



КОМИСИЯ  
ЗА РЕГУЛИРАНЕ  
НА СЪОБЩЕНИЯТА

Определяне, анализ и оценка на пазарите на  
достъп до обществена телефонна мрежа в  
определено местоположение и  
обществено достъпни телефонни услуги,  
предоставяни в определено местоположение

Приложение към Решение №.....

## Съдържание

|                                                                                                                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>I. Резюме</b>                                                                                                                                                                                        | <b>4</b>  |
| <b>II. Въведение</b>                                                                                                                                                                                    | <b>9</b>  |
| 1. Правна рамка                                                                                                                                                                                         | 9         |
| 1.1. Европейска регулаторна рамка                                                                                                                                                                       | 9         |
| 1.2. Национално законодателство                                                                                                                                                                         | 10        |
| 2. Ред, условия и процедура за определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция                                          | 10        |
| 3. Определяне на предприятие със значително въздействие върху пазара и налагане на специфични задължения                                                                                                | 12        |
| 4. Обхват на документа                                                                                                                                                                                  | 13        |
| <b>III. Обществено обсъждане и консултации с Европейската комисия и с Органа на европейските регулатори в областта на електронните съобщения. Сътрудничество с Комисията за защита на конкуренцията</b> | <b>14</b> |
| <b>IV. Развитие на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в периода 2009 – 2011 г.</b>                                                                         | <b>15</b> |
| 1. Предприятия, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение                                                                                                                    | 17        |
| 2. Предоставяни обществени 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                                                                                                                   | 23        |
| 5. Развитие на пакетни услуги с фиксирана телефонна услуга                                                                                                                                              | 26        |
| 6. Развитие на фиксирани телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа                                                                                                                      | 31        |
| <b>V. Определяне на съответните пазари</b>                                                                                                                                                              | <b>34</b> |
| 1. Въведение                                                                                                                                                                                            | 34        |
| 2. Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа                                                                                                                                                        | 34        |
| 2.1. Определяне на продуктов пазар                                                                                                                                                                      | 35        |
| 2.2. Съответен географски пазар                                                                                                                                                                         | 57        |
| 2.3. Заключение                                                                                                                                                                                         | 58        |
| 3. Пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение                                                                                                                       | 58        |
| 3.1. Определяне на съответен продуктов пазар                                                                                                                                                            | 59        |
| 3.2. Съответен географски пазар                                                                                                                                                                         | 71        |
| 3.3. Заключение                                                                                                                                                                                         | 72        |
| 4. Прилагане теста на трите критерия                                                                                                                                                                    | 72        |
| <b>VI. Анализ и оценка на съответните пазари</b>                                                                                                                                                        | <b>86</b> |
| 1. Въведение                                                                                                                                                                                            | 86        |
| 2. Критерии, използвани при анализа на ефективността на конкуренцията и определяне на предприятия със значително въздействие върху съответните пазари                                                   | 86        |

|                                                                                                                                            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3. Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение                                                               | 87         |
| 3.1. Пазарен дял                                                                                                                           | 87         |
| 3.2. Наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар                                                                     | 91         |
| 3.2.1. Контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана                                                                 | 91         |
| 3.2.2. Икономии от мащаба и обхвата                                                                                                        | 91         |
| 3.2.3. Вертикална интеграция                                                                                                               | 92         |
| 3.3. Недостатъчна или слаба покупателна способност                                                                                         | 93         |
| 3.4. Наличие на продуктово разнообразие                                                                                                    | 94         |
| 3.5. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение | 94         |
| 4. Пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение                      | 95         |
| 4.1. Пазарен дял                                                                                                                           | 96         |
| 4.2. Наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар                                                                     | 102        |
| 4.2.1. Икономии от мащаба и обхвата                                                                                                        | 102        |
| 4.2.2. Вертикална интеграция                                                                                                               | 103        |
| 4.3. Недостатъчна или слаба покупателна способност                                                                                         | 104        |
| 4.4. Наличие на продуктово разнообразие                                                                                                    | 104        |
| 4.5. Определяне на предприятие със значително въздействие върху съответните пазари                                                         | 106        |
| <b>VII. Определяне на специфични задължения</b>                                                                                            | <b>107</b> |
| 1. Изводи относно необходимостта от регулаторна намеса                                                                                     | 107        |
| 2. Цели и принципи при избор на специфични задължения                                                                                      | 107        |
| 3. Текущи задължения                                                                                                                       | 108        |
| 4. Оценка на ефекта от наложените мерки                                                                                                    | 109        |
| 4.1. Ефект от наложените мерки на ниво услуги на едро                                                                                      | 109        |
| 4.2. Ефект от наложените мерки на услуги на дребно                                                                                         | 110        |
| 5. Конкурентни проблеми                                                                                                                    | 113        |
| 6. Налагане на конкретни специфични задължения                                                                                             | 115        |
| 6.1. Задължения на ниво предоставяне на услуги на едро                                                                                     | 116        |
| 6.2. Задължения на ниво предоставяне на услуги на дребно                                                                                   | 124        |
| 7. Отмяна на специфични задължения                                                                                                         | 130        |
| 8. Оценка на ефекта от налагане на специфичните задължения                                                                                 | 130        |
| 9. Очаквано въздействие от предложените специфични задължения                                                                              | 131        |
| <b>VIII. Приложения</b>                                                                                                                    | <b>133</b> |

## I. Резюме

Съгласно действащата нормативна уредба националният регулаторен орган в лицето на Комисията за регулиране на съобщенията (КРС) е длъжен периодически да анализира доколко е ефективна конкуренцията на пазарите на електронни съобщения, с което да осигури подходяща регулация в условията на променяща се пазарна среда. В настоящия документ се определят съответните пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, включително се определят предприятия със значително въздействие върху съответните пазари и специфичните задължения, които следва да им бъдат наложени, продължени, изменени и/или отменени.

