такива бариери ограничават потенциалната конкуренция, която може да окаже влияние върху поведението на историческото предприятие и по-специално върху ценовата му политика. Бариерите за навлизане на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение са свързани както с наличието на икономии от мащаба и от обхвата, така и с вертикалната интеграция.

4.3.1. Икономии от мащаба

Икономии от мащаба възникват, когато с нарастване на обема на предоставяните от дадено предприятие електронни съобщителни мрежи и/или услуги намаляват средните разходи за единица. Такива икономии се наблюдават, когато процесът на

производство и реализация на дадена електронна съобщителна мрежа и/или услуга е съпроводен с високи фиксирани и същевременно ниски променливи разходи.

Като се вземе предвид обхвата на предоставяните от „БТК” АД услуги на територията на цялата страна и значителния брой абонати, КРС прави заключение, че предприятието е в позиция да реализира значителни икономии от мащаба при предоставянето на фиксирани телефонни услуги. Пазарните дялове на историческото предприятие, изчислени на база трафик, реализиран от домашни и бизнес абонати за осъществяване на национални повиквания (97,7%) и международни повиквания (78,2%) му осигуряват възможност да реализира съществени икономии от мащаба. С цел ефективно да се конкурират с „БТК” АД, алтернативните предприятия трябва да извоюват достатъчно голям пазарен дял на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители. За целта е необходимо да предложат на крайния потребител по-благоприятни условия или цени, които да са по-ниски от тези на историческото предприятие, което би могло да породи затруднения при покриване на разходите.

4.3.2. Икономии от обхвата

Икономии от обхвата възникват, когато средните разходи за единица продукция са по-ниски, като резултат от общ процес на производство/предоставяне на няколко електронни съобщителни мрежи и/или услуги от дадено предприятие. Когато дадено предприятие присъства на голям брой пазари, то има възможност да разпределя разходите си между по-широк обхват от услуги.

„БТК” АД е историческото предприятие на пазара на фиксирани мрежи и услуги, което същевременно присъства и на други пазари на електронни съобщения и предоставя широка номенклатура от услуги като линии под наем, пренос на данни, достъп до Интернет, гласови услуги и други чрез своята мрежа. За новонавлизащите предприятия възможността да извлекат изгода от икономии от обхвата е свързана с необходимостта от навлизане на много пазари едновременно, което би увеличило разходите им и би направило по-трудно покриването им при напускане на пазара.

4.3.3. Наличие на вертикална интеграция

На пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на бизнес и домашни потребители наличието на вертикална интеграция е от съществено значение. Силните позиции на дадено предприятие на пазара на едро на повикване, генерирано от фиксирана точка на обществена телефонна мрежа, биха могли да окажат влияние на конкурентните условия на пазарите на дребно на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

В периода 2005-2007 г. единственото предприятие, което предоставя услуга на едро за генериране на повиквания „избор на оператор на преносна среда за осъществяване на междуселищни и международни разговори” в България е историческото предприятие „БТК” АД⁴⁷, от което произтича и неговият 100%-тов пазарен дял на пазара на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи. По този начин историческото предприятие се явява единствен доставчик на услуга на едро – „избор на оператор на преносна среда за осъществяване на междуселищни и международни разговори” за всяко повикване,

⁴⁷ „БТК” АД предоставя услуги за генериране на повиквания съгласно задълженията му като предприятие със значително въздействие върху пазара на фиксирани обществени телефонни мрежи и фиксирани гласови телефонни услуги, свързани с публикуването на Типово предложение за взаимно свързване.

свързана с услугите на дребно по предоставяне на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение, като на пазарите на дребно се конкурира с купувачите на предлаганата от него услуга на едро.

4.4. Недостатъчна или слаба покупателна способност

Наличието на потребители със силни позиции при водене на преговори може да ограничи възможностите на предприятие, предоставящо електронни съобщителни мрежи и/или услуги да действа независимо на пазара. От гледна точка на търсенето такава позиция може да се породи от големия размер на клиента и/или обем услуги, който купува.

По отношение на пазарите на обществено достъпни национални телефонни услуги и на обществено достъпни международни телефонни услуги за домашни потребители може да се предположи, че отделните абонати не притежават значителна покупателна способност на купувачи, тъй като въпреки големия си брой, реализират поотделно пренережимо малък дял от приходите/трафика на предприятията.

Само най-големите клиенти, реализиращи значителни обеми трафик биха могли да оказват влияние на доставчиците на обществено достъпни телефонни услуги от гледна точка на покупателната способност. **Бизнес организациите, които осъществяват голям обем национални и международни разговори са привлекателни клиенти за доставчиците на обществени телефонни услуги във фиксирана точка.** Такива клиенти могат да породят конкуренция на пазара на електронни съобщителни мрежи и/или услуги поради значителния обем на услугите, които ползват, като по този начин упражняват своята покупателната способност.

От данните, предоставени от историческото предприятие е видно, че относителният дял на сумата на приходите на дребно от десетте най-големи клиента на „БТК“ АД за 2007 г. е едва (търговска тайна). Следователно, те не биха могли да окажат влияние върху историческото предприятие в такава степен, че да повлияят на пазарното му поведение. В повечето случаи тяхното влияние би се изразило в договаряне на различни отстъпки, въз основа на обема на реализирания трафик.

В същото време седем от алтернативните на „БТК“ АД предприятия, предоставящи обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, посочват, че относителният дял на сумата на приходите на дребно от десетте най-големи абоната надвишава 25% от общите им приходи от предоставяне на фиксирана телефонна услуга на дребно. Това е индикатор, че тези клиенти биха могли да упражнят своята покупателната способност, ограничавайки способността на алтернативните предприятия да следват поведение на пазара, независимо от своите потребители. Въпреки това тяхното влияние върху разглежданите пазари на обществено достъпни телефонни услуги като цяло е ограничено, главно поради малките пазарни дялове, наблюдавани при алтернативните предприятия.

От представената информация КРС стига до заключението, че покупателната способност на домашните и на бизнес потребителите, закупуващи обществени телефонни услуги в определено местоположение е силно ограничена и те не биха могли да окажат влияние на условията и цените, по които предприятията на разглежданите пазари продават тези услуги.

4.5. Наличие на продуктово разнообразие

Според чл. 35, ал. 6 от Методиката при оценка съгласно критерия наличие на продуктово разнообразие се отчита дали дадено предприятие предоставя широка номенклатура от електронни съобщителни мрежи и/или услуги на съответния или друг пазар, което му дава възможност да ги предлага свързани една за друга или „в пакет”.

Ако дадено предприятие е със значително въздействие върху разглеждан съответен пазар, предлагайки подобни услуги, то би могло да ограничи конкуренцията на този или на друг пазар (да прехвърли своето значително въздействие върху друг съответен пазар), както и възможностите за навлизане на нови предприятия на съответния или друг пазар на електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

Както беше разгледано в т. 3.4. на настоящия Раздел VI, налице са реални условия за ограничаване на конкуренцията от страна на историческото предприятие чрез предоставянето на свързани и/или пакетни услуги. Чрез това свое поведение историческото предприятие има възможност да упражнява както натиск чрез печалбата (margin squeeze), така и натиск чрез цената (price squeeze) върху конкурентните си предприятия и съответно да ги изтласка от пазарите на дребно.

5. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара

5.1. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители

В резултат на извършения пазарен анализ, имащ за цел да оцени наличието на предпоставки, възпрепятстващи ефективната конкуренция на разглежданите пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, вземайки предвид изводите, направени при анализа на всеки един от разглежданите критерии, а именно:

- изключително високи пазарни дялове на „БТК” АД, изчислени на база брой постове и приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, както и изчислени индекс на Херфиндал-Хиршман и коефициенти на концентрация със стойности, свидетелстващи за слабо конкурентни пазари с високо ниво на концентрация;
- наличие на високи и непреходни бариери за навлизане и разширяване на разглеждания пазар, свързани с:
 - икономии от мащаба и обхвата, от които се възползва „БТК” АД;
 - вертикална интеграция, наблюдавана при осъществяването на дейността на „БТК” АД;
 - инфраструктура, която не може лесно да се дублира, каквато представлява мрежата на „БТК” АД;
- липса на потребители (домашни и бизнес) със силни позиции при водене на преговори, които имат възможност чрез своята покупателна способност да окажат въздействие върху условията и цените, при които „БТК” АД предоставя достъп до обществена телефонна мрежа; и
- наличие на възможност за ограничаване на конкуренцията от страна на „БТК” АД чрез предоставянето на свързани и/или пакетни услуги,

КРС достигна до заключението, че следва да определи „Българска телекомуникационна компания” АД за предприятие със значително въздействие върху съответните пазари:

- пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители; и

- пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители.

5.2. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители

В резултат на извършения пазарен анализ, имащ за цел да оцени наличието на предпоставки, възпрепятстващи ефективната конкуренция на разглежданите пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, вземайки предвид изводите, направени при анализа на всеки един от разглежданите критерии, а именно:

- изключително високи пазарни дялове на „БТК” АД, изчислени на база трафик (минути) и приходи от предоставяне на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, както и изчислени индекс на Херфиндал-Хиршман и коефициенти на концентрация със стойности, свидетелстващи за слабо конкурентни пазари с високо ниво на концентрация;
- наличие на високи и непреходни бариери за навлизане и разширяване на разглеждания пазар, свързани с:
 - икономии от мащаба и обхвата, от които се възползва „БТК” АД;
 - вертикална интеграция, наблюдавана при осъществяването на дейността на „БТК” АД;
- липса на потребители (домашни и бизнес) със силни позиции при водене на преговори, които имат възможност чрез своята покупателна способност да окажат въздействие върху условията и цените, по които „БТК” АД предоставя обществено достъпни национални и международни телефонни услуги; и
- наличие на възможност за ограничаване на конкуренцията от страна на „БТК” АД чрез предоставянето на свързани и/или пакетни услуги,

КРС достигна до заключението, че следва да определи „Българска телекомуникационна компания” АД за предприятие със значително въздействие върху съответните пазари:

- пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители;
- пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители;
- пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители;
- пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители.

VII. Определяне на специфични задължения

1. Изводи относно необходимостта от регулаторна намеса

1.1. На пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение

Резултатите от анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение сочат, че „Българска телекомуникационна компания” АД, в качеството си на предприятие със значително въздействие на съответния пазар, предоставящо услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, е собственик на мрежа, чието дублиране би изисквало прекалено големи разходи, което от своя страна представлява висока бариера за навлизане на пазара. Последното създава условия за потенциално антиконкурентно поведение от страна на „Българска телекомуникационна компания” АД, с цел изтласкване на конкуренцията и затваряне на свързаните пазари на дребно. Като отчита, че не са налице предпоставки, които биха довели до съществени промени на конкурентните условия на разглеждания пазар в перспектива за следващите две години, както и с оглед възпиране на възможностите за прилагане на антиконкурентни практики, КРС счита, че е необходимо да бъдат наложени специфични задължения или съответно да бъде продължен срокът на действие на наложените задължения на предприятието със значително въздействие върху пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение.

1.2. На пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

Въз основа на заключенията от анализа на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение „Българска телекомуникационна компания” АД е определено като предприятие със значително въздействие върху съответните пазари на дребно. Както е посочено по-горе следва да се отбележи, че „Българска телекомуникационна компания” АД контролира инфраструктура, която не би могла лесно да се дублира, което представлява висока бариера за навлизане на съответните пазари, създаваща предпоставки за потенциално възникване и прилагане на антиконкурентни практики с цел изтласкване на съществуващите конкуренти и/или възпиране навлизането на пазара на нови конкуренти. Последното от своя страна уврежда конкурентните условия и води до затваряне на пазара.

Наред с това КРС счита, че както към настоящия момент, така и в перспектива не са налице предпоставки, които биха довели до промени в конкурентната среда и до намаляване на цените на услугите на разглежданите пазари, поради което е налице необходимост на предприятието със значително въздействие върху пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение да бъдат наложени специфични задължения или съответно да бъде продължено действието на наложените текущи задължения.

Отчитайки липсата на ефективна конкуренция пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, установени в резултат от пазарния анализ, както и наличието на потенциални конкурентни проблеми, КРС счита, че е налице законово основание на предприятието със значително въздействие на съответните пазари да бъде определено и наложено поне едно от специфичните

задължения, или съответно да бъде продължено действието на вече наложено специфично задължение, регламентирани от ЗЕС, както следва:

- Задължение за предоставяне на услугата „избор на оператор” и/или „избор на оператор на абонаментна основа” – чл. 135, ал. 1 от ЗЕС;
- Задължение за достъп до и използване на специфични мрежови съоръжения за наемане на абонатни линии под наем – чл. 166, ал.2 т.4 и чл. 173 от ЗЕС;
- Задължение за прозрачност - чл. 221, ал. 2 и във връзка с чл. 166, ал. 2, т. 1 от ЗЕС;
- Задължение за равнопоставеност (недискриминация) - чл. 221, ал. 2 и във връзка с чл. 166, ал. 2, т. 2 от ЗЕС;
- Задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии под наем . чл.167 ал.3 от ЗЕС;
- Задължение за разделно счетоводство – чл. 166, ал. 2, т. 3 от ЗЕС;
- Задължение за ценови ограничения - чл. 221, ал. 2 и ал. 3 и във връзка с чл. 166, ал. 2, т. 5 от ЗЕС.

2. Цели и принципи при избор на специфични задължения

В съответствие с резултатите от пазарния анализ, установените пазарни дефекти, свързани със значителното въздействие на предприятието върху съответните пазари, КРС следва да избере и наложи специфични задължения на предприятието със значително въздействие върху съответните пазари, по начин осигуряващ постигане на целите, определени в чл. 4 от ЗЕС, а именно:

1. Развитие на конкуренцията;
2. Развитие на единния вътрешен пазар на електронни съобщения на Общността;
3. Подкрепа интересите на гражданите.

В съответствие с разпоредбите на чл. 157 от ЗЕС при избора на специфичните задължения КРС следва да спазва следните принципи:

- Обоснованост – специфичните мерки, които регулаторът може да налага, да отговарят на действащите нормативни изисквания;
- Пропорционалност – да са посочени причините за налагане на специфичните мерки за всяко предприятие, като тежестта на задължението се съобразява с целения резултат.

3. Текущи задължения

По силата на § 5, ал. 3 от ПЗР на ЗД (отм.), Решение № 1748/16.09.2004 г., Решение № 1742/12.09.2005 г. и Решение №1317 от 2006 г. на КРС и на основание § 7 от ПЗР на ЗЕС, от влизане в сила на ЗД (отм.) до настоящия момент за оператор със значително въздействие върху пазара на фиксирани обществени телефонни мрежи и фиксирани гласови телефонни услуги е определено „БТК” АД.

На основание § 7 от ПЗР на ЗЕС във връзка с Решение № 1317 от 2006 г. на КРС „БТК” АД е задължено да продължи да изпълнява предвидените в ЗД (отм.) и в индивидуална лицензия № 100-0001 от 28.01.2005 г. задължения. Задълженията, относими към съответните пазари, предмет на настоящия анализ, са както следва:

I. На първо място „БТК” АД има задължение за предоставяне на универсална услуга, което намира отражение в посока намаление на средно претеглените цени в

мрежата на „БТК“ АД, при отчитане на задължението за предлагане на пакети със социална насоченост. При действието на ЗД (отм.) универсалната далекосъобщителна услуга е услуга с определено качество, която се предоставя на всеки краен потребител независимо от географското му местоположение на достъпна цена. Елементите на услугата са:

1. първоначално свързване към обществена фиксирана телефонна мрежа в крайна точка от нея и достъп до фиксирани гласови телефонни услуги (абонамент), осигуряващи възможност за осъществяване на селищни, междуселищни и международни повиквания;

2. достъп до фиксирана гласова телефонна услуга чрез обществени телефонни апарати;

3. телефонен указател за номерата на абонатите на фиксираните мрежи и предоставяне на телефонни справочни услуги за номерата на абонатите на фиксираните и мобилните мрежи, като посоченият елемент не е относим към настоящия анализ;

4. безплатен достъп до услугите за спешни повиквания;

5. осигуряване на достъп до фиксирани гласови телефонни услуги при специални условия и/или осигуряване на крайни устройства, където това е подходящо, за инвалиди или лица в неравностойно положение.

Конкретните параметри на задължението на „БТК“ АД бяха регламентирани както в подзаконовите актове – Наредба № 15 от 2.09.2004 г. за условията и реда за осигуряване на универсалната далекосъобщителна услуга и качеството, на което тя отговаря (обн. ДВ, бр. 85/2004 г.), Методика за условията и реда за определяне достъпността на цената на универсалната далекосъобщителна услуга (обн., ДВ, бр. 78 от 2004 г.) и Правила за изчисляване на нетните загуби на обществените оператори от предоставянето на универсална далекосъобщителна услуга (Обн., ДВ, бр. 52/2005 г.), така и в индивидуалната лицензия на дружеството.

Съгласно ЗЕС универсалната услуга е набор от услуги с определено качество, предлагани на всички крайни потребители независимо от географското им местоположение на територията на страната на достъпна цена, като същата включва:

1. свързване в определено местоположение към обществената телефонна мрежа и достъп до обществени телефонни услуги независимо от използваната технология;

2. осигуряване на обществени телефонни апарати с определено качество, които осигуряват провеждане и на безплатни спешни повиквания към национални номера и към единния европейски номер за спешни повиквания "112";

3. осигуряване на телефонен указател с номера на всички абонати на обществени телефонни услуги, като посоченият елемент не е относим към настоящия анализ;

4. осигуряване на телефонни справочни услуги, достъпни за всички крайни потребители, включително ползващите обществени телефони;

5. осигуряване на безплатни спешни повиквания към национални номера и към единния европейски номер за спешни повиквания "112";

6. осигуряване на достъп до обществени телефонни услуги, включително услугите за спешни повиквания, телефонен указател и справочни услуги за хора с увреждания, подобни на ползваните от другите крайни потребители.

Конкретните параметри, свързани с предоставянето на универсалната услуга, са регламентирани в актовете, приети в приложение на ЗЕС, а именно – **Наредба № 6**, Методика за определяне на цените и ценовите пакети на универсалната услуга (обн.,

ДВ, бр. 94 от 31.10.2008 г.), Правила за изчисляване на нетните загуби от предоставяне на универсална услуга.

Задължението на „БТК” АД за свързване в определено местоположение е свързано с наличие на обосновано искане от страна на абонатите, като критериите в режима на ЗД (отм.) са, че това е всяко първо заявление, подадено от краен потребител за свързване в крайна точка на обществена фиксирана телефонна мрежа, намираща се в рамките на населено място или селищно образувание на територията на Република България. Към настоящия момент за обосновано се счита искане за свързване на първи телефонен пост в рамките на населено място и отнасящи се до постоянния адрес на крайния потребител.

Във връзка с изискването за определяне на достъпна цена на универсалната услуга при действието на ЗД (отм.) и Методика за условията и реда за определяне достъпността на цената на универсалната далекосъобщителна услуга „БТК” АД определя размера на цената й като достъпна за следните услуги:

1. първоначално свързване към обществена фиксирана телефонна мрежа в крайна точка от нея;

2. достъп до фиксирани гласови телефонни услуги (месечен абонамент), осигуряващи възможност за осъществяване на селищни, междуселищни и международни повиквания;

3. достъп до фиксирана гласова телефонна услуга чрез обществени телефонни апарати;

4. достъп до телефонен указател за номерата на абонатите на фиксираните мрежи;

5. достъп до телефонни справочни услуги за номерата на абонатите на фиксираните и мобилните мрежи;

6. достъп до фиксирани гласови телефонни услуги при специални условия, като цените по т. 1 и 2 се определят въз основа на потребителска кошница за месечно потребление.

Достъпността на цената на услуга се определя въз основа на следните принципи:

1. отчитане на разходите по предоставяне на услугата;

2. географско осреднение на цената за територия, на която операторът предоставя услугата;

3. заменимост на услугите по чл. 3 със съответни алтернативни далекосъобщителни услуги;

4. отчитане равнището на действащите към момента цени на услугите по чл. 3;

5. отчитане влиянието на индекса на потребителските цени, умножен с индекса на изменение на brutния вътрешен продукт.

Към момента новата методика вмениява като задължение на предприятията, предоставящи част или цялата универсална услуга да определят като достъпни цените за свързване в определено местоположение към обществената телефонна мрежа, отнасящо се до обосновано искане за свързване, подадено от краен потребител; поддръжка на достъп до обществени телефонни услуги (месечен абонамент/стандартен план); ценови пакет за хора с увреждания; ценови пакет за хора със специални социални нужди; ценови пакет за хора с ниски доходи.

Във връзка с предоставянето на универсалната услуга се предвижда механизъм на компенсиране предоставянето на същата в случаите, когато предоставянето й

представлява несправедлива тежест за задълженото предприятие. С оглед на това е създаден и Фонд за компенсиране на универсална услуга. До момента не е постъпвало заявление за компенсиране от „БТК” АД.

II. Във връзка с определянето на „БТК” АД за оператор със значително въздействие върху пазара на фиксирани телефонни мрежи и фиксирани гласови телефонни услуги под регулация попадат цените на фиксираната гласова телефонна услуга. При формиране на същата „БТК” АД следва да спазва следните изисквания:

1. да не включва елементи на ценообразуването, основаващи се единствено на значителното си въздействие върху пазара;
2. да не включва отстъпки, които нарушават възможностите за конкуренция от страна на други обществени оператори за съответната услуга;
3. да не създава предимства за отделни потребители на същата или сходна услуга;
4. да определя цените на услугите над нивото за разходите по предоставянето им;
5. да определя цените в съответствие с Правилата за определяне на цените на фиксираната гласова телефонна услуга;
6. да определя цените на базата на потребителска ценова кошница за месечно потребление, като елементите ѝ са идентични с горепосочените.