Оценката на нивото на конкуренция на съответните пазари е извършена на база данни за минал период от три години (2009 – 2011 г.) и е направена прогноза за бъдещото им развитие за период от три години напред.

Съгласно разпоредбите на чл. 151 във връзка с чл. 42 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 следва да се предостави при необходимост на Комисията за защита на конкуренцията (КЗК) за становище, след което да се публикува за обществено обсъждане. След приключване на процедурата за обществено обсъждане КРС изпраща проекта на решение до Европейската комисия (ЕК), Органа на европейските регулатори в областта на електронните съобщения (ОЕРЕС) и до другите национални регулаторни органи на държавите-членки на Европейския съюз (ЕС).

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 в периода 2009-2011 г., КРС обособява следните пазари на дребно:

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

В рамките на анализа на всеки от пазарите 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.

### **Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители**

Съответният продуктов пазар, е определен в т. 2, Раздел V на настоящия анализ въз основа на изследваната от КРС взаимозаменяемост на различните видове достъп до обществена телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение, както следва:

- Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа, който включва следните видове достъп, в зависимост от интерфейса при крайния потребител, чрез

който се предоставя обществена телефонна услуга в определено местоположение (чрез географски номера):

- аналогов достъп;
- цифров ISDN достъп;
- IP-базиран достъп;
- достъп чрез обществена мобилна наземна мрежа и географски номера.

Географският обхват на разглеждания съответен пазар е територията на Република България.

Въз основа на извършения в т. 4 на Раздел V тест на трите критерия, а именно изследване наличието на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара, липсата на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията на пазара за период до две години напред и недостатъчна ефективност на конкурентното право за преодоляване на бариерите за навлизане на пазара и осигуряване на условия за конкуренция на съответния пазар, КРС направи извода, че те са изпълнени кумулативно и че определеният пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение удовлетворява трите кумулативно приложени критерия и предполага *ex ante* регулиране.

В резултат на извършения в т. 3. на Раздел VI пазарен анализ, имащ за цел да оцени наличието на предпоставки, възпрепятстващи ефективната конкуренция на разглеждания пазар 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” АД (БТК) за предприятие със значително въздействие върху пазара.

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

- пазарен дял на БТК, 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:
  - инфраструктура, която не може лесно да се дублира;
  - икономии от мащаба и обхвата;
  - вертикална интеграция;
- 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 въз основа на изследваната в т. 3. на Раздел V на настоящия анализ взаимозаменяемост между различните видове обществено достъпни телефонни услуги, са:

- Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение;

- Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение.

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

Въз основа на извършения в т. 4 на Раздел V тест на трите критерия, а именно изследване наличието на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара, липсата на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията на пазара за период до две години напред и недостатъчна ефективност на конкурентното право за преодоляване на бариерите за навлизане на пазара и осигуряване на условия за конкуренция на съответния пазар, КРС направи извода, че те са изпълнени кумулативно и че определените пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение удовлетворяват трите кумулативно приложени критерия и предполагат *ex ante* регулиране.

В резултат на направения анализ в т.4 на Раздел VI, 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 БТК за предприятие със значително въздействие върху съответните пазари.

Заключението е направено въз основа на анализ съгласно следните 4 (четири) критерия:

- пазарен дял на БТК, 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 пазара 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 като предприятие със значително въздействие върху пазара следните специфични задължения:

#### **Задължения на ниво предоставяне на услуги на едро:**

- да продължи и измени, наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение за предоставяне на услугата „избор на оператор”;
- да продължи и конкретизира, наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”;

- да продължи, наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение за прозрачност;
- да продължи действието на наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение за равнопоставеност;
- да продължи, наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение за изготвяне и публикуване на типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро;
- да продължи действието на наложените в първи кръг на пазарния анализ ценови ограничения, включително задължение за разходоориентираност и задължение за прилагане на разделно счетоводство.

#### **Задължения на ниво предоставяне на услуги на дребно:**

- да продължи действието на наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение за равнопоставеност;
- да наложи ценови ограничения и контрол на индивидуалните тарифи за достъп на БТК, като:
  - забрани прилагането на цени за достъп до обществената телефонна мрежа в определено местоположение, които да са под разходите за тяхното предоставяне;
  - забрани прилагането на цени, които препятстват конкуренцията или навлизането на други предприятия на съответния пазар въз основа на оценка за наличието на ценова преса, който се разпростира до ценовите пакети, включващи достъп и повиквания;
  - продължи задължението за необосновано обвързване на услуги.
- да продължи действието на наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение да предоставя цените на регулираните електронни съобщителни услуги един месец преди тяхното публикуване, заедно с документите по тяхното ценообразуване.

В съответствие с принципа на пропорционалност, както и отчитайки бележката на Европейската комисия за прекомерна тежест на регулацията на пазарите на дребно предлага да бъде отменено действието на наложени в първия кръг на пазарния анализ задължения, както следва:

#### **На ниво предоставяне на услуги на едро:**

- задължението за прозрачност в частта му относно публикуване и актуализиране на официалната страница в интернет на БТК на финансов отчети за предоставяне при поискване от КРС на отчетът за промените в собствения капитал, отчетът за паричните потоци и приложенията към финансовия отчет.