Цената на фиксираната гласова телефонна услуга съдържа цена за първоначално свързване към мрежата, цена за месечен абонамент и цена за потребление на телефонни разговори, като цените на пазарите на дребно, прилагани от „БТК” АД в рамките на собствената им мрежа, се регулират чрез Правила за определяне на цените на фиксираната гласова телефонна услуга. Определянето на посочената цена се извършва на базата на потребителска кошница за месечно потребление, която съдържа следните елементи:

1. първоначално свързване към мрежата за откриване на телефонен пост на домашен абонат;
2. първоначално свързване към мрежата за откриване на телефонен пост на бизнес абонат;
3. месечен абонамент за телефонен пост на домашен абонат;
4. месечен абонамент за телефонен пост на бизнес абонат;
5. селищни телефонни разговори от телефонен пост на домашен абонат;
6. междуселищни телефонни разговори от телефонен пост на домашен абонат;
7. международни телефонни разговори от телефонен пост на домашен абонат;
8. селищни телефонни разговори от телефонен пост на бизнес абонат;
9. междуселищни телефонни разговори от телефонен пост на бизнес абонат;
10. международни телефонни разговори от телефонен пост на бизнес абонат.

Цените по т. 1 и т. 3 се определят въз основа на Методика за условията и реда за определяне достъпността на цената на универсалната далекосъобщителна услуга. „БТК” АД разработва разчет за кошницата, при който месечното потребление от телефонни разговори се представя от общия брой минути и допълнителен разчет на кошницата, при който месечното потребление от телефонни разговори се представя чрез общия брой импулси. Нарастването на цените на отделните елементи в рамките на кошницата е ограничено от общ ценови таван, чиято максимална стойност е равна на

произведението от индекса на изменение на потребителските цени и индекса на изменение на brutния вътрешен продукт, като правилата залагат и ограничения при определяне на цените. Цените на пазарите на дребно, отнасящи се до разговори с абонати на други мрежи (фиксиран и мобилни), не се регулират.

III. Съгласно разпоредбите на ЗД (§5, ал.1, т.3 от ПЗР на ЗД) и чл. 18, т. 2 от Наредба № 10 „БТК” АД има задължение да предоставя услугата „избор на оператора на преносната среда” за всяко повикване и на абонаментна основа като основна услуга по взаимно свързване, като задължението е в сила от 01.01.2005 г.

Първоначално задължението на БТК се отнася до междуселищни и международни разговори, а с Решение 1445/11.07.2008 г. на КРС задължението на „БТК” АД се разширява и в него се включват и разговори към мобилни мрежи, като услугите не се предоставят чрез обществени телефони.

Конкретните параметри на задължението на „БТК” АД, както и процедурите и начините на заплащане, са регламентирани в Типовото предложение за взаимно свързване, одобрено с Решение № 572 от 30 март 2006 г. на КРС (потвърдено с окончателно Решение на Върховен административен съд от 13.02.2008 г.).

Услугите за избор на оператор на преносна среда, които „БТК” АД ще предоставя, осигуряват пренос на повиквания, инициирани от абонати на „БТК” АД към други абонати на „БТК” АД, към абонати на други предприятия или на телекомуникационни оператори, предоставящи гласови услуги на територията на други държави, като „БТК” АД пренася повикванията и ги насочва през мрежата си към точка на взаимно свързване с предприятието, която е най-близко до крайната точка на мрежата на „БТК” АД, от която произлиза повикването, за приемането им от предприятието с цел по-нататъшно пренасяне и насочване на повикванията през мрежата му. Услугите се предоставят при условие, че е осигурен достатъчен мрежов капацитет (който е осигурен въз основа на удовлетворена заявка за капацитет) за предоставяне на услугите по взаимно свързване за трафик в съответствие със заложеното в Типовото предложение и се предоставят само за повиквания, инициирани посредством абонатни линии, свързани към цифрови локални централи от мрежата на „БТК” АД, за услугата избор на оператор на абонаментна основа.

4. Конкурентни проблеми

Наличието на конкурентни проблеми на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение се разглежда от КРС в съответствие с Общата позиция⁴⁸ на Групата на Европейските регулатори (ERG), в която е посочено, че под „конкурентен проблем” се разбира всяко пазарно поведение на предприятие със значително въздействие върху съответния пазар, чрез което се цели конкурентите да не се допуснат да навлязат на пазара, да се изтласкат от пазара или да се експлоатират потребителите. В цитирания документ ERG посочва, че налагането на специфични задължения на предприятие със значително въздействие върху съответния пазар, в светлината на регулаторна рамка 2002, не предполага задължителна злоупотреба с господстващо положение. Съгласно Общата позиция на ERG специфични задължения могат да бъдат наложени и когато е налице възможност, при определени обстоятелства, идентифицираните конкурентни проблеми да възникнат като потенциални.

⁴⁸ Обща позиция на ERG относно подхода при определяне на подходящи специфични задължения – ERG (06) 33 final version – стр.25

Отчитайки препоръките, произтичащи от Общата позиция на ERG, както и с оглед изводите относно необходимостта от регулаторна намеса на пазарите на дребно на фиксирана телефония се идентифицират конкурентни проблеми, които са относими както към предоставянето на достъп до фиксирана мрежа, така и към реализиране на повиквания. Следва да се отбележи, че КРС изрично посочва потенциални конкурентни проблеми, които са относими само към единия тип пазари на дребно. Както е посочено в анализа, „БТК” АД е определена за предприятие със значително въздействие върху пазара на фиксирани телефонни мрежи и предоставяне на фиксирани гласови телефонни услуги⁴⁹. Като отчита установената и в настоящия анализ значителна пазарна мощ на предприятието⁵⁰, КРС е на мнение, че пазарното поведение на историческия оператор е фактор, който в значителна степен влияе върху състоянието на конкуренцията и върху поведението на останалите участници на разглежданите пазари. Вземайки предвид посоченото, както и очакванията, че не са налице предпоставки, които биха довели до съществени промени в конкурентната среда, КРС разглежда възможността от възникване на потенциални конкурентни проблеми, при липса на регулация на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, както следва:

4.1. Прехвърляне на вертикални предимства

Най-общо под прехвърляне на вертикални предимства се разбира всяко пазарно поведение на предприятие със значително въздействие върху пазара, целящо прехвърляне на пазарна сила от един пазарен сегмент на друг, потенциално конкурентен сегмент. В позицията на ERG е посочено, че прехвърлянето на вертикалните предимства може да бъде дефинирано като практика на предприятие, което оперира както на пазара на едро, така и на вертикално свързаните с него пазари на дребно, като същевременно е обявено за предприятие със значително въздействие върху пазара на едро. Предприятието със значително въздействие върху пазара на едро обикновено притежава оборудване и мрежа, които са от изключителна важност за развиване на дейността на конкурентите му и което му позволява да прехвърли своята пазарна сила на потенциално конкурентни пазари на дребно. Ако това прехвърляне на пазарна сила се осъществи успешно, предприятието би имало значително въздействие както на пазара на едро, така и на свързаните пазари на дребно.

Прехвърлянето на вертикални предимства на пазарите на дребно се проявява в случаите, при които вертикално интегрирано предприятие със значително въздействие не е в състояние да се възползва изцяло от господстващото си положение на пазара на едро. Например, ако предприятието със значително въздействие на пазара е обект на стриктен ценови контрол по отношение на предоставяне на услуги на пазара на едро, то би имало мотиви да прехвърли пазарната си мощ на свързаните пазари на дребно. В тази връзка следва да се отбележи, че при стриктен регулаторен контрол на пазарите на едро се наблюдава възникване на множество конкурентни проблеми от типа прехвърляне на вертикални предимства на свързаните пазари на дребно. Въпреки това балансираният регулаторен контрол както на пазарите на едро, така и на пазарите на дребно дава възможност за осигуряване на добра конкурентна среда.

Обичайно, практиката на прехвърляне на вертикални предимства се изразява в:

⁴⁹ Виж раздел VI от документа

⁵⁰ Виж раздел VI от документа

4.1.1. Отказ за съвместна търговия/отказ на достъп

Предприятие със значително въздействие на пазара на едро би опитало да увеличи и пренесе пазарната си мощ на свързаните пазари на дребно, като откаже достъп или съвместна търговия на алтернативните предприятия, опериращи на потенциално конкурентни пазари на дребно, като такова поведение води до затваряне на пазара. Отказът за съвместна търговия води до увреждане на конкурентната среда в случаите, при които предприятието със значително въздействие на пазара контролира оборудването (input), което е от съществено значение за другите предприятия на пазара, за да могат да осъществяват дейността си и да се конкурират на пазарите на дребно. В случай, че е налице достатъчна конкуренция на пазарите на дребно, която се дължи например на потенциални конкурентни мрежи/технологии, отказът на достъп не би довел до ограничаване на конкуренцията на пазарите на дребно.

Като отказ на достъп се определя и ситуация, при която предприятията със значително въздействие върху пазара предоставят достъп въз основа на прекомерни/неприемливи условия.

КРС счита, че като предприятие със значително въздействие на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, „Българска телекомуникационна компания” АД би имала мотиви да откаже достъп на предприятия, предлагащи конкурентни услуги на свързаните пазари на дребно. Такова поведение би ограничило конкуренцията на пазарите на дребно на фиксирана телефония. Следва да се отбележи, че голяма част от конкуренцията на пазара на дребно се основава на достъп чрез услугата генериране на повикване на „Българска телекомуникационна компания” АД. За повечето от конкурентите на „Българска телекомуникационна компания” АД на практика няма алтернативна услуга като входящ ресурс (input), въз основа на която да се предоставят телефонни услуги на пазара на дребно. Следователно отказът на достъп може да доведе както до изтласкване от пазара на настоящите предприятия, така и до спиране навлизането на потенциални конкуренти. Същевременно „Българска телекомуникационна компания” АД има мотиви да отхвърли достъп предвид факта, че по този начин предприятието би било в състояние да елиминира повечето си конкуренти на свързаните пазари на дребно, което от своя страна предоставя възможност за прилагане на високи цени и извличане на по-високи печалби от този пазар. В тази връзка би могло да се каже, че отказът на достъп е един от ключовите конкурентни проблеми на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

Предвид гореизложеното КРС счита, че отказът на достъп е потенциален конкурентен проблем по отношение на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, в случай на отмяна на текущите задължения за предоставяне на достъп и предоставяне на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”, наложено на „Българска телекомуникационна компания” АД, по реда на отменения ЗД. Следва да се отбележи, че е налице потенциална възможност за възникване на посочения конкурентен проблем на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предвид факта че от страна на „Българска телекомуникационна компания” АД до настоящия момент не се е предлагала еквивалентна услуга на пазара на едро, която да дава възможност на алтернативните предприятия да предлагат услугата достъп на крайни потребители. В тази връзка КРС е на мнение, че отказът на достъп е проблем, подлежащ на ex-ante регулиране.

4.1.2. Прехвърляне на неценови вертикални предимства

Прехвърляне на неценови вертикални предимства може да включва редица прояви на дискриминационно поведение от страна на предприятието със значително въздействие върху пазара на едро по отношение на предоставянето на услуги на конкурентните предприятия и предоставянето на услуги за собствени нужди, необходими за предоставяне на услуги на свързаните пазари на дребно. Това е особено отнормено в случаите, при които предприятие със значително въздействие върху пазар на едро е обект на регулирани цени за достъп, което от своя страна прави проявата на ценова дискриминация невъзможна.

Конкурентните проблеми от типа прехвърляне на неценови вертикални предимства включват основно тактики на отлагане, предоставяне на пакетни/свързани услуги, дискриминация по отношение на качеството и незаконно използване на информация за конкурентите. Посочените конкурентни проблеми са разгледани подробно нататък в настоящия документ. Следва да се отбележи, че тези конкурентни проблеми в повечето случаи предоставят на предприятието със значително въздействие върху пазара възможност да се възползва от „предимството на първия навлизащ“⁵¹ на свързаните пазари на дребно, като по този начин ограничава възможностите на конкурентите си за навлизане на посочените пазари.

Дискриминационно използване или непредоставяне на информация

Дискриминационно използване или непредоставяне на информация се отнася за ситуация, при която предприятие със значително въздействие върху пазара неправомерно отказва достъп до своята мрежа, като отказва да предостави необходимата информация на конкурентите си за приемане на споразуменията за предоставяне на услуги на едро, което възпрепятства осъществяването от алтернативните предприятия дейност на свързаните пазари на дребно. Пример за такова поведение е отказът на предприятието със значително въздействие върху пазара на едро да предостави на конкурентите си информация за бъдещи промени в топологията на мрежата. В този случай липсата на информация би довела до повишаване на разходите на алтернативните предприятия или до невъзможност от тяхна страна за предоставяне на услуги на дребно, което се приравнява на отказ за съвместна търговия.

Посоченият конкурентен проблем е свързан преди всичко с пазарното поведение на предприятията със значително въздействие върху пазара при сключване на договори за взаимно свързване. Съществува възможност за възпрепятстване на конкуренцията посредством създаване на условия, които забавят осъществяването на взаимното свързване или на практика отказват новонавлизащите предприятия от участие на пазара.

При 100% пазарен дял на „Българска телекомуникационна компания“ АД на пазара на едро на генериране и на терминиране⁵² и липса на регулиране следва да се отчете, че дружеството би имало мотиви да откаже предоставянето на необходимата за осъществяване на взаимното свързване информация, затваряйки по този начин свързаните пазари на дребно и затвърдявайки позициите си на предприятие със значително въздействие там. Евентуалните загуби, възникнали от затварянето на пазара, несъмнено биха били много по-малки за историческото предприятие („Българска телекомуникационна компания“ АД) от тези за алтернативните

⁵¹ Виж Раздел VII, т. 4.1.2, Умишлено забавяне или отлагане

⁵² Виж Раздел VII, т. 2.2.1 от документа „Определяне, анализ и оценка на пазарите на генериране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи и терминиране на повиквания от определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи”

предприятия. За последните е неизбежно да могат да предлагат на своите потребители възможност да осъществяват повиквания към потребители на „Българска телекомуникационна компания” АД, докато историческото предприятие може в много по-голяма степен да си позволи да не предоставя възможност на потребителите си да осъществяват повиквания към потребители на алтернативните предприятия, предвид ограничения им брой. В тази връзка КРС е на мнение, че дискриминационно използване или непредоставяне на информация е потенциален конкурентен проблем както за пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, така и за пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и е налице необходимост от ex-ante регулиране.

Умишлено забавяне или отлагане

Както е отбелязано в Общата позиция на ERG, потенциален конкурентен проблем при вертикално интегрираните предприятия е тактиката на забавяне – понякога наричана „натиск при предоставянето” (provisioning squeeze). В конкретния случай тактиката се отнася преди всичко до пазарното поведение на предприятията със значително въздействие върху пазара при сключване на договори за взаимно свързване. Тактиката на забавяне се дефинира като поведение, при което предприятието със значително пазарно въздействие не отказва да предоставя услуги на своите конкуренти на пазара на дребно, но те получават необходимите услуги на по-късен етап, в сравнение с получаването на услугата, необходима за предоставяне на услуги на дребно от самото предприятие със значително въздействие върху пазара на едро.

Тактиките на забавяне се проявяват в различни форми, като продължителни преговори или симулиране на технически проблеми. Мотивите за такова поведение са два вида. На първо място, в случай, че разглежданият пазар на дребно е отворен за конкуренция, която би довела до намаляване на печалбите на предприятието със значително въздействие върху пазара, то използва тактиката за забавяне на навлизането на пазара, за да защити монополната си печалба. Другият случай се отнася за ситуация, при която на пазара на дребно историческото предприятие предлага нова услуга. Тогава тактиката на забавяне допринася за постигане на предимството на първия навлизащ, което не би било възможно, ако необходимата услуга на едро бъде предоставена едновременно на всички конкуренти на пазара на дребно.

Посредством ненужно дълги преговори за достъп или позоваване на несъществуващи технически проблеми предприятието със значително въздействие върху пазара цели създаването на несигурност у конкурентите, както и увеличаване на разходите им. Така разгледано забавянето на преговорите или на предоставянето на услугите по генериране на повиквания на едро би могло да се приравни на отказ от достъп.

Предимството на първия навлизащ се отнася до икономическото предимство на предприятието, появило се първо на пазара, в сравнение с конкурентите, които навлизат на по-късен етап на същия пазар. Предимството на първия навлизащ от гледна точка на предлагането се проявява като ефекта на мрежата⁵³ и редуциране на разходите, предвид реализирането на икономии от мащаб. От гледна точка на търсенето предимството на първия навлизащ е резултат от ефекта на затваряне на потребителите (lock-in effects). Така се увеличават необходимите за навлизане на пазара разходи на конкурентите и се ограничават продажбите им.

⁵³ За новите потребители стойността на продукта се увеличава заради броя на потребителите преди тях – в случая с фиксираната мрежа – новият потребител има връзка с всички съществуващи до този момент потребители

Следва да се отбележи, че към настоящия момент на „Българска телекомуникационна компания” АД са наложени задължения за предоставяне на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” при условията на Типово предложение, одобрено от КРС. Въпреки това КРС счита, че е налице вероятност предприятието да прилага тактика на забавяне в случай че няма времеви ограничения за реализиране на услугите на едро, отчитайки факта, че „Българска телекомуникационна компания” АД има интерес да не предоставя услугите достъп и генериране на повиквания с цел увеличаване на пазарната си сила. Предвид факта, че тактиката на забавяне води до увреждане на конкурентните условия и засяга интересите на крайните потребители, КРС е на мнение, че посочената тактика, представлява потенциален конкурентен проблем както по отношение на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, така и по отношение на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, при липса на ex-ante регулиране.

Пакетни/свързани услуги

Понятието „свързани услуги” се отнася за практиката на едно предприятие да предоставя една услуга, при условия на свързаност (заедно) с друга, а „пакетни услуги” е специфичен случай на обвързване на услугите, при който свързаните услуги се предоставят във фиксирани, предварително определени пропорции и условия. В случай на два вертикално свързани пазара, предприятието със значително въздействие на пазара на едро може да обвърже предоставянето на необходимо оборудване (input) с друг продукт или услуга, което е насочено към повишаване на разходите на конкурентните предприятия на пазара на дребно, предвид факта, че те са принудени да закупуват услугата на едро, обвързана в пакет с други допълнителни компоненти и/или условия, които не са необходими, за предоставяне на услугата на пазара на дребно. В случай, че цената на едро на „пакетните услуги” е по-висока от цената на дребно, редуцирана с разходите по предоставяне на услугите на пазара на дребно от ефективно предприятие, то обвързването на услугите в пакет резултира в потискане на печалбата.

Следва да се отбележи, че обвързването на услуги на едро не се наблюдава често. Въпреки това потенциалната възможност за възникването на такъв конкурентен проблем е отчетена от КРС и в действащото законодателство са заложили правила за предоставяне на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”, според които не се допуска заплащане на допълнителни съоръжения или услуги, които не са необходими за осъществяване на исканата услуга, както и не се позволява ползването на една услуга да се поставя в зависимост от друга, незадължително свързана с нея услуга. В тази връзка КРС счита, че посоченият потенциален конкурентен проблем би бил относим към пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и към пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение при липса на регулиране.

Прекомерни изисквания

Прекомерни изисквания са всички договорни условия, които не са необходими за предлагането на услугата на пазара на едро. Те предполагат определено поведение от предприятията на пазара на дребно и водят до увеличаване на разходите или до ограничаване на продажбите на конкурентите на свързаните пазари на дребно. Примери за прекомерни изисквания могат да бъдат: изисквания на специфична (поскъпа) технология, банкови гаранции, предоставяне на залог или изисквания за информация, като данни за потребителите на конкурента, извън данните, които са икономически и технически необходими и оправдани.

Както бе посочено по-горе съгласно действащото през периода 2005 г. – 2007 г. законодателство „Българска телекомуникационна компания” АД има наложени задължения за предоставяне на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”, при условията на одобрено от КРС Типово предложение за взаимно свързване. Въпреки това КРС е на мнение, че при липса на регулиране съществува потенциална възможност за прилагане на прекомерни изисквания при предоставяне на необходимите услуги на едро от страна на „Българска телекомуникационна компания” АД за предоставяне на услуги на свързаните пазари на дребно от конкурентните предприятия, което би довело до увреждане на конкурентната среда. В тази връзка КРС е на мнение, че посоченият конкурентен проблем е относим към пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и към пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и съответно подлежи на ex-ante регулиране.

Дискриминация по отношение на качеството

Съгласно Общата позиция на ERG предприятията със значително въздействие на пазара прехвърлят пазарната си сила на свързаните пазари на дребно чрез дискриминация по отношение на качеството спрямо услугите на едро, които предоставя на конкурентите си. Дискриминацията по отношение на качеството от страна на предприятието със значително въздействие върху пазара води до увеличаване на разходите на конкурентите, предвид необходимостта от компенсиране на недостатъците в качеството, свързано с допълнителни усилия или инвестиции. В случай, че заниженото качество не би могло да се компенсира от конкурентните предприятия, намаляват продажбите им в резултат от намаляване на търсенето от крайните потребители, предвид по-ниското качество на услугите. Пример за проявяване на последното е случай, при който историческият оператор дава предимство на собствения си трафик в претоварени участъци на мрежата или при повреди на мрежово ниво, дава приоритет на отстраняване на проблема при собствените си клиенти.

Въпреки факта, че „Българска телекомуникационна компания” АД има задължение за предоставяне на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” при условията на одобрено от КРС Типово предложение за взаимно свързване, което включва и технически условия за предоставяне на услугите, КРС е на мнение, че при липса на регулиране, „Българска телекомуникационна компания” АД би имала мотиви да приложи дискриминация чрез качеството с оглед възможността да постави конкурентите си в неизгодно положение. В тази връзка КРС счита, че това е потенциален конкурентен проблем, относим към пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и към пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и съответно подлежи на ex-ante регулиране.

Стратегическо планиране на продуктовите характеристики

Продуктовата стратегия е друга възможност за предприятието със значително въздействие на пазара на едро да постави конкурентите си на пазара на дребно в неизгодна позиция. Продуктовото планиране може да обхване всяка една от продуктовите характеристики: съвместимост, норми и стандарти, и др. Стратегическото планиране на продуктовите характеристики може да доведе както до повишаване на разходите на конкурентните предприятия, така и до ограничаване на продажбите им. Пример за такава практика е случай, при който предприятието със значително въздействие на пазара прилага стандарти, които улесняват дейността му по предоставяне на услуги на дребно, но за алтернативните предприятия се налага да

правят допълнителни инвестиции, за да се постигне съвместимост на мрежите или взаимното свързване да бъде технически осъществимо.

Предвид гореизложеното КРС е на мнение, че при липса на регулиране, „Българска телекомуникационна компания” АД би имала мотиви да приложи стратегическо планиране на продуктите характеристики с оглед възможността да постави конкурентите си в неизгодно положение. В тази връзка КРС счита, че това е потенциален конкурентен проблем, относим към пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и към пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и съответно подлежи на ex-ante регулиране.

Незаконно използване на информация за конкурентите

Проблемът за незаконно използване на информация за конкурентите може да възникне, когато предприятието със значително въздействие върху пазара на едро предоставя достъп на конкурент на пазар на дребно срещу определена информация за потребителите му. Предприятието със значително въздействие на пазара би се възползвало от тази информация, като я използва за целите на дейността си по предоставяне на услуги на дребно за разработване на специални оферти, пригодени към нуждите на потребителите на конкурента. Това би довело до ограничаване на продажбите на алтернативните предприятия и/или до повишаване на разходите им. В случай, че предприятието със значително въздействие върху пазара получи информация за потенциален конкурент на пазара на дребно, то би могло да се възползва като издигне т. нар. „Китайски стени” около потребителите си и така да не допусне навлизане на конкуренти на пазара.

Възможността за възникване на посочения конкурентен проблем е отчетена от КРС и със свое решение № 572 от 30 март 2006 г. за одобряване на Типово предложение за взаимно свързване на „Българска телекомуникационна компания” АД, Комисията дава указания за включване на текст, забраняващ на историческия оператор да предлага контра оферти и/или да влиза в контакт с крайни потребители, отказали се от услугите му и ползващи услугата „Избор на оператор на абонаментна основа”. В тази връзка, КРС е на мнение, че при липса на регулиране има потенциална възможност за възникване на посочения проблем както на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, така и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, поради което КРС счита, че е налице необходимост от ex-ante регулиране.

4.1.3. Прехвърляне на ценови вертикални предимства

Конкурентните проблеми от типа прехвърляне на ценови вертикални предимства включват ценова дискриминация и крос субсидиране, чийто ефект е ограничаване на продажбите на конкурентите на свързаните пазари на дребно, увеличаване на разходите на конкурентните предприятия и/или подлагането им на натиск чрез печалбата (margin squeeze). В конкретния случай натиск чрез печалбата се получава като резултат от малката разлика между цената за достъп на пазара на едро и еквивалентната ѝ цена на пазара на дребно, която разлика не дава възможност за реализиране на нормална печалба на конкурентите и съответно води до изтласкването им от пазара.

Ценова дискриминация

Според икономическата теория ценовата дискриминация възниква, когато два или повече сходни продукта се предлагат на цени, които са в различно съотношение спрямо разходите за производството им. Последното включва случаи, при които сходни

продукти с еднакви разходи за производство се предлагат на различни цени, както и случаи, при които продукти се предлагат на еднакви цени, въпреки че разходите за производство се различават.

Ценова дискриминация се прилага от вертикално интегрирано предприятие със значително въздействие върху пазара на едро с цел да повиши разходите на конкурентите си за предоставяне на услуги на дребно, като така предизвиква потискане на печалбата (*margin squeeze*). Последното се постига като за предоставяне на необходимите услуги на едро предприятието със значително въздействие на пазара тарифира конкурентите си на пазарите на дребно с по-високи цени (обикновено чувствително над разходите) от разходите, извършени за предоставянето на услугите на едро, необходими за предоставянето на услуги на дребно от самото предприятие със значително въздействие върху пазара, т.е. наблюдава се дискриминация между вътрешното и външното предоставяне на услуги на едро. Ценовата дискриминация е проблем, който води и до затваряне на пазара. Историческото предприятие би търсило възможност да затвори свързаните пазари на дребно, прилагайки високи цени за повиквания към други мрежи (*off-net calls*) и съответно по-ниски цени за повиквания в собствена мрежа (*on-net calls*). Това води до високи разходи за повиквания към други мрежи за крайните потребители и ниски разходи за повиквания в мрежата на предприятието със значително въздействие върху пазара. Такава ценова структура създава „ефект на мрежата“⁵⁴ и поставя предприятията с малки мрежи и ограничен брой потребители в неизгодно положение.

КРС счита, че при липса на регулиране на цените на историческия оператор е налице потенциална възможност за възникване на посочения конкурентен проблем както на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, така и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, което налага *ex-ante* регулиране.

Крос субсидиране

При оценката за наличие на конкурентни проблеми на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, за КРС е важна връзката между тези пазари и пазарите на едро за генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи и за терминиране на гласово повикване, тъй като е възможно приходите от генериране и терминиране в индивидуална мрежа да бъдат използвани, за да се покрият разходи, възникнали за съответното предприятие в резултат от дейността, осъществявана на разглежданите пазари на дребно. Такова крос-субсидиране може да стимулира неефективното използване на икономическите ресурси, което в дългосрочен аспект води до увреждане на конкуренцията и накърнява интересите на потребителите. Отчитайки пазарното поведение на фиксираните предприятия КРС счита, че крос-субсидирането е потенциален конкурентен проблем, идентифициращ възможността за надценяване на разходите за терминиране, с оглед приходите, покриващи надценените (непредизвикани от услугата) разходи да покрият реални разходи за предоставяне на услуги на свързаните пазари на дребно. Ето защо КРС счита, че информацията за разходите и връзката им с предлаганите услуги е от съществено значение за игнориране на риска от крос-субсидиране.

Крос-субсидирането, само по себе си, би могло и да не представлява антиконкурентно поведение. Но, ако едната цена е прекалено висока (на пазара на

⁵⁴ Виж Раздел VII, т. 4.1.2 „Прехвърляне на неценови вертикални предимства“, Умишлено забавяне или отлагане

едро), а другата е хищническа (на пазара на дребно), крос-субсидирането може да бъде използвано, за да се затвори свързан, потенциално конкурентен пазар. При условие, че пазарът, където е определена прекалено висока цена е този на едро, а пазарът, на който се предлагат услуги на хищнически цени е този на дребно и предприятието със значително въздействие на пазара е вертикално интегрирано, то крос-субсидирането може да доведе до потискане на печалбата (margin squeeze) на конкурентите. В конкретния случай потискането на печалбата би възникнал, ако разликата между прилаганите от предприятието със значително въздействие на пазара цени за достъп на пазара на едро и прилаганите от същото предприятие цени на услугите на свързаните пазари на дребно е толкова малка, че не позволява на конкурентните предприятия на пазарите на дребно да постигнат разумна норма на печалба, което от своя страна води до изтласкването им от пазарите на дребно.

С оглед гореизложеното КРС е на мнение, че крос-субсидирането е потенциален конкурентен проблем, относим към пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и към пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, поради което КРС счита, че е налице необходимост от ex-ante регулиране.

Хищнически цени

Хищническото ценообразуване се наблюдава в случаите, когато предприятието със значително въздействие върху пазара предлага продукт или услуга, на цени по-ниски от разходите за производство, за продължителен период от време, с намерението да възпрепятства навлизането на конкурентите на пазара или да изтласка конкурентите от пазара, което от своя страна му позволява да увеличи пазарната си мощ и на един по-късен етап да повиши печалбите си. Хищническото ценообразуване се характеризира с:

1. цената на продукта или услугата е под разходите,
2. изтласкване на конкурентите от пазара, и
3. възможност за предприятието да възстанови загубите си.

Следва да се отбележи, че предприятието със значително въздействие върху пазара прави компромис по отношение на размера на печалбата си в краткосрочен план, очаквайки повишаването ѝ в дългосрочен план. В тази връзка потребителите се възползват от ниски цени на услугите в краткосрочен план, а в дългосрочен план се накърняват интересите им от елиминирането на конкуренцията. На практика, хищничеството е трудно доказуемо, особено що се отнася до динамични пазари с високи постоянни разходи, на които оперират мулти-продуктови предприятия, прилагащи дългосрочна стратегия.

Следва да се отчете факта, че вертикално интегрирано предприятие със значително въздействие върху пазара на едро, което предоставя на конкурентите си необходими съоръжения, би могло да прилага хищнически цени на свързаните пазари на дребно с цел да потисне печалбите на конкурентните предприятия (margin squeeze), като по този начин ограничава продажбите им и съответно ги изтласка от пазара. Подобна ситуация би могла да възникне при липса на регулиране, поради което КРС счита, че е налице потенциална възможност за възникване на посочения конкурентен проблем на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

4.2. Прехвърляне на хоризонтални предимства

Най-общо под прехвърляне на хоризонтални предимства се разбира всяко пазарно поведение на предприятие със значително въздействие върху пазара, целящо

прехвърляне на пазарна сила от един пазарен сегмент на друг, потенциално конкурентен сегмент, който не е вертикално свързан с първия. В позицията на ERG е посочено, че прехвърлянето на хоризонтални предимства може да възникне както между пазарите на дребно, така и между пазари на едро или между пазар на едро и пазар на дребно, които не са вертикално свързани. Обичайно, практиката на прехвърляне на хоризонтални предимства се изразява в

Пакетни/свързани услуги

Както е посочено в Раздел VII, т. 4.1.2. Прехвърляне на неценови вертикални предимства, понятието „свързани услуги” се отнася за практиката на едно предприятие да предоставя една услуга, при условия на свързаност (заедно) с друга, а „пакетни услуги” е специфичен случай на обвързване на услугите, при който свързаните услуги се предоставят във фиксирани, предварително определени пропорции и условия.

Най-често срещаната форма на предоставяне на пакетни/свързани услуги при прехвърлянето на хоризонтални предимства на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение е обвързването на повикванията и достъпа (абонамента) или обвързването на достъпа (абонамента) с предоставянето на други електронни съобщителни услуги, като например достъп до широколентови и/или мобилни услуги. Такъв пример, както е посочено в Раздел VI, т. 3.4. от анализа, е условието на „БТК” АД, което задължава потребителите, ползващи ADSL услуги, да ползват и услугата достъп до фиксираната гласова телефонна услуга (абонамент). Това от своя страна води до невъзможност за потребителите да заявят самостоятелно ползване на една от услугите, включени в пакета, а именно услугата ADSL.

Съгласно посочената в Раздел VI, т. 3.4. от анализа информация за предоставяните от „БТК” АД планове на потребителите (домашни и бизнес абонати), дружеството предлага услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, обвързана с предоставянето на определен обем минути за разговори, като не е предвидено самостоятелното ѝ ползване от домашните абонати.

Изхождайки от факта, че „БТК” АД е предлагала сезонна промоция на пакет, включващ достъп, национални и международни повиквания, и повиквания към мобилната си мрежа, КРС е на мнение, че чрез посочените пакети дружеството има възможност да упражнява както натиск чрез печалбата (*margin squeeze*), така и натиск чрез цената (*price squeeze*) върху конкурентните предприятия и съответно да ги изтласка от пазарите на дребно. Следва да се отбележи, че предоставянето на такива пакети от страна на „БТК” АД би довело до задълбочаване на посочения конкурентен проблем, в случай че дружеството отнеме възможността на потребителите да ползват услуги, необвързани в пакет.

Следва да се отбележи, че след прехвърлянето на лицензиите за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна подвижна клетъчна мрежа по стандарт NMT и/или CDMA с национално покритие от „РТК” ЕООД на „БТК” АД и лицензиите за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна подвижна клетъчна мрежа по стандарт GSM с национално покритие и за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна подвижна клетъчна мрежа по стандарт UMTS с национално покритие от „БТК Мобайл” ЕООД на „БТК”, дружеството има възможност да предоставя пакети, включващи както повиквания към мобилната си мрежа, така и предоставянето на мобилни гласови услуги. Такъв е примерът с проведената от „БТК” АД лятна промоция „Почивай активно” отнасяща се за безплатни разговори към мобилната мрежа на дружеството. В резултат от промоцията значително се увеличава потреблението и приходите от терминиране в мрежата на Вивател. Този случай е форма на хоризонтално крос субсидиране на мобилната дейност чрез обвързване на различни гласови услуги.

Последното от своя страна би довело до затваряне на пазара, предвид факта, че с изключение на „Мобилтел” ЕАД и „Космо България Мобайл” ЕАД, конкурентните предприятия, предоставящи фиксирана гласова телефонна услуга не са в състояние да предоставят на пазара на дребно подобна оферта.

Въпреки това трябва да се отчете и факта, че голяма част от конкурентите на „БТК” АД предприятия предлагат на своите потребители пакети, които включват услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение (абонамент) и неограничен обем разговори в мрежата на съответното дружество (on-net calls) на цена от 0,00 лв./мин. Същевременно се наблюдава тенденция на нарастване на предлагането на Double-play (телевизия и интернет) и Triple-play (гласова услуга, телевизия и интернет) услуги от страна на алтернативните предприятия. В тази връзка КРС е на мнение, че обвързването на услуги в пакет само по себе си не представлява конкурентен проблем в случаите, при които потребителите имат възможност да ползват услугите, необвързани в пакет, както и в случаите, при които конкурентните предприятия са в състояние да предложат същия пакет от услуги при сходни условия.

С оглед гореизложеното КРС счита, че при липса на регулиране са налице условия за възникване на посочения конкурентен проблем както на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, така и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, което поражда необходимост от ex-ante регулиране.

Крос субсидиране

При установяването на потенциалните конкурентни проблеми на разглежданите пазари на дребно, за КРС е важна връзката между пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, предвид възможността приходите от услугите за достъп до обществена телефонна мрежа да бъдат използвани за покриване на разходи, възникнали за съответното предприятие в резултат от предоставянето на национални и международни телефонни услуги. Както беше посочено по-горе⁵⁵ това води до стимулиране на неефективно използване на икономическите ресурси, което в дългосрочен план уврежда конкуренцията и накърнява интересите на потребителите.

Посоченият конкурентен проблем, при прехвърлянето на хоризонтални предимства се отнася до ценообразуване на два пазара на дребно, при което печалбата от прекомерно високите цени на единия пазар се използва за компенсиране на загубите от хищническите цени (по-ниски от разходите) на другия пазар. В тази връзка следва да се отбележи, че крос субсидирането е свързано и се припокрива частично с конкурентния проблем пакетни/свързани услуги, в случаите при които цената на пакета, предлаган от предприятието със значително въздействие върху пазара, съдържа необосновани отстъпки за обвързаните в пакета услуги. Последното би довело до изтласкване на конкурентите, които не са в състояние да дублират предлагания от предприятието със значително въздействие пакет при същите условия.

Крос субсидирането, в условията на прехвърляне на хоризонтални предимства, се разглежда като потенциален конкурентен проблем в случаите на ценообразуване на услуги, които не са обект на силна конкуренция и съответно услуги, обект на конкуренция. Такъв е примерът с ребалансирането на цените на историческия оператор, отчитайки тенденцията на нарастване на цените за достъп (абонамент) и намалението на цените за повиквания.

Предвид гореизложеното КРС счита, че е налице потенциална възможност за възникване на крос субсидирането в условията на прехвърляне на хоризонтални предимства между пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено

⁵⁵ Виж Раздел VII, т. 4.1.3 „Прехвърляне на ценови вертикални предимства”

местоположение и пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, което поражда необходимостта от ex-ante регулиране.

4.3. Самостоятелно значително въздействие върху пазара

Освен горепосочените конкурентни проблеми, свързани с прехвърлянето на вертикални и хоризонтални предимства, се открояват три типа поведение на предприятие със значително въздействие върху конкретен пазар, а именно:

4.3.1. Издигане на бариери за навлизане на пазара

Този конкурентен проблем се отнася за предприятие със значително въздействие върху пазара, което издига бариери за навлизане на потенциални конкуренти на пазара, с цел запазване на доминиращото си положение и изтласкване на конкурентите. Съществуват различни форми на издигане на бариери за навлизане на пазара, които са посочени по-долу.

Създаване на стратегически продукти, чрез които се повишават разходите за преминаване към друго предприятие

Съгласно Общата позиция на ERG характеристиките на стратегически проектирани продукти създават възможности за предприятието със значително въздействие на пазара да постави в неблагоприятно положение своите конкуренти. Стратегическото проектиране може да обхваща всички видове характеристики на даден продукт като: предназначение, съвместимост, норми и стандарти, и е в състояние или да увеличи разходите на конкурентите, или да ограничи техните продажби. В случаите, при които предприятието развива дейност само на един пазар, стратегическото проектиране на продукт от предприятието със значително въздействие на пазара може да има за цел да увеличи разходите на потребителите за преминаване към друго предприятие, например посредством съвместимостта с допълнителните услуги, предлагани от предприятието (lock-in ефект).

В конкретния случай, КРС е на мнение, че при липса на регулация „БТК” АД би имала мотиви да създаде стратегически продукти, чрез които да се повишават разходите за преминаване към друго предприятие, предвид факта, че чрез подобно поведение би могла да затвори пазара. В тази връзка КРС счита, че е налице необходимост от ex-ante регулиране.

Договорни условия, чрез които се повишават разходите за преминаване към друго предприятие

Този конкурентен проблем се проявява чрез различни форми на поведение на предприятието със значително въздействие на пазара, което се опитва да постави нови и/или да запази съществуващи бариери за навлизане на пазара пред потенциалните конкуренти.

Възможно е също така, пазарното поведение да намери израз в налагане на договорни условия, чрез които се повишават разходите за преминаване към друго предприятие и могат да бъдат използвани от предприятието със значително въздействие на пазара за повишаване на разходите на конкурентите и новите участници на пазара, които от своя страна ще бъдат принудени да повишат усилията си, чрез които да убедят потребителите да преминат към тях. Примери за такива договорни условия могат да бъдат: удължен договорен срок и значителни глоби при предсрочно прекратяване на договора, програми за лоялни клиенти или специални цени за затворени групи потребители. Такива практики биха ограничили продажбите на

конкурентите и биха довели до затваряне на пазара.Предприятието със значително въздействие на пазара също така може да се опита при преносимост на номерата, да въведе административни бариери за потребителите, които са склонни да преминат към друго предприятие.

С оглед гореизложеното КРС смята, че посоченият конкурентен проблем е тясно свързан с прехвърлянето на хоризонтални предимства и по-специално с пакетните/свързани услуги⁵⁶, предвид факта, че обвързването на услугите в пакети с изгодни условия за ползване създава условия за проявление на lock-in ефекта, което резултира в затваряне на пазара. В тази връзка КРС е на мнение, че е налице потенциална възможност за възникване на посочения конкурентен проблем на пазарите на дребно на фиксирана телефония, като се отчита факта, че „БТК” АД предоставя освен фиксирани телефонни услуги, широколентови услуги, мобилни услуги и т.н., което от своя страна поражда необходимостта от ex-ante регулиране.

Хищнически цени

Както е посочено по-горе (виж прехвърляне на вертикални предимства) хищническото ценообразуване представлява определяне на цени с цел премахване на конкуренцията, като в същото време се ползват преимущества, които не са пряко свързани с конкурентоспособността. Хищническото ценообразуване е целенасочена стратегия на кръстосано субсидиране, обикновено от страна на господстващо предприятие, за изтласкване на конкурентите от пазара и увеличаване на пазарната му сила, чрез определяне на много ниски цени. В конкретния случай прилагането на хищнически цени на потенциално конкурентните пазари на дребно от предприятието със значително въздействие на пазара би довело до потискане на печалбата (margin squeeze) и/или до потискане на цената (price squeeze) спрямо алтернативните предприятия. Последното от своя страна не позволява на алтернативните предприятия да генерират разумна печалба от дейността си на пазарите на дребно, което резултира в изтласкването им от пазара, както и до възпиране навлизането на нови предприятия на пазара. Премахването на конкуренцията от пазара би дало възможност на предприятието със значително въздействие да повиши цените на предоставяните услуги на дребно и съответно да формира по-високи печалби.

Следва да се отбележи, че предприятието със значително въздействие върху пазара прави компромис по отношение на размера на печалбата си в краткосрочен план, очаквайки повишаването ѝ в дългосрочен план. В тази връзка потребителите се възползват от ниски цени на услугите в краткосрочен план, а в дългосрочен план се накърняват интересите им от елиминирането на конкуренцията. Подобна ситуация би могла да възникне при липса на регулиране, както и при отмяна на съществуващи задължения на пазари на дребно на фиксирана телефония. В тази връзка КРС, счита, че е налице потенциална възможност за възникване на посочения конкурентен проблем.

4.3.2. Експлоататорско поведение

Прекалено високи цени

Прекалено високите цени се дефинират като цени фиксирани на нива, значително по-високи от конкурентните нива в резултат на монопол или пазарно надмощие. Необоснованото ценообразуване съставлява нарушение на правото на конкуренция, относимо към предприятие с господстващо положение, което определя необоснована цена (необосновано висока или необосновано ниска цена). Следва да се отбележи, че липсва конкретна дефиниция за необосновани цени. Преценяват се

⁵⁶ Виж Раздел IX, т. 4.2. „Прехвърляне на хоризонтални предимства”

косвени аргументи като: рязко покачване на цената, необичайно (немотивирано) повишаване на цените, липса на връзка между себестойността на продукта и цената.