#### **На ниво предоставяне на услуги на дребно:**

- задължението за определяне на разходоориентирани цени за повиквания и за изменението им в срокове, съответстващи на сроковете за намаляване на цените за генериране и терминиране на повиквания от/в определено местоположение на обществени телефонни мрежи;
- задължението за ценови ограничения на цените за достъп, определени като таван на цените, който може да се изменя при отчитане изменението на потребителския ценови индекс;

- задължението за симетричност на цените за повиквания към други фиксирани мрежи симетрични (еднакви) с цените, прилагани за повиквания в собствената мрежа;
- задължението за ценови ограничения за повиквания към мобилни мрежи, определени като таван на цените, който се изменя в срокове, съответстващи на сроковете за намаление на цените за терминиране на повиквания в определено местоположение на обществени телефонни мрежи и за терминиране на повиквания в индивидуални мобилни мрежи.



## 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) прилагат, са инструмент, чрез който се доразвива започналата през 1998 г. политика за либерализация на пазарите на електронни съобщения. Еднозначното провеждане на тази политика в целия ЕС е гарантирано от достиженията на правото на ЕС (*acquis communautaire*) чрез създаването на основен пакет от директиви в областта на електронните съобщения, наречен „Европейска регулаторна рамка за електронни съобщителни мрежи и услуги” (Регулаторната рамка), въз основа на която всички държави-членки на ЕС са длъжни да провеждат националната си политика в сектора.

Регулаторната рамка дава приоритет на ролята на *ex ante* регулирането на сектора с цел осигуряване на условия за развитие на конкуренцията и на прилагане на принципите на конкурентното право при определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги. Процесът на въвеждане на хармонизиран подход в регулацията на електронния съобщителен сектор изисква от държавите-членки на ЕС да съобразят регулаторните си актове с конкурентното право на ЕС, отчитайки конвергенцията на мрежите и услугите. В резултат на развитието на технологиите и конвергенцията на мрежи и услуги, секторното законодателство на ЕС е актуализирано чрез създаването на качествено нова Европейска правна и регулаторна рамка, която обхваща всички електронни съобщителни мрежи и услуги.

Прилагането на единна регулаторна политика от държавите-членки по отношение на избора на специфични задължения постигна положителен ефект върху развитието на конкуренцията. В резултат на това с 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<sup>1</sup> (Препоръка за съответните пазари от 2007 г.) се редуцира списъкът от пазари, за които Европейската комисия (ЕК) счита, че има основания да бъдат предмет на *ex ante* регулиране. От друга страна разпоредбата на чл. 15, параграф 3 на Рамковата директива дава право на националните регулаторни органи (НРО) да определят пазари, различни от посочените в Препоръката за съответните пазари в случаите, когато това е оправдано от гледна точка на националните особености на сектора и при спазване разпоредбите на чл. 6 и чл. 7 от същата директива. Разяснителната бележка съдържа мотивите на ЕК, които са довели до приемането на Препоръка за съответните пазари от 2007 г.

Насоките за извършване на пазарни анализи определят принципите, на които НРО трябва да базират определянето и анализирането 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 за извършване на пазарни анализи ЕК посочва, че публикувайки тези насоки, тя има за цел също така да разясни на заинтересованите лица и предприятията, които извършват

---

<sup>1</sup> 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

дейност в сектора на електронните съобщения, как НРО 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**

Регулаторната рамка е въведена в българското законодателство със Закона за електронните съобщения (ЗЕС), (обн. ДВ, бр. 41 от 22.05.2007 г.). Измененията в Регулаторната рамка от 2009 г. са имплементирани в националното законодателство със няколко Закона за изменение и допълнение на ЗЕС (ЗИД на ЗЕС), като последният такъв, отнасящ се за анализирания период е ЗИД на ЗЕС, Обн. ДВ бр. 105 от 2011 г., в сила от 29.12.2011 г.). Последните към настоящия момент изменения на ЗЕС са обнародвани в ДВ. бр. 38 от 2012 г., ДВ. бр. 44 от 2012 г., и ДВ. бр. 82 от 2012 г.

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 (бр. ДВ, бр. 89 от 13.11.2012 г.).

Съгласно чл. 151, ал. 1 от ЗЕС и в съответствие с правилата на Глава девета от ЗЕС, КРС периодично 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, изменя 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 чл. 15 и чл. 16 от Рамковата директива. Съгласно тези разпоредби НРО са задължени да отчитат в максимална степен Препоръката за съответните пазари от 2007 г. и Насоките за извършване на пазарни анализи, като оценката относно наличието на ефективна конкуренция на съответния пазар се определя от НРО въз основа на изготвен анализ на съответния пазар.

КРС определя, анализира и оценява съответните пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, подлежащи на ех ante регулиране съгласно Глава девета на ЗЕС и Методиката. Съгласно чл. 152, ал. 1 от ЗЕС и чл. 3, ал. 1 от Методиката КРС определя съответните пазари, върху които извършва анализ за наличието на ефективна конкуренция, съобразно списъка от пазари, посочени в Препоръката за съответните пазари от 2007 г.. КРС може да определи и други съответни пазари - обект на ех ante регулиране, различни от определените в Препоръката за съответните пазари от 2007 г., като отчита особеностите на националния пазар.

Съгласно чл. 3, ал. 2 от Методиката в процеса на определяне, анализ и оценка на съответните пазари КРС следва да се съобрази с актуалните към момента Насоки за извършване на пазарни анализи.