В икономическия анализ се приема, че са налице прекалено високи цени в случай, че предприятието има възможност да генерира печалби по-високи отколкото в ситуация на ефективна конкуренция. Предприятия със значително въздействие върху пазара биха прилагали цени, които максимизират печалбата им при определено търсене от страна на потребителите при липса на ефективна конкуренция. Следва да се отбележи, че прекалено високи цени биха се прилагали от господстващо предприятие, задължено да предоставя достъп на едро на други предприятия с оглед запазване на монополното му положение. В тази връзка КРС е на мнение, че прилагането на прекалено високи цени е относим конкурентен проблем на пазарите на дребно на фиксирана телефония, при липса на ценови контрол както на ниво на едро, така и на ниво на дребно. В същото време се очаква миграцията към мобилната телефония да има дисциплиниращ ефект по отношение на ценообразуването на традиционната фиксирана телефония (PSTN/ ISDN) в следващите години, което от своя страна би демотивирало „БТК” АД да прилага прекалено високи цени. Въпреки това КРС счита, че е налице необходимост от ex-ante регулиране

Ценова дискриминация

Както беше посочено по-горе (виж вертикални предимства) ценовата дискриминация възниква, когато два или повече сходни продукта се предлагат на цени, които са в различно съотношение спрямо разходите за производството им, което включва както случаи, при които сходни продукти с еднакви разходи за производство се предлагат на различни цени, така и случаи, при които продукти се предлагат на еднакви цени, въпреки че разходите за производство им се различават. За да има възможност едно предприятие да прилага ценова дискриминация е необходимо да са изпълнени следните условия:

1. предприятието следва да има (поне някаква) пазарна сила;
2. предприятието трябва да има възможност да избира потребителите;
3. предприятието трябва да е в състояние да предотвратява препродажбата.

Ценовата дискриминация на пазарите на дребно е стратегия за привличане на потребителите на конкурентните предприятия или за задържане на собствените потребители. Подобен пример е прилагането на отделни ценови условия за различни групи потребители, както и предлагането на отстъпки за нови потребители. Посоченото поведение от страна на предприятието със значително въздействие на пазара засяга интересите на крайните потребители.

КРС е на мнение, че съществува потенциална възможност за възникване на посочения конкурентен проблем при липса на регулиране, тъй като „БТК” АД би имала мотиви да прилага ценова дискриминация с цел привличане на нови потребители и засилване на пазарната си мощ. В тази връзка КРС счита, че е налице необходимост от ex-ante регулиране.

4.3.3. Производствена неефективност

Липса на инвестиции

Предприятията, изложени на натиска на конкуренцията и извършващи дейност в среда на постоянна конкуренция, се стремят към намаляване на цените и подобряване на качеството на предлаганите от тях продукти, като правят необходимите инвестиции,

за да постигнат тези цели, докато доминиращото предприятие, без или с незначителна действителна и потенциална конкуренция на пазара, няма стимули за подобряване на качеството и намаляване на цената, което от своя страна, може да доведе до възникване на неефективност, по-ниско качество и липса на инвестиции - резултати, които имат негативни за благосъстоянието ефекти (производствени неефективности), сравнени с хипотетично конкурентно положение.

КРС счита, че посочения конкурентен проблем не би могъл да възникне на пазарите на дребно на фиксирана телефония, като се отчита миграцията към мобилни телефонни услуги, която оказва дисциплиниращ ефект по отношение на мотивация за оптимизиране на процеса на предоставяне на фиксирани услуги.

Прекалено високи разходи/ неефективност

Конкурентни проблеми от този тип включват различни видове неефективности в производството и/или предоставянето на услуги, които се дължат на липсата на конкуренция. Причината е, че на съответния пазар липсва дисциплиниращия ефект на конкуренцията, който води до продуктова ефективност. Потенциалните конкурентни проблеми от този тип включват освен липса на инвестиции и ниско качество, прекалено високи разходи.

Както е посочено по-горе предвид миграцията към мобилни телефонни услуги, КРС е на мнение, че неефективността не е потенциален конкурентен проблем на пазарите на дребно на фиксирана телефония.

5. Налагане на конкретни специфични задължения

Предвид резултатите от анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и от анализа на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение (виж Раздел VI от анализа), като отчита идентифицираните потенциални конкурентни проблеми в Раздел VII, т. 4., КРС е на мнение, че е налице необходимост от регулаторна намеса с оглед стимулиране на ефективното използване на изградената инфраструктура, улесняване навлизането на пазара на нови предприятия и защита интересите на крайните потребители. Видно от посочените в Раздел VII, т. 4 конкурентни проблеми, налагането на специфични задължения на предприятието със значително въздействие върху анализираните пазари, които засягат единствено ниво предоставяне на услуги на дребно, не би било достатъчно ефективно за подобряване на конкурентната среда на разглежданите пазари. В тази връзка КРС намира за подходящо налагането на специфични задължения, както на ниво предоставяне услуги на дребно, така и на ниво предоставяне на услуги на едро, с цел елиминиране на възможностите за прилагане на антиконкурентни практики от страна на предприятието със значително въздействие и съответно създаване на условия за развитие на ефективна конкуренция.

Във връзка с гореизложеното и предвид принципите и целите, посочени в Раздел VII, т. 2, КРС счита, че специфичните задължения, пропорционални на конкурентните проблеми, посочени в Раздел VII, т. 4. от анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение (пазари на дребно на достъп) и от анализа на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение (пазари на дребно на повиквания), които следва да бъдат продължени или наложени на предприятието със значително въздействие върху разглеждания пазар следва да се разделят на две групи, а именно задължения, налагани на ниво предоставяне на услуги на едро и задължения, налагани на ниво предоставяне на услуги на дребно, които са посочени в последващото изложение.

5.1. Задължения, налагани на ниво предоставяне на услуги на едро

Резултатите от анализа на пазарите на дребно на достъп и на пазарите на дребно на повиквания сочат, че е налице липса на ефективна конкуренция, поради високи структурни бариери, а именно липсата на инфраструктура. Същевременно следва да се отбележи, че историческият оператор – „БТК” АД – е собственик на мрежа, чието дублиране на първо място е невъзможно във времевия хоризонт, обхванат от настоящия анализ и на второ място е икономическо необосновано, тъй като е свързано с прекалено високи разходи, чиято възвръщаемост не е гарантирана. Като собственик на посочената инфраструктура „БТК” АД би имала мотиви да отказва достъп с цел запазване на монополното си положение и изтласкване на конкурентните предприятия от пазарите на дребно. В тази връзка КРС счита, че е от съществено значение за конкурентните предприятия да имат достъп до мрежата на „БТК” АД, за да навлязат на пазарите на дребно, което от своя страна ще допринесе за подобряване на конкурентната среда, предвид ограничаването на възможностите за затваряне на пазара. Това предполага налагане на задължения, насочени към предоставяне на достъп на алтернативните предприятия до съоръжения и услуги, които са от съществено значение за предоставяне на достъп и повиквания на свързаните пазари на дребно. В тази връзка КРС е на мнение, че конкретните специфични задължения, пропорционални на конкурентните проблеми, посочени в Раздел VII, т. 4 от анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, които следва да бъдат продължени или наложени на предприятието със значително въздействие върху разглеждания пазар на ниво пазар на едро са:

5.1.1. Задължение за предоставяне на услугите избор на оператор за всяко повикване и избор на оператор на абонаментна основа (избор на оператор)

КРС счита за необходимо да бъде продължено задължението за избор на оператор на преноса, наложено по реда на ЗД (отм.) на предприятието, определено за такова със значително въздействие на пазарите на дребно на достъп и на пазарите на дребно на повиквания, с оглед осигуряване на възможност за навлизане на пазара на нови предприятия и подобряване на конкурентната среда.

Посоченото задължение е определено ex lege в чл. 135, ал. 1 от ЗЕС и е обвързано с факта на определяне на предприятието като такова със значително въздействие върху пазарите на дребно, а конкретното съдържание на задължението, както и условията и реда за предоставяне на услугите, включително цените за предоставяне на услугите следва да са съобразени с Правилата за условията и реда за предоставяне на услугата „избор на оператор” (Обн. ДВ, бр. 98 от 14.11.2008 г.), специфичното задължение за изготвяне и публикуване на Типовото предложение за взаимно свързване, продължено по отношение на „БТК” АД на пазара на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи и наложените ценови ограничения на пазара на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи по отношение на предоставяне на услугите по избор на оператор.

5.1.2. Задължение за предоставяне на услугата наемане/отдаване под наем на абонатни линии на едро (wholesale line rental WLR)

Видно от посочените в Раздел VII, т. 4 потенциални конкурентни проблеми, предприятието със значително въздействие върху пазарите на дребно на достъп има възможност да се възползва от предимството на пазара, породено от собствеността

върху изградената инфраструктура, като отказва достъп и/или съвместна търговия с конкурентните предприятия и съответно затваря свързаните пазари на дребно. Отчитайки невъзможността за дублиране на мрежата на историческия оператор за времеви период, който обхваща анализа, както и факта, че това би било икономически необосновано, КРС счита, че такова поведение от страна на предприятието със значително въздействие върху пазара би могло да се ограничи, чрез налагане на специфични задължения по отношение на достъпа с цел стимулиране на конкуренцията. В тази връзка КРС намира за подходящо налагането на задължение на „БТК” АД за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро, което ще позволи на алтернативните предприятия да навлязат на пазарите на дребно на достъп и съответно да предоставят услуги за достъп на крайните потребители. Предвид факта, че предоставянето на достъп на крайните потребители само по себе си изисква и предоставяне на възможност за осъществяване на повиквания, то следва да се отбележи, че алтернативните предприятия, които заявят ползването на услугата наемане на абонатни линии на едро, следва да осигурят възможността на крайните потребители да осъществяват повиквания, като за ползваните услуги предоставят една фактура.

Във връзка с определянето на минималния обхват от линии, за които ще се предоставя услугата, КРС счита, че в обхвата на услугата „Наемане/отдаване под наем на абонатни линии на едро” „БТК” АД следва да включи всички аналогови (домашни и бизнес, единични и multiple) и ISDN линии, включително и неактивните линии на историческия оператор.

Налагането на задължение за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро ще окаже незабавен ефект върху конкуренцията на пазарите на дребно на достъп, предвид факта, че основната бариера за навлизане на тези пазари се явява липсата на мрежа и невъзможността за дублирането ѝ в краткосрочен и средносрочен план. Следва да се отбележи, че комбинирането на посоченото задължение със задължението за предоставяне на услугата избор на оператор ще даде възможност на конкурентните предприятия, които предоставят повиквания на потребителите на „БТК” АД въз основа на услугата избор на оператор на абонаментна основа, да предоставят на крайните потребители освен повиквания и достъп. Това от своя страна ще улесни крайните потребители, които ползват услугата избор на оператор на абонаментна основа, тъй като ще получават една сметка за ползваните услуги, а не както досега фактура за абонамент от „БТК” АД и фактура за повиквания от конкурентно предприятие.

С оглед спазване принципа на пропорционалност, при налагане на задължението за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро КРС взема предвид обстоятелствата, посочени в чл. 175 от ЗЕС.

Преди всичко КРС е на мнение, че не са налице основания, които да водят до извода, че посредством налагането на посоченото задължение биха се засегнали нормалното функциониране на мрежата и икономическата стабилност на предприятието. Както е посочено по-долу, във връзка със задълженията за равнопоставеност и прозрачност се предвижда налагане на задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро, което да се изготви от историческото предприятие „БТК” АД. В тази връзка предприятието има възможност да предложи такива условия, които няма да нарушат нормалното функциониране на мрежата му.

Предоставянето на горепосочената информация на КРС ще даде възможност на регулатора да прецени какви са подходящите технически и икономически решения, които ще доведат до ефективно развитие на конкуренцията без да се засягат

неоправдано техническата и икономическата жизнеспособност на задълженото предприятие.

Що се отнася до засягането на правата на интелектуалната собственост, КРС счита, че този въпрос не е в пряка връзка с налагането на задължението за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро и доколкото могат да възникнат такива въпроси, тяхното регламентиране е предмет на договорите за наемане на абонатни линии на едро. По отношение предлагането на общоевропейски услуги, КРС не намира основания, които водят до извода, че налагането на посочените по-долу задължения би се отразило негативно върху предлагането на тези услуги.

Отчитайки факта, че за 2007 г. „БТК” АД е най-голямото предприятие, имащо най-голям пазарен дял, изчислен на база брой абонатни постове - 97.5%⁵⁷, КРС счита, че евентуален отказ за предоставянето на услугата наемане на абонатни линии на едро от страна на „БТК” АД би нанесъл съществена вреда на конкуренцията на свързаните пазари на дребно. Същото се отнася и до случаите на забавено удовлетворяване на исканията за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро.

Както беше посочено по-горе, дублирането на мрежата на „БТК” АД не е осъществимо в краткосрочен и средносрочен план и е свързано с прекалено високи разходи, което се явява висока бариера за навлизане на пазара на дребно на достъп. В тази връзка КРС е на мнение, че е налице необходимост от регулаторна намеса с оглед стимулиране на ефективното използване на вече изградената инфраструктура на дружеството, както и улесняване навлизането на нови предприятия на пазара, като се очаква незабавен ефект по отношение подобряване на конкурентните условия на пазарите на дребно на достъп.

С оглед посоченото и отчитайки, че при липса на външно въздействие предприятието има възможност да определя едностранно условия за реализиране на услугата наемане на абонатни линии на едро, в това число допълнителни технически изисквания, КРС е на мнение, че предвид дефинираните потенциални конкурентни проблеми и в съответствие с разпоредбите на чл. 173 и във връзка с разпоредбите на чл. 174 от ЗЕС на „БТК” АД следва да се наложи задължение за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро, включително изготвяне на Типово предложение.

КРС е на мнение, че доколкото могат да съществуват тежести при изпълнение на задължението, те са свързани с формулирането на условията за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро в Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро.

Въпреки това КРС счита, че ползите от налагането на задължението за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро и представяне на условията за реализиране на услугата в Типово предложение надвишават негативите, тъй като се осигурява прозрачност и предвидимост по отношение на условията и цените за предоставяне на услугите на едро, както и техните промени. Тази прозрачност и предвидимост дава възможност за адекватен контрол от страна на регулатора, както и възможност на предприятията да предвиждат развитието на своята дейност, тъй като услугите на едро са пряко свързани с предоставянето на услуги на пазарите на дребно.

5.1.3. Задължение за равнопоставеност

Видно от идентифицираните потенциални конкурентни проблеми, посочени в Раздел VII, т. 4., предприятието със значително въздействие върху пазарите на дребно

⁵⁷ Виж Раздел VI, т. 3 от анализа

на достъп и на пазарите на дребно на повиквания има възможност да се възползва от предимството си на пазара, като прилага различни условия при сходни обстоятелства на отделни предприятия на пазара при осъществяване на услугите избор на оператор и наемане на абонатни линии на едро. Подобно пазарно поведение би могло да се коригира чрез налагане на задължения за ценови контрол и/или прозрачност, които биха създали пречки пред ценовата и неценовата дискриминация. Въпреки това, КРС счита, че налагането на посочените задължения сами по себе си не са достатъчни, за да се предотврати наличието на дискриминационно поведение. Следва да се отбележи, че задължението за равнопоставеност обхваща както ценовите условия за реализиране на услугите избор на оператор и наемане на абонатни линии на едро, така и техническите изисквания, сроковете за предоставяне на необходимите услуги, както и други относими условия. В тази връзка КРС счита, че налагането на задължение за равнопоставеност е подходяща мярка, която ефективно ще допринесе за премахване на пазарните недостатъци, свързани основно с наличие на бариери за навлизане на пазара.

Същността на задължението за равнопоставеност е регламентирана в разпоредбата на чл. 168 от ЗЕС, съгласно която задължението за осигуряване на равнопоставеност обхваща предоставяне на равностойни условия при сходни обстоятелства на други предприятия, предоставящи еквивалентни електронни съобщителни услуги, както и предоставяне на услуги и информация при същите условия и качество като тези, предлагани от предприятието на свързаните с него лица и на предприятията, с които вече е сключен договор.

От горепосоченото следва, че задължението за равнопоставеност може да се разглежда в два аспекта:

- забрана за дискриминиране на предприятия, предоставящи еквивалентни услуги;
- задължение за третиране на свързани с предприятието лица или обособени отделни дейности, извършвани от същото предприятие, по начин еквивалентен на този, по който се третират предприятия, предоставящи еквивалентни услуги.

Задължението за равнопоставеност не предвижда задължително предлагането на идентични или еднакви условия, а се отнася до това всяко едно различие в предложените условия на отделните предприятия да бъде базирано на обективни критерии. Целта на налагането на задължение за равнопоставеност е да се осигури разглеждането на подобните ситуации на пазара по подобен начин от предприятието със значително въздействие на съответния пазар по отношение на цена, информация и други условия.

Налагането на задължение за равнопоставеност би допринесло за ограничаване на трансфера на значително въздействие от пазара на едро към свързаните пазари на дребно, както и към свързаните предприятия или дейности, извършвани от самото предприятие на свързаните пазари на дребно, тъй като възможностите за специално третиране на дадено предприятие ще бъдат съкратени. В този случай, „специално третиране на дадено предприятие” означава отказ на достъп и изместване на конкурент от пазара чрез предлагането на цени и/или условия, които са в полза на друго предприятие или на собствената мрежа.

Изхождайки от горепосоченото КРС е на мнение, че предвид дефинираните конкурентни проблеми и в съответствие с разпоредбите на чл. 221, ал. 2 във връзка с чл. 166 и във връзка с разпоредбите на чл. 168 от ЗЕС на предприятието със значително въздействие на пазарите на дребно на достъп – „БТК” АД следва да бъде продължено задължението за равнопоставеност.

Предвид резултатите от анализа, които сочат, че „БТК” АД е предприятие със значително въздействие на пазарите на дребно на достъп и на пазарите на дребно на

повиквания и отчитайки факта, че в краткосрочен и средносрочен план не е възможно да се дублира вече изградената мрежа на „БТК” АД, следва да се отбележи, че заинтересованите предприятия са принудени да закупуват услуги за достъп и генериране от „БТК” АД, за да могат да предоставят конкурентни услуги на свързаните пазари на дребно. Това може да доведе до възникване на ситуации, в които конкурентните условия на пазара ще бъдат нарушени и/или изкривени, ако на някои от предприятията се предлагат по-добри условия за развитие на дейността в сравнение с тези за други участници. По различни причини „БТК” АД би имало мотив да предлага неравнопоставени цени и условия. Например, може да се допусне, че „БТК” АД ще предложи по-неизгодни условия за развиване на дейността на предприятията, които представляват сериозна конкурентна заплаха. Отчитайки размера на предприятието, КРС счита, че такова неравнопоставено отношение би могло да доведе до съществено неблагоприятно въздействие върху пазара като цяло.

С продължаването на задължението за равнопоставеност се цели да се ограничат възможностите на „БТК” АД да третира по различен начин различните предприятия, както и свързаните предприятия или дейностите, извършвани от звена на самото предприятие на свързаните пазари на дребно, освен ако обективни причини не го налагат, а така също се стимулира ефективното използване на вече изградената инфраструктура на дружеството. По този начин алтернативните предприятия ще запазят своята конкурентоспособност, което може да доведе до намаляване на цената на дребно и/или до предлагане на по-голямо разнообразие от услуги. КРС счита, че задължението за равнопоставеност следва да обхваща както ценовите, така и неценовите условия (различни условия за предоставяне на достъп, като различието не е обосновано от обективни критерии). Ако задължението обхваща само и единствено ценовата равнопоставеност, то за „БТК” АД все още би била налице възможността да прилага съществени антиконкурентни условия и/или действия.

За да предотврати създаването на възможности за неравнопоставено третиране на предприятията на пазара, както и към свързаните предприятия или дейностите, извършвани от звена на самото предприятие на свързаните пазари на дребно, КРС счита, че е необходимо на „БТК” АД да бъде продължено задължението за равнопоставеност, както следва:

- предоставянето на услугите избор на оператор и наемане на абонатни линии на едро се осъществява при равностойни условия за сходни обстоятелства, при които вече се предоставят посочените услуги на други предприятия, предоставящи еквивалентни електронни съобщителни услуги, включително и на свързани лица;
- предоставянето на услуги и информация на предприятие, искащо да ползва услугите избор на оператор и наемане на абонатни линии на едро се осъществява при същите условия и качество като тези, ползвани от предприятието със значително въздействие върху пазара при предоставяне на собствени услуги, както и предлагани от предприятието със значително въздействие на пазара на свързаните с него лица, както и на предприятията, с които вече е сключен договор.

Посоченото определя съдържанието на задължението за равнопоставеност.

КРС счита, че предимствата за конкуренцията и ползите за потребителите надвишават недостатъците от прилагането му, поради което, според КРС задължението за равнопоставеност е справедлива и пропорционална мярка за „БТК” АД.

5.1.4. Задължение за прозрачност

Задължението за прозрачност ще гарантира на заинтересованите предприятия достатъчно информация и яснота в процеса на преговорите за реализиране на услугите

избор на оператор и наемане на абонатни линии на едро. Следва да се отбележи, че само по себе си посоченото задължение не е достатъчно за разрешаване на идентифицираните потенциални конкурентни проблеми, но налагането му засилва ефективността на другите наложени задължения. В конкретния случай, налагането на задължение за прозрачност на предприятието със значително въздействие върху пазарите на дребно на достъп и на пазарите на дребно на повиквания ще опрости и улесни преговорите за сключване на договор за предоставяне на услугите избор на оператор и/или наемане на абонатни линии на едро, предвид факта, че договорните условия са публични и заинтересованите предприятия ще имат достатъчно информация и яснота в процеса на реализиране на услугите избор на оператор и/или наемане на абонатни линии на едро. Не на последно място следва да се отчете факта, че задължението за прозрачност позволява на регулатора да следи за изпълнение на задължението за равнопоставеност.

Въз основа на горното и отчитайки, че „БТК” АД е определено за предприятие със значително въздействие върху пазарите на дребно на достъп и върху пазарите на дребно на повиквания, КРС счита, че наличието на задължения, които ще осигурят възможност за предвидимост и прозрачност на условията за предоставяне на услугите избор на оператор и/или наемане на абонатни линии на едро е пропорционална мярка, тъй като ползите от нейното прилагане се изразяват в осигуряване на възможност за навлизане на пазара, стимулиране ефективното използване на съществуващата инфраструктура и съответно подобряване на конкурентната среда, което оправдава незначителното нарастване на разходите за публикуване и поддържане на актуална информация от страна на „БТК” АД.