## **2.1. Определяне на пазарите**

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 съответния пазар има продуктово и географско измерение (чл. 152, ал. 2 от ЗЕС във връзка с чл. 4 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 ЕК посочва в Насоките за извършване на пазарни анализи, 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. 5 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 за съответните пазари от 2007 г. пазари на продукти и на услуги, НРО се ръководят от Насоките за извършване на пазарни анализи 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. 4, ал. 4 от Методиката).

Съответният географски пазар се определя при отчитане на следните два критерия (чл. 10 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 обобщоевропейски пазари, пазари, съвпадащи с територията на Европейското икономическо пространство или глобални пазари).

Съгласно разпоредбите на чл. 152, ал. 5 и 6 от ЗЕС при определяне на съответен пазар, различен от посочените в приложимия акт на ЕК, комисията се ръководи от принципите на конкурентното право и 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 за възстановяване на конкуренцията на съответния пазар.

Прилагането на тези критерии при дефиниране на съответен пазар е определено в Препоръката за съответните пазари от 2007 г. и Насоките за извършване на пазарни анализи и е въведено в българското законодателство.

Комисията може да не извършва анализ на съответен пазар, посочен в приложим акт на ЕК, когато установи, че поне един от критериите по чл. 152, ал. 5 от ЗЕС не е изпълнен.

## **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. 51 от Допълнителните разпоредби на ЗЕС, чл. 14, параграф 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, но този критерий не е определящ. В т. 78 от Насоките за извършване на пазарни анализи 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 за извършване на пазарни анализи. 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, 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. 31 от Методиката. При определяне на дадени предприятия като предприятия със съвместно значително въздействие върху пазара КРС взема предвид всички или някои от критериите по чл. 32 от Методиката.

Съгласно чл. 16, параграф 4 от Рамковата директива, в случай, че дадено предприятие бъде определено като предприятие със значително въздействие върху пазара, НРО следва да наложи поне едно регулаторно задължение на предприятието, определено като притежаващо значително въздействие върху съответен пазар.

Съгласно чл. 30, т. 4 и чл. 150, ал. 1 от ЗЕС, КРС е компетентният орган, който може да налага специфични задължения 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, ал. 1 и ал. 2 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 измени (чл. 156, ал. 1 и ал. 2 от ЗЕС).

#### **4. Обхват на документа**

Документът разглежда състоянието на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. В него на база анализ на минал период от три години (2009 – 2011 г.) е извършена оценка на нивото на конкуренцията на съответните пазари и е направена прогноза за бъдещото им развитие за период от три години напред.

**III. Обществено обсъждане и консултации с Европейската комисия и с  
Органа на европейските регулатори в областта на електронните  
съобщения. Сътрудничество с Комисията за защита на конкуренцията**

#### **IV. Развитие на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в периода 2009 – 2011 г.**

В настоящия раздел КРС разглежда състоянието и развитието на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в периода 2009 – 2011 г., посочва предприятията, които осъществяват дейност на този пазар и предоставя основна информация по отношение на тази дейност. Съответните пазари, явяващи се съставни елементи на цялостния пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, са определени и анализирани в раздел V и раздел VI на настоящия документ.

Съгласно т. 41 от Допълнителните разпоредби на ЗЕС „Обществена телефонна услуга” е обществена електронна съобщителна услуга за осъществяване на изходящи и входящи повиквания, пряко или непряко, на национални или национални и международни повиквания чрез номер или номера в национален или международен телефонен номерационен план<sup>2</sup>. Други дефиниции, пряко свързани с разглежданите в настоящия документ пазари, са:

- „Фиксирана телефонна услуга” – обществена телефонна услуга с определено качество, предоставяна между фиксирани крайни точки на обществена електронна съобщителна мрежа<sup>2</sup>;

- „Крайна точка на електронната съобщителна мрежа (КТМ)” - физическата точка, в която абонатът получава достъп до обществена електронна съобщителна мрежа. Когато мрежите включват комутация или маршрутизация, КТМ се идентифицира с определен мрежов адрес, който може да бъде свързан с номер или име на абоната<sup>3</sup>;

- „Географски номер” – 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<sup>4</sup>;

- „Негеографски номер” – номер от Националния номерационен план, който не е географски и не е обвързан с географско място като номера за мобилни услуги, безплатни телефонни услуги, услуги с добавена стойност и други<sup>5</sup>;

- „Повикване” – свързване, осъществено чрез обществена електронна съобщителна услуга, позволяващо двупосочни гласови съобщения<sup>6</sup>;

- „Избор на оператор за всяко повикване” – услуга, която позволява абонат на едно предприятие да избере друго предприятие за осъществяване на някои от своите повиквания, чрез избиране на код за избор на оператор;

- „Избор на оператор на абонаментна основа” – услуга, която позволява на абонат на едно предприятие да избере предварително друго предприятие за осъществяване на някои от своите повиквания, без да е необходимо да избира код за избор на оператор.