По силата на § 7 от ЗЕС за „БТК” АД е налице задължение за прозрачност, като изпълнението му се реализира чрез публикуване на Типово предложение за взаимно свързване, включително условия за реализиране на услугата избор на оператор. В тази връзка КРС счита, че задължението за прозрачност на „БТК” АД по отношение на услугата избор на оператор следва да бъде продължено. С оглед наложеното съгласно т.5.1.3. задължение за равнопоставеност във връзка с чл. 167, ал. 3 от ЗЕС задължението за прозрачност на „БТК” АД се изразява в публикуване на одобрено от КРС Типово предложение за взаимно свързване, включително условия за предоставяне на услугата избор на оператор при изпълнение на наложените задължения във връзка с анализа на пазарите на едро за генериране, терминиране и транзит.

КРС е на мнение, че по отношение на услугата наемане на абонатни линии на едро, на „БТК” АД следва да се наложи задължение за прозрачност, което във връзка с наложеното по т. 5.1.3 задължение за равнопоставеност се изразява в изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро.

В допълнение КРС счита, че задължението за прозрачност чрез публикуване на посочените Типови предложения, следва да бъде допълнено със следното:

- задължение за публикуване и актуализиране на официалната страница на предприятието в интернет на финансовите отчети, в срокове съобразно разпоредбите на Закона за счетоводството (отчет за доходите, счетоводен баланс, отчет за промените в собствения капитал, отчет за паричните потоци, бележки към финансовия отчет включително, доклад на независимия одитор). Посоченото, от една страна би направило задължението за разделно счетоводство по-ефективно, а от друга би допринесло за по-голяма прецизност при диференциране на специфичните задължения, предвид осъществяването от страна на „БТК” АД на дейности на различни пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги;
- задължение за публикуване и актуализиране, на официалната страница на предприятието в интернет и уведомяване на регулатора за действащите цени и условия

за предоставяне на услугите избор на оператор и наемане на абонатни линии на едро, включително за цените и условията, приложими към свързаните предприятия или дейностите, извършвани от звена на самото предприятие на свързаните пазари на дребно. Това би допринесло да бъдат избегнати възможностите за крос-субсидиране.

КРС счита, че разходите, които биха възникнали за „БТК” АД във връзка с изпълнението на задължението за прозрачност са несъществени, вземайки предвид ползите от нарастване на доверието на участниците на пазара, свързано с равнопоставените условия за конкуренция. КРС смята, че налагането на задължение за прозрачност е съразмерно, тъй като ползите от налагането на задължение за прозрачност надвишават негативните последиствия от увеличените административни разходи.

5.1.5. Задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро

Изхождайки от принципа за пропорционалност и като отчита, че в хоризонт от следващите две години не се очаква съществена редукция по отношение на пазарния дял на „БТК” АД в размер на 95,7 %, изчислен въз основа на броя абонатни постове, КРС счита, че ефектът от задълженията за прозрачност и равнопоставеност във връзка със задължението за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро ще се изпълни в максимална степен при изготвяне на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро от предприятието със значително въздействие на пазара. Предварителното одобряване на условията за наемане на абонатни линии на едро от страна на регулатора е гаранция за постигане на максимално добри условия за развитие на конкуренцията, както и за навременна оценка за коректността при изпълнението на задължението за равнопоставеност. В тази връзка КРС счита за необходимо да бъде наложено задължение на „БТК” АД за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро.

По отношение съдържанието на Типовото предложение за наемане на абонатни линии на едро, което трябва да се изготви от „БТК” АД, КРС счита, че е необходимо да определи минималното му съдържание както следва:

1. Описание на услугата наемане на абонатни линии на едро, както и на допълнителните услуги от нейния обхват;

2. Условия за реализиране на услугата наемане на абонатни линии на едро, в т.ч.:

а) процедура за обработване на заявките, включително срокове,

б) процедура за отстраняване на повреди и възстановяване на услугата;

3. Цени и механизъм за калкулиране на цените за всяка от услугите – ценовите условия за наемане на абонатни линии на едро следва да бъдат определените съгласно т. 5.1.6.2 от настоящия документ;

4. Стандартни условия на договора, включително, когато е необходимо, обезщетения при неизпълнение на сроковете за предоставяне на услуги;

5. Друга относима информация, необходима за осъществяване на услугата наемане на абонатни линии на едро.

Включването на други условия, различни от определеното минимално съдържание, не трябва да ограничават условията за развитие на конкуренцията и да създават неравнопоставеност, както и неяснота при регламентиране на условията за реализиране на наемането на абонатни линии на едро.

КРС е на мнение, че доколкото могат да съществуват тежести при изпълнение на задължението, те са свързани с формулирането на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро и съответно публикуването му. Изготвянето му ще наложи ангажирането на допълнителен административен капацитет.

Въпреки това КРС счита, че ползите от налагането на задължението за публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро надвишават негативите, тъй като се осигурява прозрачност и предвидимост по отношение на условията и цените за предоставяне на услугите на едро, както и техните промени. Тази прозрачност и предвидимост дава възможност за адекватен контрол от страна на регулатора, както и възможност на предприятията да предвиждат развитието на своята дейност, тъй като услугите на едро са пряко свързани с предоставянето на услуги на пазарите на дребно.

5.1.6. Ценови ограничения

Видно от Раздел VII, т. 4. потенциалните конкурентни проблеми на съответните пазари са както неценови, така и ценови, свързани с цените за предоставяне на услугите на избор на оператор и наемане на абонатни линии на едро. Възможностите за прилагане на прекомерно високи цени и/или хищнически цени са сериозни потенциални конкурентни проблеми. Както вече беше посочено, наличието на вече изградена мрежа прави икономически необосновано дублирането ѝ, тъй като е свързано с прекалено високи разходи, чиято възвръщаемост не е гарантирана, както и невъзможност за изграждането ѝ в краткосрочен и средносрочен план. Предприятието със значително въздействие на пазарите на достъп на дребно би имало мотиви да възприеме антиконкурентно поведение, прилагайки прекомерно високи цени за предоставяните услуги на едро и/или съответно хищнически цени на свързаните пазари на дребно, с цел изтласкване на конкуренцията и засилване на пазарната си сила.

Като отчита, че наложените задължения за равнопоставеност, прозрачност и публикуване на Типово предложение, могат да се окажат не достатъчно ефективни с оглед решаване на конкурентните проблеми, свързани с цените, то КРС счита, че възможните мерки, които биха били ефективни с оглед предотвратяване възможностите за прехвърляне на пазарна сила от вертикално свързаните пазари на едро към потенциално конкурентни пазари на дребно са мерките за водене на разделно счетоводство и налагане на ценови ограничения, включително разходоориентираност. Предвид факта, че наложените задължения за водене на разделно счетоводство и за определяне на разходоориентирани цени, не бяха достатъчно ефективни, с оглед обосноваване на разходоориентираността на цените за взаимно свързване и цените на услугите избор на оператор, определени от „БТК” АД, КРС със свое решение № 572 от 30 март 2006 г. наложи ценови ограничения върху посочените цени спрямо „БТК” АД, като единственото предприятие със значително въздействие върху разглеждания пазар.

С оглед изложеното КРС счита, че е необходимо да продължи срока на действие на наложените на „БТК” АД задължения за ценови ограничения, включително задълженията за разходоориентираност, като поясни и където е необходимо да прецизира същността на вече наложените задължения.

5.1.6.1. Ценови ограничения по отношение на услугата избор на оператор

По силата на § 7 от предходните и заключителни разпоредби на ЗЕС, наложените по реда на ЗД (отм.) задължения на операторите със значително въздействие върху пазара, свързани с услугите за достъп и взаимно свързване, избор на

оператор на преноса, се запазват до влизане в сила на решенията на комисията, с които се налагат специфични задължения на предприятия, определени за такива със значително въздействие върху съответния пазар по реда на ЗЕС. Съгласно разпоредбите на ЗД (отм.) цените на горепосочените услуги се регулират от КРС и „БТК” АД следва да ги определя при спазване на принципите на прозрачност и разходоориентираност.

Съгласно разпоредбата на т. 59 от Допълнителната разпоредба на ЗЕС „разходоориентирани цени” са такива цени на услуги, които включват направените разходи по предоставянето им, като отчитат инвестициите и свързания с тях риск, както и приемливо ниво на възвръщаемост на вложения капитал. С оглед постигане на целите, посочени в Раздел VII, т. 2 от анализа КРС счита, че ако цените за услугата избор на оператор, отразяват разходите по предоставянето на услугите, то би се гарантирало, че направените от предприятията разходи ще бъдат възвърнати. При липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията, с оглед преодоляване последиците от пазарно поведение на по-големите предприятия, характеризиращо се с прилагане на високи цени, които биха могли да препятстват и достъпа до инфраструктурата и предоставяне на услугите, и за да се елиминират възможностите за прилагане на ценова преса спрямо конкурентите на свързаните пазари на дребно, КРС счита, че задължението за разходоориентираност на цените за услугата избор на оператор е подходяща мярка, отстраняваща посочения пазарен дефект. Приложението на посочената мярка е свързано с разделяне на счетоводните сметки, по начин даващ възможност разходите да бъдат отнасяни към съответните услуги, и изработване и прилагане на система за определяне на разходите, чрез която се доказва разходоориентираността на цените.

Разработването на система за определяне на разходите по специфични дейности, бизнес единици и услуги е възможно най-тежкото специфично задължение, което може да бъде наложено от регулатора. Изпълнението му е сложен и труден процес, свързан със значителни разходи, а ефекта се проявява едва след прилагане на системата. Задължението обаче допринася за развитие на конкуренцията, тъй като чрез него се премахва пазарния недостатък за прилагане на прекалено високи цени, което от своя страна носи ползи, както за конкурентите, така и за потребителите. Както беше посочено в Раздел VII, т. 3 такова задължение е наложено на „БТК” АД по реда на ЗД (отм.), поради което тежестта на задължението значително се редуцира.

Следва да се отбележи, че в резултат на анализа на пазарите на едро за генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи, терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи и транзитни услуги на „БТК” АД бяха наложени ценови ограничения под формата на ценови таван с график за плавно намаление на цените, предвид необходимостта от привеждането на системата за определяне на разходите в съответствие със съдържанието на задължението за водене на разделно счетоводство. В тази връзка по отношение на трафичните и нетрафични услуги, свързани с реализирането на услугата избор на оператор, „БТК” АД следва да прилага ценовите тавани, наложени във връзка с анализа на пазарите на едро за генериране, терминиране и транзитни услуги.

КРС счита, че наложените ценови ограничения следва да се прилагат до одобряване на разходоориентирани цени за съответните услуги, изчислени въз основа на Системата след нейното изменение.

5.1.6.2. Ценови ограничения по отношение на услугата наемане на абонатни линии на едро

Както беше посочено по-горе услугата наемане на абонатни линии на едро се налага като специфично задължение в отговор на потенциалните конкурентни проблеми относно достъпа до изградената инфраструктура и навлизането на пазарите на дребно на достъп. Следва да се отбележи, че към настоящия момент посочената услуга не е била предоставяна от „БТК” АД, в резултат на което няма данни за разходите, необходими за реализацията на услугата. В тази връзка КРС е на мнение, че за определяне на цените за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро е подходящо прилагането на методология „Retail-minus”. В съответствие с цитираната методология цената за достъп на едро ще се формира като разлика между цената за достъп на дребно и разходите, които се извършват от „БТК” АД за предоставянето на услугата достъп на дребно (т. нар. avoidable costs).

Недостатък на методологията „Retail-minus” е необходимостта от непрекъснат мониторинг на цените на дребно и разходите за предоставяне на услугите на дребно на предприятието със значително въздействие върху пазара. Това е свързано с обмяна на значителен обем информация, която подлежи на проверка и анализ от страна на регулатора.

Въпреки посочените недостатъци следва да се отбележи, че методологията „Retail-minus” гарантира предотвратяването на прилагането на натиск чрез печалбата (margin squeeze) и/или на натиск чрез цените (price squeeze) от предприятието със значително въздействие върху пазара. В тази КРС счита, че задължението за определяне на цените на едро за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро чрез методологията „Retail-minus”, е пропорционална и подходяща специфична мярка, чрез която ще се стимулира навлизането на пазарите на дребно на достъп, като се осигурят равни конкурентни условия за участниците на пазара.

Предвид факта, че посочената услуга на едро не е била предоставяна до настоящия момент, КРС счита, че „БТК” АД следва да предостави информация, съдържаща описание на услугата, както и техническото ѝ реализиране с цел определяне на конкретния размер на разходите за предоставяне на услугата достъп на дребно. В тази връзка КРС ще определи конкретния размер на разходите, с които ще се коригира цената на дребно, след анализ на горепосочената информация.

5.2. Задължения, налагани на ниво предоставяне на услуги на дребно

Видно от резултатите от анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и от анализа на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение (виж Раздел VI от анализа), като отчита идентифицираните потенциални конкурентни проблеми в Раздел VII, т. 4., КРС е на мнение, че е налице необходимост от регулаторна намеса с оглед стимулиране на конкуренцията и защита интересите на крайните потребители. В тази връзка съблюдавайки принципите и целите, посочени в Раздел VII, т. 2, КРС счита, че специфичните задължения на ниво пазар на дребно, пропорционални на конкурентните проблеми, посочени в Раздел VII, т. 4 от анализа на пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение са:

5.2.1. Задължения за равнопоставеност

Видно от извършения анализ, услугата достъп до обществена телефонна мрежа няма алтернатива при осигуряване на достъп на потребителите до фиксирани мрежи и/или услуги. Последното, съчетано с липсата на предприятия, които имат възможност чрез своята покупателна способност да окажат въздействие върху цените на разглежданите услуги показва, че „БТК” АД би могла да се възползва от предимствата на пазара и да следва поведение, което да се отрази негативно на останалите участници, както и на достъпа, ползването и удовлетвореността на потребителите от предоставяните услуги.

Необходимо е да се гарантира, че дружеството няма да се възползва от възможността да налага и предлага различни условия при сходни обстоятелства на отделни потребители на пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. Най-често неравнопоставеността се изразява в асиметрия между цените за достъп до обществената телефонна мрежа на „БТК” АД, предоставяни на потребителите на дружеството и тези, които са абонати на алтернативните фиксирани предприятия. Подобно пазарно поведение би било коригирано чрез налагане на задължения за ценови ограничения и/или прозрачност, които биха създали пречки пред ценовата дискриминация. Въпреки това, КРС счита, че налагането на задължения за ценови ограничения и прозрачност сами по себе си не са достатъчни, за да предотвратят наличието на ценова дискриминация или друго дискриминационно поведение.

КРС счита, че налагането на задължение за равнопоставеност е подходяща мярка, която ефективно ще допринесе за премахване на пазарните недостатъци, намиращи израз най-вече в неценови проблеми, свързани основно с наличие на бариери за достъп на конкурентите и потребителите до пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и до пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. Задължението за равнопоставеност ще гарантира, че предприятието със значително въздействие върху пазара като цяло ще прилага еднакви условия както спрямо което и да е от конкурентните предприятия, така и спрямо потребителите при наличие на сходни обстоятелства.

Задължението за равнопоставеност се налага във връзка и в неразривна свързаност с налагането на задължения за прозрачност, като задълженията за равнопоставеност обхващат:

- забрана за дискриминация на отделни потребители при предлагането на услугите при сходни условия.

Задължението за равнопоставеност не предвижда задължително предлагането на идентични или еднакви условия, а се отнася до това всяко едно различие в предложените условия на отделните потребители да бъде базирано на обективни критерии. Целта на налагането на задължение за равнопоставеност е да се осигури разглеждането на подобните ситуации на пазара по подобен начин от предприятието със значително въздействие на съответния пазар по отношение на цена, информация и други условия, без значение към кой от потребителите се отнасят или се прилагат.

Налагането на задължение за равнопоставеност би допринесло за ограничаване на трансфера на значително въздействие от един на друг свързан пазар, тъй като възможностите за специално третиране на определена група потребители ще бъдат съкратени. В този случай, „специално третиране на участник – потребител” означава отказ на достъп до обществената телефонна мрежа и предлагане на услугите на цени и/или на условия, които са в полза на друг участник.

Изхождайки от горепосоченото, КРС е на мнение, че предвид дефинираните конкурентни проблеми и в съответствие с разпоредбите на чл. 166 и във връзка с разпоредбите на чл. 168 от ЗЕС на „БТК” АД следва да бъде наложено задължение за равнопоставеност, изхождайки от неговата неразривна връзка със задълженията за прозрачност, както следва:

Поради обстоятелството, че „БТК” АД е най-голямото предприятие на пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение с пазарен дял от 97% на база приходи от национални разговори на домашни и бизнес потребители (съгласно Раздел VI, т. 4.1 от анализа), то потребителите са принудени да закупуват услуги за достъп от дружеството. Това може да доведе до възникване на ситуации, в които условията на пазара ще бъдат нарушени и/или изкривени, ако на някои от участниците се предлагат по-добри условия за ползване на услугите в сравнение с тези за други. По различни причини „БТК” АД би имала мотив да предлага неравнопоставени цени и условия. Например, може да се допусне, че „БТК” АД ще предложи по-неизгодни условия за потребяване на услугите на дружеството на потребителите, които са абонати на някой от конкурентните алтернативни фиксирани предприятия. Също така би могло да се допусне, че „БТК” АД ще предлага по-добри условия при предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна мрежа на собствените си абонати отколкото на останалите потребители на тази услуга. Отчитайки размера на предприятието, КРС счита, че такова неравнопоставено отношение би могло да доведе до съществено неблагоприятно въздействие върху пазара като цяло.

С налагането на задължение за равнопоставеност се цели да се ограничат възможностите на „БТК” АД да третира по различен начин различните участници, освен ако обективни причини не го налагат. КРС счита, че задължението за равнопоставеност следва да обхваща както ценовите, така и неценовите условия (различни условия за предоставяне на достъп, когато различието е обосновано от обективни критерии). Ако задължението обхваща само и единствено ценовата равнопоставеност, то за „БТК” АД все още би била налице възможността да прилага различни условия и/или действия по отношение на участниците.

За да предотврати създаването на възможности за неравнопоставено третиране на участниците на пазара – потребители, КРС счита, че е необходимо на „БТК” АД да бъде наложено задължение за равнопоставеност, което да гарантира:

- забрана за дискриминация на отделни потребители при предлагането на услугите при сходни условия.

Предвид гореизложеното КРС счита, че наложеното задължение за равнопоставеност на „БТК” АД по реда на ЗД (отм.) следва да продължи своето действие. Обхватът на това задължение се детайлизира в ЗЕС и настоящия анализ, както е посочено по-горе.

КРС е на мнение, че най-значимите разходи при налагането на задължението са тези, свързани с прилагането му и публикуването на информация за предлаганите от дружеството услуги. В същото време, КРС счита, че предимствата и ползите за участниците надвишават недостатъците от прилагането му, поради което, според КРС, задължението за равнопоставеност е справедлива и пропорционална мярка за „БТК” АД. Следва да се има предвид, че предложените специфични задължения за равнопоставеност на „БТК” АД не се различават от тези, които в момента са наложени и са в сила за предприятието.

5.2.1.1 Забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет

Както е посочено в Раздел VII, т. 4.1.2. „Прехвърляне на неценови вертикални предимства” от анализа, понятието „свързани услуги” се отнася за практиката на едно предприятие да предоставя една услуга при условия на свързаност (заедно) с друга.

Обвързването на услуги в ценови пакет само по себе си не представлява конкурентен проблем в случаите, при които на потребителите се дава възможност да ползват свързаните услуги по отделно при сходни условия. В същото време, най-често срещаната форма на предоставяне на свързани услуги на пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение е обвързването на повикванията и достъпа до фиксираната гласова телефонна услуга (абонамент) или обвързването на достъпа до фиксираната гласова телефонна услуга (абонамент) с предоставянето на други електронни съобщителни услуги, което би могло да доведе до създаване на условия за ограничаване развитието на алтернативните фиксирани предприятия на пазара, до невъзможност те да предоставят на потребителите си желаните и търсени от тях услуги и до загуба на клиенти.

Във връзка с горепосоченото и за да се осигурят добри условия за развитие на конкуренцията, КРС счита, че на „БТК” АД следва да се наложи задължение за забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет до 90 дни след изпълнение на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро.

Въз основа на горното и отчитайки, че „БТК” АД е определена за предприятие със значително въздействие върху пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и върху пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение КРС счита, че налагането на задължения, които ще осигурят възможност за ползване на пълния обхват на услугите на дружеството от потребителите е пропорционална мярка, тъй като ползите от нейното прилагане се изразяват в осигуряване предоставянето на по-разнообразни и повече услуги за крайните потребители, което оправдава незначителното нарастване на разходите за поддържане на актуална информация от страна на „БТК” АД за всички услуги - по отделно и свързани в ценови пакет. Задължението за забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет се изразява в осигуряване на възможност за ползване на обвързаните в пакет услуги и самостоятелно, както и в публикуване и актуализиране на страницата в интернет и предоставяне при поискване от крайните потребители на информация за предоставяните услуги – обвързани в ценови пакет и самостоятелно.

Задължението за забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет обхваща:

- забрана за обвързване на услугите, предоставяни от „БТК” АД в ценови пакет в случай, че крайните потребители нямат възможност да ползват услугите самостоятелно, т.е. необвързани в ценови пакет;
- забрана за обвързване на услугите за достъп с другите предоставяни от „БТК” АД услуги на крайните потребители.

5.2.1.2. Възможност за обвързване на услугите за достъп с другите предоставяни услуги в ценови пакет 90 дни след изпълнение на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро

Отчитайки невъзможността за дублиране на мрежата на историческия оператор за разгледания времеви период, както и факта, че това би било икономически необосновано, в Раздел VII, т. 5.1.2. и т. 5.1.5. от анализа, КРС, с цел стимулиране на конкуренцията, предвиди налагането на задължения за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро от страна на „БТК” АД и за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро, което ще позволи на алтернативните предприятия да навлязат на пазарите на дребно на достъп и съответно да предоставят услуги за достъп на крайните потребители. КРС счита, че посочените мерки ще окажат незабавен ефект върху конкуренцията на пазарите на дребно на достъп, предвид факта, че основната бариера за навлизане на тези пазари се явява липсата на мрежа и невъзможността за дублирането ѝ в краткосрочен и средносрочен план. Следва да се отбележи, че комбинирането на посоченото задължение със задължението за предоставяне на услугата избор на оператор ще даде възможност на конкурентните предприятия да предоставят на крайния потребител освен услугите за повиквания и услугите за достъп.

С оглед на факта, че предвидените специфични задължения биха довели до незабавно подобряване на конкурентната среда и за да не се създават неравнопоставени условия за развитие на отделно предприятие на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение КРС счита, че за „БТК” АД следва да се предвиди възможност 90 дни след изпълнение на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро да може да обвърже предоставяните от дружеството услуги за достъп в пакет, за да се постигне максимално удовлетворяване на нуждите на крайните потребители. КРС счита, че срокът от 90 дни след изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро е обоснован, тъй като е достатъчен за алтернативните фиксирани предприятия на пазара да могат да организират предоставянето на услуги за достъп и повиквания на потребителите, сходни на тези, предлагани от историческия оператор - „БТК” АД.

КРС е на мнение, че доколкото могат да съществуват тежести при изпълнение на задължението, те са свързани с формулирането, одобряването и публикуването на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро. Въпреки това КРС счита, че ползите от налагането на възможност за обвързване на предоставяните услуги в пакет 90 дни след изпълнение на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро надвишават негативите, тъй като се осигурява възможност за развитие на конкурентната среда на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, като ползите от наложеното специфично задължение се изразяват в осигуряване на достъп на алтернативните фиксирани предприятия до пазара, даване на възможност за цялостно удовлетворяване на нуждите на потребителите, както и в осигуряване предоставянето на по-разнообразни и повече услуги за крайните потребители, което оправдава незначителното нарастване на разходите за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро от страна на „БТК” АД.

5.2.2. Задължения за прозрачност

Налагането на задължение за прозрачност ще гарантира както на конкурентите, така и на потребителите достатъчно информация и яснота относно предоставяните от даденото предприятие услуги на пазара. Видно от извършения анализ, услугата достъп до обществена телефонна мрежа няма алтернатива при осигуряване на достъп на потребителите до фиксирани мрежи. Последното, съчетано с липсата на предприятия, които имат възможност чрез своята покупателна способност да окажат въздействие върху цените на разглежданите услуги, показва, че „БТК” АД би могла да се възползва от предимствата на пазара и да следва поведение, което да се отрази негативно на другите предприятия и потребителите при ползването на предоставяните услуги. Тези аргументи са относими, както при налагане на задължението за равнопоставеност, така и по отношение задължението за прозрачност.

Една от основните функции на задължението за прозрачност е да направи прилагането на останалите специфични задължения по-ефективно, което не изключва и самостоятелното му прилагане. Така например, задължението за прозрачност може да бъде съчетано със задължението за равнопоставеност.

Въз основа на горното и отчитайки, че „БТК” АД е определена за предприятие със значително въздействие върху пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и върху пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение КРС счита, че налагането на задължения, които ще осигурят възможност за предвидимост и прозрачност на условията, при които се предоставя услугата достъп е пропорционална мярка, тъй като ползите от нейното прилагане се изразяват в осигуряване предоставянето на разнообразни и повече услуги за крайните потребители, което оправдава незначителното нарастване на разходите за публикуване и поддържане на актуална информация от страна на „БТК” АД. Задължението за осигуряване на прозрачност на условията, при които се предоставя достъп до обществената телефонна мрежа, се изразяват в публикуване и актуализиране на страницата в интернет и предоставяне при поискване от крайните потребители на информация, относно следното:

- наименование, адрес, телефон за контакти с предприятието;
- описание на предлаганите услуги, в т.ч.:
 - цени за достъп, всички видове потребителски цени, включително данни за отстъпки и специални ценови пакети;
 - компенсации и възстановяване на разходи, включително подробна информация за прилагани схеми за компенсации;
 - видове услуги по поддръжка;
 - договорни условия, включително минимален договорен срок, ако е относим;
- начин на таксуване – информация за първоначалната или еднократната цена и за цената за потребление, включително нейното начално и крайно време на отчитане, в зависимост от избрания начин на ценообразуване;
- „БТК” АД, определена като предприятие, предоставящо универсална услуга, следва да представи на страницата си в интернет и следната информация:
 - актуална информация относно предлаганите обществени телефонни услуги, включително размер на цената за абонамент и цените за операторски услуги;
 - справочни услуги за телефонни номера;

- избиращелно ограничаване на повиквания;
- правата на крайните потребители относно ползването на предоставяната от „БТК” АД универсална услуга;
- във връзка със задължението на „БТК” АД да предоставя универсална услуга на територията на страната, следва да се посочи и информация за правата, свързани с използването на възможностите за:
 - предоставяне на безплатни детайлизирани сметки;
 - безплатно избиращелно ограничаване на изходящи повиквания;
 - предоставяне на средства за предплатен достъп до обществени телефонни мрежи и използване на обществени телефонни услуги;
 - разсрочено плащане при свързване към обществени телефонни мрежи;
 - предизвестие за спиране на услугите при неплащане на сметки в срок при запазване на възможността за спешни повиквания за срок до един месец след спиране на услугите.
- процедура за уреждане на спорове между предприятието и крайни потребители.
- пълна и ясна информация относно предоставяните от дружеството услуги – обвързани в ценови пакет и самостоятелно.

КРС отчита, че налагането на задължение за публикуване на пълна и ясна информация за ползването на услугите – индивидуално и свързано в ценови пакет може да бъде утежняващо и свързано с възникването на разходи, чийто размер обаче е лимитиран предвид факта, че предложеното специфично задължение за публикуване информацията е част от наложените задължения за прозрачност и равнопоставеност.

Същевременно КРС счита, че ползите от налагането на задължението за публикуване на информация за предоставяните от дружеството услуги на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение надвишават негативите, тъй като се осигурява прозрачност по отношение на условията и цените за предоставяне на услугите. Тази прозрачност дава на потребителите възможност да избират ползването на услугите на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

КРС счита, че „БТК” АД, освен горепосочената информация за потребителите, следва да публикува и актуализира на официалната си страница в интернет, финансовите си отчети в срокове съобразно разпоредбите на Закона за корпоративното подоходно облагане (отчет за доходите, счетоводен баланс, отчет за промените в собствения капитал, отчет за паричните потоци, бележки към финансовия отчет включително, доклад на независимия одитор). Това, от една страна, би направило задължението за разделно счетоводство по-ефективно, а от друга би допринесло за по-голяма прецизност при диференциране на специфичните задължения, предвид свързаността на „БТК” АД с други предприятия.

КРС счита, че „БТК” АД следва да публикува и актуализира на официалната си страница в интернет и да нотифицира регулатора за действащите цени и условията на доставка на услугата, приложими към трети лица, свързани с предприятието, както и за всяко тяхно изменение. Това би допринесло да бъдат избегнати възможностите за крос-субсидиране, предвид конвергенцията между услугите.

КРС счита, че разходите, които биха възникнали за „БТК” АД във връзка с изпълнението на задължението за прозрачност са несъществени, вземайки предвид

ползите от нарастване на доверието на участниците на пазара, свързано с равнопоставените условия за конкуренция и доверието на потребителите относно обхвата на предлаганите им услуги и условията, при които те могат да бъдат ползвани. КРС смята, че налагането на задължение за прозрачност е съразмерно, тъй като ползите от налагането на задължение за прозрачност надвишават негативните последици от увеличените административни разходи.

5.2.3. Ценови ограничения

Видно от Раздел VII, т. 4. от анализа потенциалните конкурентни проблеми на съответния пазар са както неценови, така и ценови, свързани както с цените за предоставяне на достъп до обществената телефонна мрежа, така и с цените за предоставяне на обществени гласови телефонни услуги.

В съответствие с посочено в Раздел VII, т. 4. от анализа потенциалните конкурентни проблеми на съответния пазар, които биха могли да доведат до възникване на конкурентен проблем при липса на ex-ante регулиране, се свеждат до ценова дискриминация, крос-субсидиране, хищнически и/или прекалено високи цени. Предвид факта, че „БТК” АД контролира инфраструктура, която се явява входна бариера за навлизане на съответните пазари, може да се заключи че предприятието би имало мотиви да възприеме антиконкурентно и в ущърб на потребителите поведение, прилагайки прекомерно високи и/или съответно хищнически цени на пазара, с цел изтласкване на конкуренцията и засилване на пазарната си сила. Като се отчита високата пазарна концентрация в полза на историческия оператор и високите бариери за навлизане на пазара, подобно пазарно поведение е очаквано от страна на регулатора при липса на регулиране.

Във връзка с гореизложеното КРС е на мнение, че специфичните мерки, които биха били ефективни с оглед решаване на потенциалните конкурентни проблеми, свързани с цените и с предотвратяване възможностите за прехвърляне на пазарна сила от разглеждания пазар към свързани потенциално конкурентни пазари, са водене на разделно счетоводство и налагане на ценови ограничения, вкл. разходоориентираност на цените на услугите.

В случай, че КРС би избрала мярката за налагане на разделно счетоводство, то проблемите свързани с високите нива на цените и възможностите за крос-субсидиране биха били решени, едва след въвеждане и прилагане на задължението, т.е. в дългосрочен план. Сама по себе си, мярката разделно счетоводство не би била ефективна за отстраняване на проблемите, свързани с прекомерно високите цени. Задължението за ценови ограничения, вкл. система за определяне на разходите за доказване на разходоориентираност на цените на услугите би било ефективна мярка, отстраняваща както прекомерно високите цени, така и конкурентните проблеми, свързани с ценовата дискриминация. Според КРС недостатък на посочената мярка, обаче е необходимостта от продължителен срок за изработването и прилагането ѝ.

С оглед изложеното КРС счита, че като цяло е необходимо да продължи срока на действие на наложените по реда на ЗД (отм.) на „БТК” АД задължения за ценови ограничения, като поясни и където е необходимо прецизира, същността на вече наложените задължения.

5.2.3.1. Разделно счетоводство

Следва да се отбележи, че задължението за водене на разделно счетоводство, прилагано като самостоятелно задължение рядко води до цялостно отстраняване на пазарните недостатъци. Обичайно прилагането му е обвързано с ценовите аспекти на

задължението за равнопоставеност и доказване на липсата на крос-субсидиране между услугите, предоставяни на собствените абонати и/или на свързаните предприятия/дейности (вътрешни услуги) и услугите, предоставяни на други предприятия (външни услуги).

Задължението за разделно счетоводство в редица аспекти е сходно на задължението за разработване и прилагане на система за определяне на разходите, тъй като и в двата случая се дава възможност разходите да бъдат отнасяни към съответни услуги, предоставяни на пазарите на едро и дребно. Тези задължения, обаче, са различни по отношение на причините, които налагат тяхното прилагане. Докато задължението за разделно счетоводство осигурява ефективното прилагане на задължението за равнопоставеност и ограничаване на възможностите за крос-субсидиране, то задължението за прилагане на система за определяне на разходите е инструмент за изпълнение на задължението за разходоориентираност. Задължението за разделното счетоводство е свързано с разделяне на финансовата информация по определени дейности за регулаторни цели и най-често се налага като алтернатива на фактическото разделяне (в отделни правни субекти) на дейностите на съответното предприятие, когато осъществяваните дейности по предоставяне на електронни съобщителни мрежи и услуги не се изпълняват от отделни субекти.

Следва да се отбележи, че наложеното по реда на ЗД (отм.) задължение на „БТК” АД за водене на разделно счетоводство не включва методология, обвързана с конкретни изисквания от страна на регулатора и не обхваща цялостната дейност на дружеството, а се отнася само до разделяне на разходите, свързани с предоставяне на услугите по индивидуална лицензия № 100-0001 от 28.01.2005 г. за осъществяване на далекосъобщения чрез обществени далекосъобщителни мрежи и предоставяне на далекосъобщителни услуги. В съответствие с текущото си задължение за водене на разделно счетоводство, наложено по реда на ЗД (отм.), „БТК” АД публикува на интернет страницата си анализ за степента на прилагане на принципите за разходоориентираност и разделно счетоводство за услугите, предлагани от дружеството, който не носи необходимата за регулаторни цели информация.

Същевременно с решение № 1064 от 26.06.2008 г. КРС даде разрешение за прехвърляне на индивидуална лицензия № 114-01053/04.11.2004 г. за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна подвижна клетъчна мрежа по стандарт NMT и/или CDMA с национално покритие от „РТК” ЕООД на „БТК” АД, а с решение № 1391 от 04.08.2008 г. КРС даде разрешение индивидуална лицензия № 110-02889/14.10.2005 г. за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна подвижна клетъчна мрежа по стандарт GSM с национално покритие и индивидуална лицензия № 111-03082/23.03.2006 г. за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна подвижна клетъчна мрежа по стандарт UMTS с национално покритие да бъдат прехвърлени от „БТК Мобайл” ЕООД на „БТК” АД.

Съгласно приетите решения на КРС осъществяването на електронни съобщения въз основа на посочените индивидуални лицензии като съвкупност от права и задължения занапред ще се осъществява от „БТК” АД. Предвид посоченото „БТК” АД към настоящия момент има право да осъществява дейности, различни от тези по индивидуална № 100-0001 от 28.01.2005 г. и в този смисъл КРС счита, че чрез текущото задължение регулатора не би могъл да осъществява ефективен контрол върху дейностите и услугите, предоставяни от предприятието, поради което намира за необходимо задължението на „БТК” АД за водене на разделно счетоводство да бъде продължено, като се поясни неговото съдържание.

Във връзка с гореизложеното КРС счита, че задължението за разделно счетоводство следва да се прецизира, като конкретните изисквания на регулатора са посочени в методологията за разработване, въвеждане и поддържане на аналитична счетоводна система с определено ниво на разделяне на дейностите и счетоводните

сметки (разделно счетоводство), съдържаща се в Анекса (Приложение 5) за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство от предприятия със значително въздействие на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. В настоящото изложение са посочени мотивите за налагане на задължението, както и оценката на негативите и ползите от прилагането му.

Конвергенцията между услугите, възможностите за прилагане на прекомерно високи цени, наличието на ценова дискриминация, възможностите за крос-субсидиране между пазара на едро на терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи, пазара за достъп и генериране на гласово повикване и свързаните пазари на дребно, както и предлагането на услугите в ценови пакети, са причините, поради които КРС счита, че е необходимо на „БТК” АД да бъде наложено задължение за разделно счетоводство.

Налагането на задължение за равнопоставеност на пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение може да се окаже недостатъчно ефективно, предвид възможностите за трансфер на разходите между анализирания пазари и свързаните пазари на едро, предвид възможностите за крос-субсидиране между цените за достъп, които биха могли да бъдат прекомерно повишени за сметка на намаляване на цените за осъществяване на повиквания. Отчитайки посоченото, както и значителната пазарна сила на предприятието, КРС е на мнение, че задължението за разделно счетоводство е подходяща мярка, с оглед създаване на условия за развитие на конкуренцията и защита на интересите на потребителите.

Неудобство при налагане на посоченото задължение е, че разпределянето на разходите по бизнес единици и услуги може да е доста обременително, като се отчита големия брой на елементите на постоянните и общи разходи. Налагането му би довело до нарастване на административните разходи, свързани с преустройство на счетоводната система, прилагана в предприятието. В конкретния случай посоченото неудобство е избегнато, предвид факта, че разделното счетоводство е наложено като лицензионно задължение на „БТК” АД и се налага единствено съобразяване на прилаганото от дружеството разделно счетоводство с конкретните указания, посочени в анекса за съдържанието на специфичните задължения за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство от предприятия със значително въздействие на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

Ползите от налагане на задължението, обаче са по-големи от недостатъците, тъй като данните от разделното счетоводство се явяват доказателство за изпълнението на задължението за равнопоставеност и липсата на крос-субсидиране, предвид факта че предприятието предоставя услуги на повече от един пазар. Следва да се отбележи, че чрез данните от разделното счетоводство предприятието получава достатъчно детайлна информация за разходите и приходите по отделни дейности и услуги, която подпомага оценката на ефективността на извършваните дейности и вземането на управленски решения. Още повече данните от разделното счетоводство се явяват входни данни за Системата за определяне на разходите, наложена като специфично задължение на предприятието. От гледна точка на конкурентите и крайните потребители, ползите намират израз в нарастване на увереността, че заплащат само за разходите, свързани с ползваните от тях услуги, тъй като разходите освен по отделни дейности (на пазара на фиксирани и на мобилни услуги) се разделят и по бизнес единици (на пазара на едро – за достъп и пренос и на пазара на дребно). Очакванията на регулатора са, че с воденето на разделно счетоводство ще се елиминира възможността за крос-субсидиране между

услугите, което от своя страна е стимул за повишаване на ефективното използване на ресурсите и ще доведе до подобряване на конкурентната среда като цяло. Във връзка с изложеното КРС счита, че ползите от предложената мярка са повече отколкото недостатъците, поради което намира задължението за разработване, въвеждане и поддържане на разделно счетоводство за пропорционално.

5.2.3.2. Разходоориентирани цени, в т.ч. Система за определяне на разходите

Съгласно разпоредбата на т. 59 от Допълнителната разпоредба на ЗЕС „разходоориентирани цени“ са такива цени на услуги, които включват направените разходи по предоставянето им, като отчитат инвестициите и свързания с тях риск, както и приемливо ниво на възвръщаемост на вложения капитал. С оглед постигане на целите, посочени в Раздел VII, т. 2 от анализа КРС счита, че ако цените за достъп на дребно и цените за повиквания, отразяват разходите по предоставянето на посочените услуги, то би се гарантирало, че направените от предприятието разходи ще бъдат възвърнати. При липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията, с оглед преодоляване последиците от пазарно поведение на предприятието със значително въздействие на пазара, характеризиращо се с прилагане на хищнически цени на пазарите на дребно и съответно прекалено високи цени на пазарите на едро, които препятстват достъпа до инфраструктурата на конкурентите и съответно навлизането им на пазарите на дребно, и за да се елиминират възможностите за прилагане на ценова преса спрямо конкурентите на свързаните пазари на дребно, КРС счита, че задължението за разходоориентираност на цените за достъп на дребно и цените за повиквания е подходяща мярка, която следва да се наложи на „БТК“ АД.

Следва да се отбележи, че съгласно разпоредбите на ЗД (отм.) „БТК“ АД определяше цените на фиксираната гласова телефонна услуга въз основа на Правила за определянето им и разходите по предоставянето им, като цените не могат да съдържат елементи на ценообразуването, основаващи се единствено на значителното въздействие върху пазара на оператора, не трябва да съдържат отстъпки, които нарушават възможностите за конкуренция от страна на други обществени оператори за съответната услуга, не могат да създават предимства за отделни потребители на същата или сходна услуга и не трябва да бъдат под нивото на разходите по предоставянето им. В тази връзка с цел доказване на разходите по предоставяне на фиксираната гласова телефонна услуга до настоящия момент дружеството представя в КРС информация за разходите по съответните услуги от Системата за определяне на разходите (Системата), разработена във връзка с доказване на разходоориентираността на цените по взаимно свързване и необвързан достъп.

Система за определяне на разходите

Главната цел на задължението за прилагане на система за определяне на разходите е определянето на разходоориентирани цени в случаите, когато конкуренцията не е достатъчно развита, за да спре прилагането на хищнически и/или прекалено високи цени. Разработването, въвеждането и поддържането на система за определяне на разходите може да се основава на методологията за пълно разпределение на разходите (Fully Allocated costs – FAC) или методологията за разпределение с цел получаване на пределни разходи в дългосрочен план (Long Run Incremental Costs – LRIC). Съответната методология следва да се базира на причинно-следствената връзка посредством, която разходите се отнасят към услугите, които са ги причинили, като се използва ABC (Activity based costing) метода. Разработването на система за определяне на разходите по специфични дейности, бизнес единици и услуги е специфично задължение, което следва да бъде наложено и изпълнено от предприятията, на които е наложено задължение за разходоориентирани цени. Изпълнението му е сложен и

труден процес, свързан със значителни разходи, а ефекта се проявява едва след прилагане на системата. Задължението обаче допринася за развитие на конкуренцията, тъй като чрез него се премахва пазарния недостатък за прилагане на хищнически и/или прекалено високи цени, което от своя страна носи ползи, както за конкурентите, така и за потребителите. Както беше посочено в Раздел VII, т. 3 такова задължение е наложено на „БТК” АД по реда на ЗД (отм.) във връзка с доказване разходоориентираността на цените на услугите по взаимно свързване и необвързан достъп до абонатна линия, като Системата е ползвана и за доказване на разходите по предоставяне на фиксираната гласова телефонна услуга, поради което тежестта на задължението значително се редуцира.

Разработената и прилагана от „БТК” АД система за определяне на разходите, одобрена с Решение на КРС № 1049 от 15. 04. 2004 г. се основава на методологията за пълно разпределение на разходите (Fully Allocated costs – FAC), като разходите за амортизация се определят въз основа на настоящата стойност на дълготрайните активи и се базира на причинно-следствената връзка, посредством която разходите се отнасят към услугите, които са ги причинили, като се използва ABC (Activity based costing) метода. Одобрената през 2004 г. система за определяне на разходите е изменена, а промените са одобрени от регулатора с Решение № 158 от 28.02.2008 г. Направените промени не промениха методологията за разпределение на разходите (FAC), като основно се отнасяха до актуализиране на предоставяните от „БТК” АД услуги, въвеждане на правила за определяне на цените на услуги, за които не са налице исторически разходи и прецизиране на начина на изчисляване на цената на капитала.

Независимо от горното, във връзка с уточняване и прецизиране на задължението за водене на разделно счетоводство КРС е на мнение, че задължението за прилагане на система за определяне на разходите следва да бъде запазено, като функционирането на системата за определяне на разходите на „БТК” АД се приведе в съответствие със задължението за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство.