От посочените дефиниции може да бъде направен изводът, че като част от пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, могат да

---

<sup>2</sup> ЗЕС, Допълнителни разпоредби § 1, т. 77

<sup>3</sup> ЗЕС, Допълнителни разпоредби § 1, т. 27

<sup>4</sup> ЗЕС, Допълнителни разпоредби, § 1, т. 6

<sup>5</sup> ЗЕС, Допълнителни разпоредби, § 1, т. 33

<sup>6</sup> ЗЕС, Допълнителни разпоредби § 1, т. 47

бъдат разглеждани електронни съобщителни услуги, които отговарят на следните характеристики:

1. Обмяната на съобщения да се осъществява пряко или непряко (да бъдат спазени изискванията за качество на услугата, стандарти и технически спецификации);

2. Мрежата да предоставя възможност за осъществяване на национални и международни повиквания;

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

Последното от изредените условия е свързано с ползването на ограничен ресурс – номера от Националния номерационен план на Република България (ННП), предоставяни от КРС на предприятията, осъществяващи електронни съобщения, след издаване на съответно разрешение. Правилата за ползване, разпределение и първично и вторично предоставяне за ползване, резервиране и отнемане на номера, адреси и имена са регламентирани в Наредба № 1 от 2010 г. за правилата за ползване, разпределение и процедурите по първично и вторично предоставяне за ползване, резервиране и отнемане на номера, адреси и имена (изм. и доп. – ДВ, бр. 74 от 2012 г., в сила от 28.09.2012 г.) (Наредба за номерата). Съгласно Наредбата за номерата, КРС предоставя за ползване на предприятията два типа национално значими номера от ННП – с географски и с негеографски национални кодове за направление. Обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за реализиране на входящи и изходящи национални и международни повиквания, се осъществяват посредством национално значими номера с географски код за направление от ННП. С измененията на Наредба № 1, в сила от 28.09.2012 г. се регламентира възможността предприятията, получили разрешение да ползват първично предоставени номера да предоставят вторично групи от номера на друго предприятие, което няма разрешение за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера и е подало уведомление до комисията за намерението си да осъществява дейност по препродажба на услугите, предоставяни чрез съответните номера<sup>7</sup>. Обществени телефонни услуги могат да се предоставят в определено местоположение и чрез услугата „избор на оператор“, като за тази цел КРС издава на съответното предприятие разрешение за ползване на код за избор на оператор.

Друго изменение на нормативни текстове, които имат отношение към обществената телефонна услуга е изменението на ЗЕС (изм. ДВ. бр.105 от 29.12.2011 г.) и по-специално текстове от Глава четиринадесета „Защита интересите на крайните потребители“. С допълненията на чл. 226 от ЗЕС се въвежда задължението предприятията, предоставящи електронни съобщителни услуги да предлагат на потребителите възможност за сключване на договор с първоначален срок не по-дълъг от две години<sup>8</sup>, както и да предлагат на потребителите възможност да сключат договор със срок до една година<sup>9</sup>. С новия чл. 229а от ЗЕС се забранява автоматичното продължаване на срочни договори без изричното писмено съгласие на абоната относно условията за продължаване. При липсата на такова съгласие, след изтичане срока на договора, той се преобразува в безсрочен при същите условия, като абонатът има право да прекрати безсрочния договор с едномесечно предизвестие, без да дължи неустойки за това. Тези изменения на ЗЕС, целят защита на правата на крайните потребители и улесняват,

<sup>7</sup> Съгласно чл. 43а, ал. 1 от Наредба № 1 от 22 юли 2010 г. за правилата за ползване, разпределение и процедурите по първично и вторично предоставяне за ползване, резервиране и отнемане на номера, адреси и имена (загл. доп. - ДВ, бр. 74 от 2012 г., в сила от 28.09.2012 г.)

<sup>8</sup> Чл. 226, ал. 4 от ЗЕС

<sup>9</sup> Чл. 226, ал. 5 от ЗЕС



абонатите на фиксирана телефонна услуга при смяната на доставчика на услугата (преносимост на номера), както и ограничават правните възможности за задържане на абонатите в мрежата на съответното предприятие.

## **1. Предприятия, предоставящи обществени телефонни услуги в определено местоположение**

Дейността по предоставянето на обществени телефонни услуги в определено местоположение се осъществява въз основа на издадено от КРС разрешение, тъй като е свързана с използването на индивидуално определен ограничен ресурс. Предприятията, предоставящи обществена телефонна услуга в определено местоположение осъществяват дейност въз основа на разрешение за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера, за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана телефонна услуга. Предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор”, осъществяват дейност въз основа на разрешение за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера, за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор”.

В периода след първия кръг на анализ на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение до края на 2011 г. броят на предприятията, които са оторизирани да предоставят обществени телефонни услуги чрез фиксирана мрежа и/или услугата „избор на оператор” се е увеличил с 18 (осемнадесет), като половината от тях са получили разрешения през 2011 г. В същото време са прекратени лицензиите или са отнети разрешенията на 4 (четири) предприятия – „НЕТПЛЮС” ООД, „НОВО” ЕООД, „БЪЛГАРИЯ ТЕЛЕКОМ НЕТ” АД и „ТРАНС ТЕЛЕКОМ” АД. По искане на едно предприятие – „АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК” АД, считано от 31.12.2010 г., е прекратено действието на разрешение № 01338/23.12.2008 г. за предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор”.

В разглеждания период бяха осъществени две сливания на предприятия, опериращи на пазара на обществени телефонни услуги в определено местоположение.

Първото бе между две от най-големите конкурентни предприятия, предоставящи фиксирани телефонни услуги (чрез покупка на „ОРБИТЕЛ” ЕАД от „МАДЯР ТЕЛЕКОМ” и „СПЕКТЪР НЕТ” АД), като през 2010 г. „МОБИЛТЕЛ” АД, един от трите мобилни оператора в страната, придоби контрола върху „СПЕКТЪР НЕТ” АД. През месец ноември 2012 г., съответно е извършено вписване в Търговския регистър на преобразуване чрез вливане в „МОБИЛТЕЛ” ЕАД на „СПЕКТЪР НЕТ” АД и „МЕГАЛАН НЕТУЪРК” ЕАД.

Консолидирането на предприятията „ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ” ЕООД и „КЕЙБЪЛТЕЛ” ЕАД, които от края на 2010 г. започнаха да оперират под търговската марка БЛИЗУ („БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” ЕАД), е второто осъществено сливане през разглеждания период.

Едно от предприятията, получили през 2011 г. разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа и предоставяне

на фиксирана телефонна услуга – „БЪЛГАРСКИ ТЕЛЕКОМ И ТЕЛЕВИЗИЯ” АД<sup>10</sup> е основано в края на 2010 г. и обединява няколко регионални доставчици на интернет и телевизия.

През 2011 г. КРС издаде разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана телефонна услуга на 9 (девет) предприятия, като на едно от тях – „НЕТУЪРКС – БЪЛГАРИЯ” ЕООД е издадено и разрешение за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор”.

В съответствие с издадените разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера от ННП, предприятията, които имат предоставени географски номера от ННП са 30 (тридесет) на брой. „ИНФОХЕЛП” ЕООД и „ТЕЛЕДАТА” АД имат предоставени единствено негеографски номера с обхват 118 за предоставяне на справочни услуги, а „ТЕКСБРИДЖ ТЕЛЕКОМ СЪРВИСИЗ” ЕООД и „ТЕРА КОМЮНИКЕЙШЪНС” АД – номера с формат 90SXYZZZ за достъп до национални негеографски услуги – услуги с добавена стойност. На „БТК НЕТ” ЕООД е предоставен код за достъп до електронни съобщителни мрежи, чрез който се предоставя услугата "достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата избор на оператор". В резултат, броят на предприятията, включително историческото предприятие, които притежават разрешения да предоставят фиксирана телефонна услуга и достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор” достига 35 (тридесет и пет).

В таблица 1 е приложен списък на предприятията, които имат разрешения да предоставят фиксирана телефонна услуга, както и първично предоставен индивидуално определен ограничен ресурс – географски номера от ННП, в периода 2009 – 2011 г., като са отбелязани тези, които са осъществявали дейност през съответните години.

---

<sup>10</sup> <http://btt.bg/history/>; <http://btt.bg/partners/>

Таблица 1

**Справка за предприятия с предоставени разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана телефонна услуга в периода 2009 – 2011 г.**

| Наименование на предприятието              | 2009 г.     |           | 2010 г.     |           | 2011 г.     |           |
|--------------------------------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
|                                            | оторизирани | действащи | оторизирани | действащи | оторизирани | действащи |
| Общ брой:                                  | 21          | 17        | 24          | 20        | 30          | 21        |
| "АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК" АД                      | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД" ЕАД*           |             |           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "БУЛСАТКОМ" АД                             |             |           | ✗           |           | ✗           |           |
| "БЪЛГАРСКА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ" АД | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "БЪЛГАРСКИ ТЕЛЕКОМ И ТЕЛЕВИЗИЯ" АД         |             |           |             |           | ✗           |           |
| "ВАРНА НЕТ" ООД                            | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ВЕСТИТЕЛ БГ" АД                           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ВИМОБАЙЛ" АД                              |             |           |             |           | ✗           |           |
| ВОКСБОУН ЕС ЕЙ (VOXBONE S.A./N.V.)         |             |           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ГЛОБЪЛ КОМЮНИКЕЙШЪН НЕТ" АД               | ✗           |           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ" АД                 | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ" ЕООД*  | ✗           | ☑         |             |           |             |           |
| "ЕСКОМ" ООД                                |             |           | ✗           |           | ✗           |           |
| "ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ" АД   | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ИНТЕРБИЛД" ООД                            | ✗           |           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ИНТЕРУУТ БЪЛГАРИЯ" ЕАД                    | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "КЕЙБЪЛТЕЛ" ЕАД*                           | ✗           | ☑         |             |           |             |           |
| "ИП ЛЪРЛД КОМЮНИКЕЙШЪНС" ЕООД              |             |           |             |           | ✗           |           |
| "КАБЕЛ САТ-ЗАПАД" ООД                      |             |           | ✗           |           | ✗           |           |
| "КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД                | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "МОБИЛТЕЛ" ЕАД                             | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ" ЕАД                     | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "НЕТ 1" ЕООД                               |             |           |             |           | ✗           |           |
| "НЕТ ИС САТ" ООД                           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "НЕТ-КЪНЕКТ ИНТЕРНЕТ" ЕООД                 |             |           |             |           | ✗           | ☑         |
| "НЕТУЪРКС-БЪЛГАРИЯ" ЕООД                   |             |           |             |           | ✗           |           |
| "НЕТФИНТИ" ЕООД                            | ✗           |           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ОРБИТЕЛ" ЕАД                              | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "СКАТ ТВ" ООД                              | ✗           |           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "СПЕКТЪР НЕТ" ЕАД                          | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ТЕЛЕКАБЕЛ" АД                             |             |           |             |           | ✗           |           |
| "ТЕЛЕКОМ 1" ООД                            | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ТРАНС ТЕЛЕКОМ" АД**                       | ✗           | ☑         | ✗           |           |             |           |

**Източник: КРС**

Забележки:

С Решение № 440 от 15 май 2009 г. КРС прекрати индивидуална лицензия № 116А-03212/23.11.2005 г. за осъществяване на далекосъобщения чрез обществена фиксирана далекосъобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана телефонна услуга, издадена на „НОВО“ ЕООД; С Решение № 689 от 16 юли 2009 г., КРС отне разрешение № 01383/08.04.2008 г., издадено на „БЪЛГАРИЯ ТЕЛЕКОМ НЕТ“ АД за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера, за осъществяване на електронни съобщения чрез електронна съобщителна мрежа и предоставяне на фиксирана телефонна услуга.