Неудобство при налагане на посоченото задължение е, че разработването на система за определяне на разходите би могло да бъде доста обременително, свързано със значителни разходи и ангажиране на административен капацитет, ако се налага преустройство на действащата счетоводна система. Въпреки това, отчитайки факта, че системата за разпределение на разходите се прилага от „БТК” АД в продължение на повече от три години, то КРС счита, че в конкретния случай неудобството е свързано с необходимостта от по-продължителен срок за установяване на съответствие между системата и прецизираното задължение за разделно счетоводство.

Въпреки това КРС е на мнение, че предимствата от налагане на задължението за разходоориентираност, доказвана въз основа на система за определяне на разходите са повече от недостатъците, тъй като се елиминират възможностите за прилагане на ценова преса върху конкурентите. Следва да се отбележи, че чрез прилагането на система за определяне на разходите се получава детайлизирана информация за разходите на единица услуга, което от своя страна позволява на задълженото предприятие да оцени ефективността си и съответно да предприеме мерки за оптимизиране на процеса на предоставяне на услугите. От гледна точка на конкурентите и съответно крайните потребители задължението за разходоориентираност създава сигурност, че заплащат само разходите, свързани с ползваната от тях услуга. Във връзка с изложеното КРС счита, че ползите от предложената мярка са повече отколкото недостатъците, поради което намира задължението за разходоориентираност на цените, определени въз основа на система за определяне на разходите за пропорционално.

Както беше посочено по-горе предвид необходимостта от изменение на системата, КРС счита, че до привеждане на системата на „БТК” АД в съответствие с

изискванията за водене на разделно счетоводство, на дружеството следва да се наложи ценови таван по отношение на цените за достъп на дребно и цените за повиквания в съответствие с т. 5.2.4.3 на Раздел VII.

5.2.3.3. Ценови таван

В анализа до тук КРС обоснова необходимостта от налагане на задължения за разходоориентираност и разделно счетоводство на „БТК” АД. В същото време, както вече бе посочено, реалното въвеждане на разделното счетоводство изисква време. Това се отнася в още по-голяма степен за въвеждането на разходоориентирани цени. В тази връзка и предвид установените конкурентни проблеми в Раздел VII, т. 4 от настоящия анализ КРС счита, че следва да приложи необходимите мерки, които своевременно да осигурят нормални условия за развитие на конкуренцията, а именно налагане на ценови ограничения посредством ценови таван (price cap).

При този метод на налагане на ценово ограничение КРС определя максимално допустимото изменение на цените на предоставяните от „БТК” АД услуги, като го обвързва с процента на инфлацията, измерен чрез потребителския ценови индекс (CPI) по данни на Националния статистически институт, предвид необходимостта от отчитане на националните особености. Предимството при налагане на ценови таван като специфична мярка е преди всичко предвидимостта относно изменението на цените на услугите за определен времеви период. Освен това наличието на ценови таван стимулира повишаване на ефективността на задълженото предприятие, предвид факта, че оптимизирането на разходите, необходими за предоставянето на конкретните услуги резултира в повишаване на печалбата, тъй като прилагането на ценови таван не отчита разходите в процеса на ценообразуване.

Основен недостатък и съответно предизвикателство при избирането на този метод за налагане на ограничение е определянето на ценови таван в дългосрочен план, като се отчита несигурността по отношение на изменението на обема на трафика и изменението на нивото на разходите в бъдеще. В тази връзка КРС е на мнение, че най-обективният показател за измененията в стойността на разходите е процентът на инфлацията, измерен чрез потребителския ценови индекс (CPI). Както беше посочено при определяне на подходящата мярка регулаторът следва да отчете и националните особености, поради което КРС счита за уместно при определяне на ценовия таван да ползва данните на Националния статистически институт за потребителския ценови индекс (CPI).

Вземайки предвид потенциалните конкурентни проблеми, посочени в Раздел VII, т. 4, както и с цел защита интересите на крайните потребители и постигане на честна конкуренция и с оглед гарантиране на достъпни цени за населението, КРС намира, че е уместно на настоящия етап на „БТК” АД да бъдат наложени ценови ограничения, под формата на ценови таван, определящ максимални цени на дребно. Предложената мярка е насочена към прехвърляне на част от печалбата на предприятието към крайните потребители на услугите на дребно.

Максималните цени на дребно за услуги в рамките на мрежата се определят по следната формула:

$P_t \leq P_{t-1} (1 + CPI)$, където

P_t – цена на дребно;

P_{t-1} – цената на дребно преди изменението;

CPI – потребителски ценови индекс.

Максималните цени за повиквания към други мрежи (фиксиран и мобилни наземни мрежи и обществени електронни съобщителни мрежи от неподвижната

радиослужба от типа „точка към много точки“, използваща географски номера) се определят по следната формула:

$P_t \leq P * (1 + CPI) + R_t$, където

$P = P_{t-1} - R_{t-1} + (P_{t-1} - R_{t-1} - B_{t-1}) * G$

и

$$G = \frac{R_t - R_{t-1} / R_{t-1}}{R_{t-1} / P_{t-1} - R_{t-1}},$$

където

P – коригирана цена за повиквания към други мрежи;

P_{t-1} – цената за повиквания към други мрежи преди изменението;

CPI – потребителски ценови индекс;

B_{t-1} – цена за генериране, прилагана към датата, за която е в сила цената за повиквания на дребно преди изменението. Цената е относима към сегмента, съгласно сключените договори за взаимно свързване. В случай, че се прилагат цени за повече от един сегмент се прилага цената за сегмента, на който е реализиран най-голям обем трафик.

R_t – действаща цена за терминиране, относима към сегмента, съгласно сключените договори за взаимно свързване. В случай, че се прилагат цени за повече от един сегмент се прилага цената за сегмента на който е реализиран най-голям обем трафик.

R_{t-1} – цена за терминиране, прилагана към датата, за която е в сила цената за повиквания на дребно преди изменението.

КРС е на мнение, че налагането на ценови таван, определящ максимални цени на дребно, е подходяща мярка, създаваща условия за прозрачност и предвидимост на разглежданите пазари. Прилагането на посочената мярка не поражда разходи за „БТК“ АД, тъй като не изисква ангажирането на допълнителен административен капацитет или друг ресурс. Следва да се отбележи, че практиката на държавите-членки на ЕС сочи, че налагането на ценови таван стимулира ефективността на предприятието, предвид стремежа за запазване и увеличаване на нивото на печалба от извършваната дейност. Ползите за конкуренцията се изразяват в елиминиране на възможностите на историческия оператор да прилага ценова преса върху тях и съответно да ги изтласка от пазарите на дребно. Това от своя страна ще доведе до подобряване на конкурентната среда. Предвид гореизложеното КРС счита, че ползите от предложената мярка са повече отколкото недостатъците, поради което намира налагането на ценови таван, определящ максимални цени на дребно, за пропорционално.

Наложените по-горе ценови ограничения не се отнасят до универсалната услуга, цените на която се определят съгласно разпоредбите на Методиката за определяне на цените и ценовите пакети на универсалната услуга, приета от Министерски съвет, обн. ДВ, брой 94 от 31.10.2008 г.

5.2.3.4. Предварително предоставяне информация за цените на регулираните електронни съобщителни услуги и ценовите пакети

Отчитайки разпоредбите на чл. 219, ал. 1 от ЗЕС и във връзка със защита на интересите на крайните потребители, КРС счита, че на „БТК“ АД, определена като предприятие със значително въздействие на съответния пазар и на което са наложени ценови ограничения, следва да се запази законовото изискване за представяне на цените на регулираните електронни съобщителни услуги и на ценовите пакети в КРС преди тяхното публикуване.

В тази връзка, КРС запазва непроменено наложеното по реда на ЗД (отм.) задължение за представяне на цените на регулираните електронни съобщителни услуги и ценовите пакети от „БТК” АД в КРС един месец преди тяхното публикуване, заедно с документите за тяхното ценообразуване, както и доказателства за спазване изискванията на чл. 219, ал. 5 и ал. 6 от ЗЕС. В посочения срок КРС може да върне за преработване и/или да спре прилагането на предложените от „БТК” АД цени на регулираните електронни съобщителни услуги и/или предлагането на ценовите пакети, когато въз основа на анализ на представените доказателства се установи неизпълнение на изискванията на чл. 219, ал. 5 и ал. 6 от ЗЕС.

КРС счита, че налагането на задължение за представянето на цените и документите по тяхното образуване не може да бъде утежняващо и свързано с възникването на допълнителни разходи предвид факта, че предложеното специфично задължение не се различава от наложените към момента и в сила за предприятието задължения.

Същевременно КРС счита, че ползите от налагането на задължението за представяне на цените на регулираните електронни съобщителни услуги заедно с документите за тяхното ценообразуване надвишават негативите, тъй като се осигурява сигурност от потребителска гледна точка относно тяхното формиране. В същото време, задължението дава възможност за адекватен контрол от страна на регулатора.

6. Оценка на ефекта от налагане на специфичните задължения

Оценката за въздействието на специфичните задължения е посочено към съответната мярка, поради което в тази точка е направена оценка на цялостния ефект от наложените специфични задължения на предприятията на пазара.

По отношение на „БТК” АД

Наложеният специфичен задължения на „БТК” АД представляват сериозна регулаторна тежест като цяло. В същото време, КРС счита, че налагането им ще бъде оправдано и няма да бъде прекомерно. Изхождайки от значителното въздействие и значителният пазарен дял, който има предприятието, КРС счита, че е от изключителна важност при налагането на специфични задължения да се отчита възможността за въвеждане и развитие на конкуренцията на пазара, както и защита на интересите на крайните потребители. КРС счита, че това не би било възможно на съответния пазар, ако не биха били наложени предложените специфични задължения.

В същото време, следва да се отбележи, че голяма част от наложените специфични задължения са наложени към момента и са в сила за дружеството.

7. Очаквано въздействие от предложените специфични задължения

Оценката за въздействието на наложените специфични задължения, зависи от пазарното поведение на участниците и от други външни фактори, които трудно могат да бъдат прогнозирани. Като цяло КРС очаква, че ефектът от налагането на специфичните задължения в краткосрочен план ще е различен от този, който ще се получи в дългосрочен план. Очакваното въздействие от предложените специфични задължения може да бъде обобщено както следва:

- задълженията за предоставяне на услугите избор на оператор за всяко повикване и избор на оператор на абонаментна основа (избор на оператор) биха довели до осигуряване на възможност за навлизане на пазара на нови предприятия и подобряване

на конкурентната среда. Към момента дублирането на мрежата на „БТК” АД не е икономически обосновано и е свързано с прекалено високи разходи, което се явява висока бариера за навлизане на пазара на дребно на достъп;

- задължението за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро ще окаже незабавен ефект върху конкуренцията на пазарите на дребно на достъп, ще спомогне за навлизането на пазара на алтернативните фиксирани предприятия, като създаде възможност конкурентните предприятия на предоставят на крайните потребители услуги, сходни с тези, предоставяни в момента от „БТК” АД;

- задължението за равнопоставеност гарантира еднакво третиране на участниците на пазара при сходни условия от предприятието със значително въздействие върху пазара, което от своя страна е предпоставка за развитие на конкуренцията. Задължението кореспондира и с интересите на потребителите, свързани с разнообразието на предлагането и възможностите за избор на услуги;

- задълженията за прозрачност гарантират на заинтересованите лица достатъчно информация и яснота относно предоставяните от историческия оператор услуги, както и за цените и условията за тяхното ползване, и имат за резултат по-голямата ефективност при прилагане на задълженията за равнопоставеност;

- ефектът от задълженията за прозрачност и равнопоставеност във връзка със наложеното задължение за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро ще се изпълни в максимална степен при изготвяне на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро от предприятието със значително въздействие на пазара, като предварителното одобряване на условията за наемане на абонатни линии на едро от страна на регулатора са гаранция за постигане на максимално добри условия за развитие на конкуренцията, както и за навременна оценка за коректността при изпълнението на задължението за равнопоставеност;

- задължението за разходоориентираност на цените за услугата избор на оператор цели преодоляване последиците от пазарно поведение на по-големите предприятия, характеризиращо се с прилагане на високи цени, които биха могли да препятстват достъпа до инфраструктурата и предоставянето на услугите, както и елиминиране на възможностите за прилагане на ценова преса спрямо конкурентите на свързаните пазари на дребно;

- разработването на система за определяне на разходите по специфични дейности, бизнес единици и услуги е възможно най-тежкото специфично задължение, което може да бъде наложено от регулатора. Изпълнението му е сложен и труден процес, свързан със значителни разходи, а ефекта се проявява едва след прилагане на системата. Задължението, обаче, допринася за развитие на конкуренцията, тъй като чрез него се премахва пазарния недостатък за прилагане на прекалено високи цени, което от своя страна носи ползи, както за конкурентите, така и за потребителите;

- с наложените ценови ограничения по отношение на услугата наемане на абонатни линии на едро, използвайки методологията „Retail-minus” се гарантира предотвратяването на прилагането на натиск чрез печалбата (margin squeeze) и/или на натиск чрез цените (price squeeze) от предприятието със значително въздействие върху пазара. В същото време, недостатък на методологията „Retail-minus” е необходимостта от непрекъснат мониторинг на цените на дребно и разходите за предоставяне на услугите на дребно на предприятието със значително въздействие върху пазара. Това е свързано с обмяна на значителен обем информация, която подлежи на проверка и анализ от страна на регулатора;

- забраната за необосновано обвързване на предоставяните услуги в пакет осигуря възможност за ползване на пълния обхват на услугите от потребителите, както и

възможност конкурентите да предоставят сходни на предлаганите от историческия оператор услуги;

- КРС предвижда възможност 90 дни след изпълнение на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро „БТК” АД да може да обвърже предоставяните от дружеството услуги за достъп в пакет, за да се постигне максимално удовлетворяване на нуждите на крайните потребители, отчитайки факта, че наложените задължения за предоставяне на услугата наемане на абонатни линии на едро и за изготвяне на Типово предложение за наемане на абонатни линии на едро ще доведат до незабавно подобряване на конкурентната среда;

- задълженията за водене на разделно счетоводство и налагането на ценови ограничения, вкл. разходоориентираност на цените на услугите, са специфични мерки, които са ефективни с оглед решаването на потенциалните конкурентни проблеми, свързани с цените и с предотвратяване възможностите за прехвърляне на пазарна сила от разглеждания пазар към потенциално свързани конкурентни пазари;

- налагането на задължение за прилагане на разделно счетоводство, ще засили действието на задълженията за равнопоставеност и прозрачност и ще допринесе за решаване на проблемите, свързани с ценовата дискриминация и възможностите за крос-субсидиране на пазара;

- прилагането на задължението за определяне на разходоориентирани цени, изчислени въз основа на система за определяне на разходите ще премахне възможностите за прилагане на прекалено високи цени. Привеждането на цените в съответствие с разходите ще е стимул за развитие на по-малките предприятия и за развитие на конкуренцията в интерес на потребителите;

- административните разходи на „БТК” АД ще нараснат предвид необходимостта от прецизиране на задълженията, като следва да се отчете, че в по-голямата си част предложените специфични задължения не се различават от тези, които в момента са наложени и са в сила за предприятието.

Като цяло, ако предложените специфични мерки не бъдат приложени, то биха били налице ползи за предприятието, определено като такова със значително въздействие на пазари на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, в ущърб на конкурентите и потребителите.

VIII. Приложения

Приложение 1

Предоставяни услуги на дребно - обществена телефонна услуга по предприятия към 31.12. 2007 г.

Наименование	Вид	Откриване на телефонен пост	Обществени телефонни услуги					
			Селищни разговори	Междуселищни разговори	Разговори към мобилни наземни мрежи	Международни телефонни разговори	Услуги за достъп до негеографски номера, предоставяни чрез мрежата	Разговори към мрежи от вида "точка към много точки", различни от собствената
БТК	АД	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК	АД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
БТК-НЕТ	ЕООД	#	#	#	#	#	Не	Не
БЪЛГАРИЯ ТЕЛЕКОМ НЕТ	АД	//	//	//	//	//	//	//
ВЕСТИТЕЛ БГ	АД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ	АД	#	#	#	#	#	Не	Не
ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ	ЕАД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ	АД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
КЕЙБЪЛТЕЛ	АД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ	ЕАД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
МОБИЛТЕЛ	ЕАД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ	ЕАД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
НЕТ ИС САТ	ООД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
НЕТПЛУС	ООД	//	//	//	//	//	//	//
НОВО	ЕООД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
ОРБИТЕЛ	ЕАД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
СКАТ ТВ	ООД	//	//	//	//	//	//	//
СПЕКТЪР НЕТ	АД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
ТЕЛЕКОМ 1	ООД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
ТЕЛЕКОМ ПАРТНЪРС НЕТУЪРК	АД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
ТРАНС ТЕЛЕКОМ	ЕООД	Да	Да	Да	Да	Да	Не	Не
ГЛОБУЛ КОМЪНИКЕЙШЪН НЕТ	ЕАД	//	//	//	//	//	//	//

// - Предприятието не е осъществявало дейност по предоставянето на услуги за достъп до обществена телефонна мрежа и обществени телефонни услуги

- Предприятието не е оторизирано да предоставя съответната услуга

Предоставяни услуги на дребно - достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата избор на оператор по предприятия към 31.12.2007 г.

Наименование	Вид	Достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата избор на оператор							
		Избор на оператор на всяко повикване				Избор на оператор на абонаментна основа			
		Междуселищни разговори	Международни разговори	Разговори към мобилни наземни мрежи	Към мрежи от вида "точка към много точки" с национален код за достъп	Междуселищни разговори	Международни разговори	Разговори към мобилни наземни мрежи	Към мрежи от вида "точка към много точки" с национален код за достъп
БТК	АД	#	#	#	#	#	#	#	#
АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК	АД	Да	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не
БТК-НЕТ	ЕООД	Да	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не
БЪЛГАРИЯ ТЕЛЕКОМ НЕТ	АД	#	#	#	#	#	#	#	#
ВЕСТИТЕЛ БГ	АД	#	#	#	#	#	#	#	#
ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ	АД	Да	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ	ЕАД	#	#	#	#	#	#	#	#
ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ	АД	#	#	#	#	#	#	#	#
КЕЙБЪЛТЕЛ	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ	ЕАД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
МОБИТЕЛ	ЕАД	#	#	#	#	#	#	#	#
НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ	ЕАД	Да	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не
НЕТ ИС САТ	ООД	#	#	#	#	#	#	#	#
НЕТПЛУС	ООД	//	//	//	//	//	//	//	//
НОВО	ЕООД	#	#	#	#	#	#	#	#
ОРБИТЕЛ	ЕАД	Да	Да	Да	Не	Да	Да	Да	Не
СКАТ ТВ	ООД	//	//	//	//	//	//	//	//
СПЕКТЪР НЕТ	АД	Да	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ТЕЛЕКОМ 1	ООД	#	#	#	#	#	#	#	#
ТЕЛЕКОМ ПАРТНЪРС НЕТУЪРК	АД	#	#	#	#	#	#	#	#
ТРАНС ТЕЛЕКОМ	ЕООД	Да	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ГЛОБЪЛ КОМЪНИКЕЙШЪН НЕТ	ЕАД	#	#	#	#	#	#	#	#

// - Предприятието не е осъществявало дейност по предоставянето на услуги за достъп до обществена телефонна мрежа и обществени телефонни услуги

- Предприятието не е оторизирано да предоставя съответната услуга

Предоставяни услуги на дребно - пакетни услуги по предприятия към 31.12. 2007

г.