\* През 2010 г. „КЕЙБЪЛТЕЛ“ ЕАД се вля в „ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ“ ЕООД, което впоследствие се преобразува чрез промяна на правната форма в „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД“ ЕАД.

\*\* „ТРАНС ТЕЛЕКОМ“ АД не е предоставило отчет в КРС за осъществяваната от предприятието дейност през 2010 г. С Решение № 814 от 18.08.2011 г. КРС отне разрешение № 01331/19.12.2008 г., издадено на „ТРАНС ТЕЛЕКОМ“ АД.

Предприятията, предоставили информация в КРС, според която са осъществявали дейност по предоставянето на достъп до обществени телефонни услуги чрез географски номера през 2011 г. са: „АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК“ АД, „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД“ АД, „БЪЛГАРСКА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ“ АД, „ВАРНА НЕТ“ ООД, „ВЕСТИТЕЛ БГ“ АД, „ГЛОБЪЛ КОМЮНИКЕЙШЪН НЕТ“ АД, „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ“ АД, „ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ“ АД, „ИНТЕРБИЛД“ ООД, „ИНТЕРУУТ БЪЛГАРИЯ“ ЕАД, „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ“ ЕАД, „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД, „НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ“ ЕАД, „НЕТ ИС САТ“ ООД, „НЕТФИНИТИ“ ЕООД, „ОРБИТЕЛ“ ЕАД, „СКАТ ТВ“ ООД<sup>11</sup>, „СПЕКТЪР НЕТ“ ЕАД и „ТЕЛЕКОМ 1“ ООД.

В таблица 2 са представени предприятията, които имат разрешения да предоставят достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор“ в периода 2009 – 2011 г., като са отбелязани тези, които са осъществявали дейност през съответните години.

**Таблица 2**

**Справка за предприятията с предоставени разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа за предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор“ в периода 2009 – 2011 г.**

| Наименование на предприятието                    | 2009 г.     |           | 2010 г.     |           | 2011 г.     |           |
|--------------------------------------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
|                                                  | оторизирани | действащи | оторизирани | действащи | оторизирани | действащи |
| <b>Общ брой:</b>                                 | <b>11</b>   | <b>7</b>  | <b>11</b>   | <b>6</b>  | <b>9</b>    | <b>5</b>  |
| "АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК" АД                            | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |             |           |
| "КЕЙБЪЛТЕЛ" ЕАД/"БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД" ЕАД* | ✗           |           | ✗           |           |             |           |
| "БТК НЕТ" ЕООД                                   | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ВЕСТИТЕЛ БГ" АД                                 | ✗           |           | ✗           |           | ✗           |           |
| "ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ" АД                       | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ" АД         | ✗           |           | ✗           |           | ✗           | ☑         |
| "КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД                      | ✗           |           | ✗           |           | ✗           |           |
| "НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ" ЕАД                           | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           |           |
| "НЕТУЪРКС-БЪЛГАРИЯ" ЕООД                         |             |           |             |           | ✗           |           |
| "ОРБИТЕЛ" ЕАД                                    | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "СПЕКТЪР НЕТ" ЕАД                                | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         | ✗           | ☑         |
| "ТРАНС ТЕЛЕКОМ" АД**                             | ✗           | ☑         | ✗           |           |             |           |

**Източник: КРС**

<sup>11</sup> По искане на „СКАТ ТВ“ ООД с Решение № 355/01.03.2012 г. КРС прекрати действието на разрешение № 01376/26.03.2009 г. на предприятието за предоставяне на обществена телефонна услуга чрез географски номера.

*\* През 2010 г. „КЕЙБЪЛТЕЛ” ЕАД се вля в „ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ” ЕООД, което впоследствие се преобразува чрез промяна на правната форма в „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” ЕАД.*

*\*\* „ТРАНС ТЕЛЕКОМ” АД не е предоставило отчет в КРС за осъществяваната от предприятието дейност през 2010 г. С Решение № 331/31.03.2011 г. КРС прекратява действието на разрешение № 01332/19.12.2008 г., издадено на „ТРАНС ТЕЛЕКОМ” АД.*

Видно от представената в таблицата по-горе информация, през 2011 г. намалява и броят на предприятията, които са оторизирани да предоставят услугата достъп до обществена телефонна мрежа чрез услугата „избор на оператор”. Действията на разрешенията на „АЙ ТИ ДИ НЕГУЪРК” АД и „ТРАНС ТЕЛЕКОМ” АД са прекратени по искане на самите предприятия. По данни от въпросника за отчет на дейността по предоставянето на фиксирана телефонна услуга през 2011 г. на „БТК НЕТ” ЕООД, през 2011 г. предприятието е осъществявало дейност по предоставяне на услугата „избор на оператор”, но към 31.12.2011 г. няма абонати на тази услуга.