Наименование	Вид	Пакетни услуги (bundled offers)							
		Двойна услуга (double play)			Тройна услуга (triple play)				Четворна услуга (quadruple play)
		Фиксирана телефонна услуга и достъп до интернет	Фиксирана телефонна услуга и телевизия	Фиксирани телефонни услуги и мобилни телефонни услуги	Фиксирана телефонна услуга, мобилна телефонна услуга и телевизия	Фиксирана телефонна услуга, достъп до интернет и телевизия	Фиксирана телефонна услуга, мобилна телефонна услуга и телевизия	Фиксирана телефонна услуга, частна мрежа за пренос на данни и широколентов достъп до интернет	Фиксирана телефонна услуга, широколентов достъп до интернет, мобилни телефонни услуги и телевизия
БТК	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
БТК-НЕТ	ЕООД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
БЪЛГАРИЯ ТЕЛЕКОМ НЕТ	АД	//	//	//	//	//	//	//	//
ВЕСТИТЕЛ БГ	АД	Да	Да	Не	Не	Да	Не	Не	Не
ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ЕВРОКОМ КАБЕЛ	ЕАД	Да	Да	Не	Не	Да	Не	Не	Не
МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
КЕЙБЪЛТЕЛ	АД	Да	Да	Не	Не	Да	Не	Не	Не
КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ	ЕАД	Не	Не	Да	Не	Не	Не	Не	Не
МОБИЛТЕЛ	ЕАД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Да	Не
НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ	ЕАД	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
НЕТ ИС САТ	ООД	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
НЕТПЛЮС	ООД	//	//	//	//	//	//	//	//
НОВО	ЕООД	//	//	//	//	//	//	//	//
ОРБИТЕЛ	ЕАД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
СКАТ ТВ	ООД	//	//	//	//	//	//	//	//
СПЕКТЪР НЕТ	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ТЕЛЕКОМ 1	ООД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ТЕЛЕКОМ ПАРТНЪРС	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
НЕТУЪРК	АД	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ТРАНС ТЕЛЕКОМ	ЕООД	Да	Не	Не	Не	Не	Не	Не	Не
ГЛОБЪЛ КОМЪНИКЕЙШЪН	ЕАД	//	//	//	//	//	//	//	//
НЕТ	АД	//	//	//	//	//	//	//	//

// - Предприятието не е осъществявало дейност по предоставянето на услуги за достъп до обществена телефонна мрежа и обществени телефонни услуги

- Предприятието не е оторизирано да предоставя съответната услуга

Списък на Индивидуалните лицензии и регистрациите по Общи лицензии, притежавани от предприятията, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение

Предприятие	Вид	Лицензии	Наименование на лицензията
БЪЛГАРСКА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ	АД	100	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществени далекосъобщителни мрежи и предоставяне на далекосъобщителни услуги
		102	Осъществяване на далекосъобщения чрез далекосъобщителна мрежа за наземно цифрово радиоразпръскване на радиосигнали в обхвата на къси вълни по технология DRM
		121	Осъществяване на далекосъобщения чрез далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата линии под наем, включително международни линии под наем
		115А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа от неподвижната радиослужба от вида "точка към много точки" в честотен обхват 26 ghz с национално покритие
		217	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни без използване на ограничен ресурс и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
		218	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна телексна мрежа
		220	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществени мрежи RLAN от подвижна радиослужба
АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК	АД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		116Б	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор
		113	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа от неподвижната радиослужба от вида "точка към точка"
		217	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни без използване на ограничен ресурс и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
БТК-НЕТ	ЕООД	116Б	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор
		117	Осъществяване на далекосъобщения с предоставен индивидуално определен ограничен ресурс – номера, чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
ВЕСТИТЕЛ БГ	АД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		116Б	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор
		121	Осъществяване на далекосъобщения чрез далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата линии под наем, включително международни линии под наем
		201	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена кабелна далекосъобщителна мрежа за разпространение на радио- и телевизионни програми и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ	ЕООД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		113	Осъществяване на далекосъобщения чрез обособена далекосъобщителна мрежа от неподвижната радиослужба от вида „точка към точка“
		121	Осъществяване на далекосъобщения чрез далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата линии под наем, включително международни линии под наем
		201	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена кабелна далекосъобщителна мрежа за разпространение на радио- и телевизионни програми и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
		217	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни без използване на ограничен ресурс и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ	АД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		116Б	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор
КЕЙБЪЛТЕЛ	ЕАД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		116Б	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор
		113	Осъществяване на далекосъобщения чрез обособена далекосъобщителна мрежа от неподвижната радиослужба от вида „точка към точка“
		201	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена кабелна далекосъобщителна мрежа за разпространение на радио- и телевизионни програми и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
		217	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни без използване на ограничен ресурс и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
		220	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществени мрежи RLAN от подвижна радиослужба

Предприятие	Вид	Лицензии	Наименование на лицензията
СПЕКТЪР НЕТ	АД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		116Б	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор
		204	Осъществяване на далекосъобщения при предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез обществени телефонни апарати
		217	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни без използване на ограничен ресурс и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
		220	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществени мрежи RLAN от подвижна радиослужба
ТЕЛЕКОМ 1	ООД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
ТЕЛЕКОМ ПАРТНЪРС НЕТУЪРК	ЕАД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		117	Осъществяване на далекосъобщения с предоставен индивидуално определен ограничен ресурс – номера, чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея
		121	За осъществяване на далекосъобщения чрез далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата линии под наем, включително международни линии под наем
ТРАНС ТЕЛЕКОМ	ЕАД	116А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана гласова телефонна услуга
		116Б	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез услугата избор на оператор
		204 (уведомление)	Осъществяване на далекосъобщения при предоставяне на услугата достъп до гласова телефонна услуга чрез обществени телефонни апарати
		121 (уведомление)	За осъществяване на далекосъобщения чрез далекосъобщителна мрежа за предоставяне на услугата линии под наем, включително международни линии под наем
		115	Осъществяване на далекосъобщения чрез обособена далекосъобщителна мрежа от неподвижната радиослужба от вида „точка към много точки“
		115А	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа от неподвижната радиослужба от вида „точка към много точки“ в честотен обхват 26 ghz с национално покритие
		117А	Предоставяне на гласова телефонна услуга и и пренос на данни чрез мрежа от неподвижна радиослужба-точка към много точки
		217	Осъществяване на далекосъобщения чрез обществена далекосъобщителна мрежа за пренос на данни без използване на ограничен ресурс и предоставяне на далекосъобщителни услуги чрез нея

АНЕКС

за съдържанието на специфичните задължения за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство от предприятия със значително въздействие на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

В резултат от заключенията от анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и от анализа на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение е установена липса на ефективна конкуренция и в съответствие с действащото законодателство, КРС счита, че е налице необходимост от налагане на задължение за въвеждане и поддържане на аналитична счетоводна система с определено ниво на разделяне на дейностите и счетоводните сметки (разделно счетоводство) от страна на задължените предприятия. Следвайки принципите на предвидимост и прозрачност КРС счита, че следва да определи обхвата и същността на задължението за водене на разделно счетоводство.

А. Общи положения за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство

Задълженията за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство включват разработване и представяне за одобрение от КРС на проект за прилагане на разделно счетоводство, съдържащ:

- ✓ структурно разделяне на счетоводните данни за дейностите по предоставяне на електронни съобщителни мрежи и/или услуги (предоставяне на мобилни телефонни услуги и предоставяне на фиксирани телефонни услуги) от другите дейности на предприятията, осъществявани по смисъла на Търговския закон;
- ✓ структурно разделяне на счетоводните данни за дейностите по предоставяне на електронни съобщителни мрежи и/или услуги по отделни бизнес единици, предоставящи електронни съобщителни мрежи и/или услуги,
- ✓ структурно разделяне на счетоводните данни (оперативните приходи, оперативните разходи и заетия капитал) по отделните бизнес единици, като разходите, които не могат директно да се отнесат в отделената бизнес единица, следва да бъдат разпределени въз основа на анализ на причинно-следствената връзка (activity based costing) за пораждаване на съответния разход. В случаите, при които не е налице причинно-следствена връзка разходите се разпределят пропорционално на директно отнесените такива;

✓ въвеждане на отделни аналитични сметки за съответните бизнес единици, които да позволяват идентифициране на всички елементи на разходите и приходите за предлаганите от тях услуги, включително поелементна разбивка на разходите за материалните активи и на разходите, произтичащи от структурата на мрежата;

С оглед осигуряване на прозрачност и съпоставимост на резултатите от разделното счетоводство КРС счита, че при спазване на изискванията, свързани с търговската тайна, регулаторни отчети следва да бъдат изготвяни и представяни от задължените предприятия, съобразно срокове и в еднакъв формат, определени въз основа на консултации между КРС, „Българска телекомуникационна компания“ АД. Съгласуваните формати и срокове са предмет на последващо решение на КРС.

I. Ниво на разделяне на дейностите като отделни бизнес единици при счетоводното отчитане

В съответствие с приложимата нормативна уредба и практиката на страните-членки на ЕС, КРС счита, че задължените предприятия следва да разделят счетоводната информация по следните дейности:

- А) Предоставяне на мобилни телефонни услуги;
- Б) Предоставяне на фиксирани телефонни услуги;
- В) Други дейности по смисъла на Търговския закон.

За всяка от посочените в букви А) и Б) дейности, задължените предприятия следва да разделят счетоводните данни по следните бизнес единици:

- 1) Предоставяне на услуги от Опорна мрежа (Core network);
- 2) Предоставяне на услуги от Мрежа за достъп (Access network);
- 3) Услуги на дребно (Retail);
- 4) Услуги за други дейности, различни от тези по т. т. 1), 2) и 3) (Other activities).

Съгласно Препоръката⁵⁸ на Европейската Комисия (ЕК) от 19 септември 2005 г. (Препоръката) задължените предприятия следва да изготвят и публикуват отделни регулаторни отчети за бизнес единиците, които да бъдат консолидирани в обобщена форма.

В светлината на Препоръката, КРС счита, без претенции за изчерпателност, че регулаторните отчети за дейностите „Предоставяне на фиксирани телефонни услуги” и „Предоставяне на мобилни телефонни услуги” следва да съдържат:

1. Регулаторен отчет за дейността „Предоставяне на мобилни телефонни услуги”

1) Регулаторен консолидиран отчет, съдържащ:

А) Регулаторен отчет за предоставяне на услуги от Опорна мрежа (Core network), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”;

Б) Регулаторен отчет за предоставяне на услуги от Мрежа за достъп (Access network), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”;

В) Регулаторен отчет за Услуги на дребно (Retail), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”;

Г) Регулаторен отчет за Услуги за други дейности (Other activities), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”.

2. Регулаторен отчет за дейността „Предоставяне на фиксирани телефонни услуги”

1) Регулаторен консолидиран отчет, съдържащ:

А) Регулаторен отчет за предоставяне на услуги от Опорна мрежа (Core network), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”;

Б) Регулаторен отчет за предоставяне на услуги от Мрежа за достъп (Access network), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”;

В) Регулаторен отчет за Услуги на дребно (Retail), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”;

Г) Регулаторен отчет за Услуги за други дейности (Other activities), в т.ч. „Регулаторен отчет за приходи и разходи” и „Регулаторен баланс”.

3. Съответствие между регулаторните отчети и финансовите отчети

⁵⁸ Commission Recommendation of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting system under the regulatory framework for electronic communications

В съответствие с Препоръката на ЕС КРС счита, че е налице необходимост от публикуване на отчет за съответствието на регулаторните отчети с финансовите отчети, който следва да дава ясна информация за връзката между:

- а) финансовите отчети на предприятието и регулаторния консолидиран отчет за бизнес единиците;
- б) регулаторния консолидиран отчет за бизнес единиците и отделните регулаторни отчети за бизнес единиците;
- в) отделните регулаторни отчети на бизнес единиците и техните дезагрегирани дейности (услуги).

II. Дефиниране на бизнес единици

КРС счита за необходимо да дефинира бизнес единиците, с оглед избягване на неясноти и неточности при тяхната интерпретация. В тази връзка следва да се отбележи, че бизнес единиците са дефинирани в съответствие с Препоръката на ЕК, както следва:

- А) Предоставяне на услуги от Опорна мрежа (Core network);
- Б) Предоставяне на услуги от Мрежа за достъп (Access network);
- В) Услуги на дребно (Retail);
- Г) Услуги за други дейности (Other activities).

Подробните дефиниции на горепосочените бизнес единици са представени в Приложение 5.1. към настоящия анекс.

III. Регулаторни счетоводни принципи.

КРС счита, че задължените предприятия следва да прилагат разделното счетоводство при спазването на следните регулаторни счетоводни принципи:

- ✓ **Приоритетност:** доколкото е налице конфликт между изискванията на някои или всеки от тези регулаторни счетоводни принципи, същите следва да се прилагат в реда на приоритетност, в който са посочени в настоящия анекс.
- ✓ **Дефиниции:** Понятие или обяснение, употребени в счетоводните документи следва да имат същото значение, каквото имат в разрешенията за предоставяне на електронно съобщителни мрежи и/или услуги, с изключение на случаите когато контекста изисква друго.
- ✓ **Причинност:** Приходите (вкл. трансферните приходи), разходите (вкл. трансферните разходи), активите и задълженията следва да бъдат разпределени по разходните компоненти, услуги и бизнес единици или дезагрегираните им дейности в съответствие с причинно-следствената връзка между съответната дейност/ услуга, която води до генериране на приходите или пораждаване на разходите, дейностите заради които се придобиват активите и възникват задълженията.
- ✓ **Обективност:** Процесът на разпределение следва да бъде обективен и да не предвижда ползи за предприятието със значително въздействие върху съответния пазар или друго предприятие, продукт, услуга, компонент, бизнес единица или дезагрегираните им дейности.
- ✓ **Последователност:** Следва да има последователност в счетоводното третиране на информацията през годините. Когато има съществени промени в регулаторните счетоводни принципи и методите за разпределение и/или счетоводната политика, които оказват влияние върху информацията в регулаторните отчети за бизнес единиците, частите от регулаторните отчети за предишни години, засегнати от промяната, следва да бъдат преработени.

- ✓ **Прозрачност:** Използваните методи за разпределение следва да бъдат прозрачни. Разходите и приходите, които се отнасят директно по бизнес единици или дейностите, следва да бъдат изрично отличени от онези, които подлежат на разпределение. Прилаганите от задълженото предприятие бази за разпределение следва да бъдат подробно описани.

IV. Формат и съдържание на отчетите, изготвяни въз основа на разделното счетоводство.

Регулаторните отчети следва да се изготвят в съответствие с регулаторните счетоводни принципи, посочени в раздел III. Предвид различията във формите и съдържанието на регулаторните отчети и годишните финансови отчети на предприятията, КРС намира за уместно прилагането на унифицирана форма и съдържание на изискваните от задължените предприятия регулаторни отчети, които се определят въз основа на консултации между КРС и „Българска телекомуникационна компания” АД. Съгласуваните формати и срокове са предмет на последващо решение на КРС.

КРС счита, че изготвяните от задължените предприятия регулаторни отчети следва да включват приложения, които да дават детайлна информация за:

а) начин за разпределяне на разходите, включително прилаганите бази за разпределение на разходите, приложимите стандарти, начините, използвани за процеса на разпределение, както и за преценка на активите и методите за идентификация на непреките разходи. Информацията трябва да е достатъчно детайлна, за да изяснява връзката между разходите и съответстващи цени на услугите;

б) за трансферните разходи/приходи между бизнес единиците и дезагрегираните им дейности/услуги, като те следва да бъдат еквивалентни на транзакциите от конкурентните предприятия;

в) възприетите счетоводни стандарти доколкото са релевантни;

г) съществени промени, които оказват влияние върху регулаторните отчети и отчетите за предходни години.

С оглед доказване на съответствието между регулаторните и финансовите отчети на задължените предприятия, последните следва да представят на КРС доклад от независим одитор, потвърждаващ горесцитираното съответствие, включително оценка за прилагането на принципа за причинно-следствена връзка при отнасяне на счетоводните данни по отделните бизнес единици.

V. Предоставяне на допълнителна информация, ползвана при изготвяне на регулаторните отчети

В съответствие с Препоръката на ЕК, КРС счита, че с оглед осъществяването на ефективен контрол върху спазване на наложените специфични мерки, задължените предприятия следва да представят в приложенията към регулаторните отчети и детайлна информация, ползвана при изготвяне на регулаторните отчети, която без претенции за изчерпателност следва да включва:

а) прилагана счетоводна политика при изготвяне на регулаторните отчети;

б) матрица (форма), обобщаваща всички трансферни разходи/приходи между различните регулаторни отчети на бизнес единици;

в) описание на базите за разпределение на разходите, които не могат да бъдат директно отнесени по отделните бизнес единици;

г) отчети за среден разход на мрежови елемент съгласно раздел VI от настоящия анекс;

д) изчерпателни дефиниции за дезагрегирани дейности/услуги на бизнес единиците, с оглед яснота по отношение на конкретното им съдържание;

е) описание на процеса на отразяване на трансферни разходи/приходи, която се прилага за целите на разделното счетоводство.

VI. Отчет за среден разход за мрежови елемент

КРС счита, че детайлната информация за разходите за всички компоненти на мрежата е основен елемент за обезпечаване на прозрачността и развитие на конкуренцията. В тази връзка предприятието със значително въздействие на съответния пазар трябва да предоставя отчет за разходите за мрежовите компоненти, като част от информацията по разделното счетоводство. Отчетът следва да съдържа следните данни:

- ✓ среден разход на минута за всеки компонент на мрежата за пренос (включително средно претеглена цена на капитала);
- ✓ среден разход на минута за всеки компонент на мрежата, който не се ползва за пренос (включително средно претеглена цена на капитала);
- ✓ рутинг фактори за трафика;
- ✓ осреднени тарифи за различните времеви периоди от денонощието (**Time of Day Gradients**);
- ✓ крайни тарифи за услуги, необвързани в пакети;
- ✓ съответствие (в случай, че има разлика с вътрешните трансферни разходи/приходи)

Формата и съдържанието на посочената информация се определят въз основа на консултации между КРС и „Българска телекомуникационна компания” АД. Съгласуваните формат и съдържания са предмет на последващо решение на КРС.

VII. Срок за представяне на информацията.

С оглед ефективност при прилагането на разделното счетоводство КРС счита, че регулаторните отчети следва да се предоставят своевременно от задължените предприятия. Излишното забавяне на предоставянето на регулаторните отчети би намалило положителния ефект от налагане на специфичното задължение. В тази връзка КРС счита, че при налагане на задължение за прилагане на разделно счетоводство, изискваната информация в съответствие с настоящия анекс следва да бъде предоставена в срок до два месеца след изтичане на всяко шестмесечие.

VIII. Принципи при отнасяне на трансферните разходи/приходи

Разходите/приходите, които възникват в резултат на предоставяне на продукт или услуга от една основна бизнес единица на друга основна бизнес единица и обратно в рамките на цялостната дейност на предприятието са определят като трансферни разходи/приходи.

В тази връзка КРС счита, че задълженото предприятие трябва да предоставя детайлна информация за трансферни разходи/приходи, която да служи за доказателство за липсата на преференциално третиране между цените, прилагани за бизнес единиците на вертикално интегрирано предприятие и цените, прилагани за други предприятия. Информацията за трансферните разходи/приходи следва да се предоставя във формат и със съдържание, определени въз основа на консултации между КРС и „Българска телекомуникационна компания” АД. Съгласуваните формат и съдържание са предмет на последващо решение на КРС. Информацията за трансферните разходи/приходи следва да бъде в съответствие със следните принципи:

а) трансферните приходи или разходи трябва да се разпределят по услуги и бизнес единици или дезагрегираните им дейности (услуги) в съответствие с причинно-следствената връзка между съответната дейност/ услуга, която води до генериране на приходите или пораждаване на разходите;

б) отнасянето на трансферните разходи или приходи следва да бъде обективно и да не показва намерение за облагодетелстване на някоя бизнес единица или дезагрегираната ѝ дейност (услуга);

в) трябва да има последователност в счетоводното третиране на трансферните разходи или приходи през различните години;

г) използваните методи за разпределяне на трансферни разходи или приходи следва да бъдат прозрачни. Всеки трансферен приход или разход следва да бъде ясно обоснован. Всички използвани бази за разпределение трябва да бъдат подробно обяснени.

д) трансферните разходи или приходи за предоставяне на услуги в рамките на предприятието се определят като употреба на услуга и плащане за единица;

е) трансферните разходи или приходи за предоставяне на услуги в рамките на предприятието трябва да бъдат еквивалентни на цените (тарифите), които биха били посочени за заплащане при ползване от друго предприятие на услугата;

ж) регулаторните отчети следва да показват трансферните разходи или приходи между отделните бизнес единици и дезагрегираните им дейности.

Б. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разделното счетоводство позволява трансформирането и детайлизирането на информацията от финансовите отчети на предприятията за регулаторни цели по начин, който позволява на регулатора да изпълнява функциите си по осигуряване на условия за развитие на конкуренцията и защита на крайните потребители. Информацията, която се осигурява от прилагането на разделното счетоводство, позволява извършването на проверки за наличие на крос-субсидиране между услугите, предоставяни от задълженото предприятие. Следва да се отбележи, че данните от разделното счетоводство осигуряват възможност за проверка на вътрешните трансферни разходи/приходи между отделните дейности на предприятието и сравнението им с цените на услугите, предоставяни на други предприятия, което от своя страна го прави инструмент за контрол по отношение изпълнението на задължението за равнопоставеност.

Дефиниции на бизнес единиците

Предоставяне на услуги от Опорна мрежа

Бизнес единицата „Предоставяне на услуги от Опорна мрежа” предоставя услугите комутиране и пренос на сигнали, което позволява на краен потребител на едно предприятие да се свързва с крайни потребители на същото или друго предприятие, или да има достъп до услуги, предлагани от друго предприятие. Регулаторните отчети за бизнес единицата „Предоставяне на услуги от Опорна мрежа” включват разходите, приходите, активите и пасивите, свързани с предоставянето на тези услуги. Приходите на бизнес единицата „Предоставяне на услуги от Опорна мрежа” принципно са от продажба на услугите по пренос на сигнали и комутиране, необходими за осъществяване на свързване от край до край и включват както услуги за пренос и комутиране по взаимното свързване, предоставяни на други предприятия, така и услуги за пренос и комутиране за бизнес единицата „Услуги на дребно”.

Предоставяне на услуги от Мрежа за достъп

Чрез бизнес единицата „Предоставяне на услуги от Мрежа за достъп” се осъществява свързването към „Предоставяне на услуги от Опорната мрежа”. Регулаторните отчети за бизнес единицата „Предоставяне на услуги от Мрежа за достъп” включват разходите, приходите активите и пасивите необходими за осигуряване и експлоатиране на тази свързаност. Освен това за целите на разделното счетоводство бизнес единицата „Предоставяне на услуги от Мрежа за достъп” включва всички компоненти на мрежата, необходими както за предоставяне на услуги за достъп на други предприятия, така и за предоставяне на услуги за достъп на крайните потребители, например четец (line cards) и портове в концентраторите и/или в централите. С изключение на горепосочените компоненти на мрежата, всички останали мрежови елементи се включват към бизнес единицата „Предоставяне на услуги от Опорна мрежа”.

Услуги на дребно

Бизнес единицата „Услуги на дребно” включва всички дейности за продажба на телефонни услуги на крайните потребители, в т.ч. абонатни линии, линии под наем, повиквания, обществени телефони и предоставяне на справочна информация. Регулаторните отчети за бизнес единицата „Услуги на дребно” включват разходите, приходите, активите и пасивите, свързани с предоставянето на тези услуги на крайните потребители. Разходите отнесени в „Услуги на дребно” включват трансферните разходи, свързани с употребата на мрежовите ресурси и услугите, предоставяни от „Предоставяне на услуги от Мрежа за достъп” и „Предоставяне на услуги от Опорна мрежа”, маркетинговите и билинг разходите, свързани с предоставяне на услугите на крайните потребители.

Услуги за други дейности

Обикновено предприятията предоставят широка гама от други услуги, включително отдаване под наем, ремонт и поддръжка на оборудването на крайните потребители. В допълнение, те могат да имат интереси в дейности различни от телекомуникациите. За целите на разделното счетоводство, разходите, приходите, активите и пасивите, свързани с тези услуги се идентифицират отделно.