## **2. Предоставяни обществени телефонни услуги**

Най-общо услугите на дребно са предоставяне на достъп на потребителя до обществена фиксирана мрежа и предоставяне на възможност за осъществяване на повиквания. Видовете повиквания, които потенциално всеки краен потребител (домашен или бизнес) би могъл да извърши от определено местоположение на обществена телефонна мрежа, са следните:

- повиквания в рамките на една мрежа;
- повиквания към други обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят услуги в определено местоположение;
- повиквания към мобилни наземни мрежи;
- повиквания към мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA);
- международни повиквания;
- повиквания към номера за комутируем достъп до интернет;
- повиквания с цел пренос на факсимилни съобщения;
- повиквания към негеографски номера за достъп до услуги.

Чрез услугата „избор на оператор”, абонатите на историческото предприятие могат да изберат алтернативно предприятие, чрез мрежата на което да осъществят следните видове повиквания<sup>12</sup>:

- селищни повиквания;
- междуселищни повиквания;
- повиквания към мобилни наземни мрежи
- повиквания към мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA);

---

<sup>12</sup> Правила за условията и реда за предоставяне на услугата „избор на оператор”, приети с Решение на КРС № 2222 от 28.10.2008 г., обн., ДВ, бр. 98 от 14.11.2008 г., изм. ДВ, бр. 34 от 29.04.2011 г.

- международни повиквания;
- повиквания към негеографски номера за предоставяне на услуги.

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

Данните на предприятията, предоставящи достъп до обществени телефонни услуги чрез фиксирани мрежи в разглежданите периоди на първия кръг на анализ и на настоящия анализ, показват различни тенденции на изменение на общия брой фиксирани телефонни постове. В периода 2005 – 2007 г. общият брой на фиксираните телефонни постове намалява годишно с около 4%, а за целия период намалението е с 8%. Видно от фигурата по-долу в периода на настоящия пазарен анализ (2009 – 2011 г.) се наблюдава увеличение на стойността на наблюдавания показател. През 2010 г. ръстът е 2% спрямо 2009 г., а през 2011 г. – 6% спрямо 2010 г., като общият брой на постове през 2011 г. се доближава до отчетената през 2007 г. стойност.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

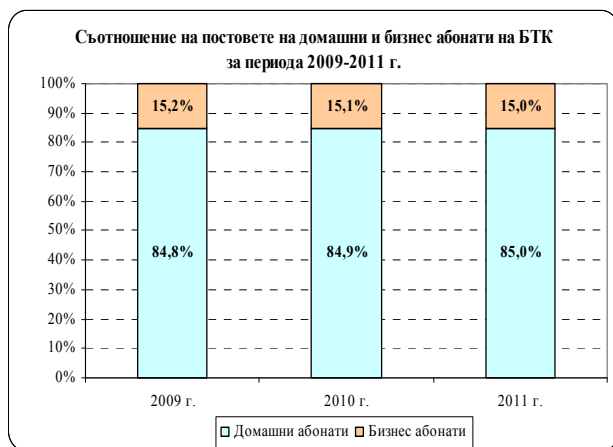
**Фигура 1**

Увеличението на общия брой на фиксираните телефонни постове през последните две години се дължи на нарастването на броя на фиксираните телефонни постове на алтернативните предприятия, което е в резултат на все по-широкото разпространение на пакетни услуги, включващи фиксирана телефонна услуга и на увеличения брой на абонатите на фиксирана телефонна услуга с достъп чрез мобилни мрежи. Развитието на пакетните услуги и на фиксирани гласови услуги, предоставяни чрез мобилна мрежа е разгледано подробно в т. 5 и т. 6 от настоящия раздел.

По отношение на броя на абонатите на услугата „избор на оператор” е регистрирано изменение, противоположно на отчетеното изменение при общия брой на

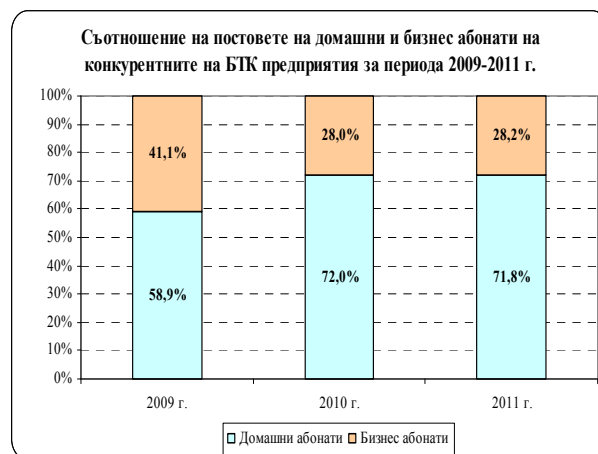
фиксираните телефонни постове. Въпреки ограниченото ползване на услугата като цяло, в периода на първия кръг на анализ дялът на фиксираните телефонни постове на абонатите, които ползват услугата се увеличава от 0,1% през 2005 г. на 0,4% през 2007 г. През 2008 г. и 2009 г. този дял достига 0,6%, след което намалява до 0,2% през 2010 г. и 0,1% през 2011 г. Това се дължи както на преустановената дейност от страна на част от предприятията, предоставящи тази услуга (виж Таблица 2), така и на намаляващия брой на абонатите, които я ползват.

При разпределението на фиксираните телефонни постове на домашни абонати и бизнес абонати в разглежданите периоди на двата кръга на пазарния анализ се наблюдава изменение най-вече при съотношението между постове на домашни и служебни абонати на конкурентните на БТК предприятия. Докато през първия кръг на пазарен анализ съотношението на фиксираните телефонни постове на домашни абонати и на бизнес абонати е 30,3 към 69,7, през 2010 г. и 2011 г. 72% от фиксираните телефонни постове на конкурентните на БТК предприятия са на домашни абонати (фиг. 3).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 2



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 3

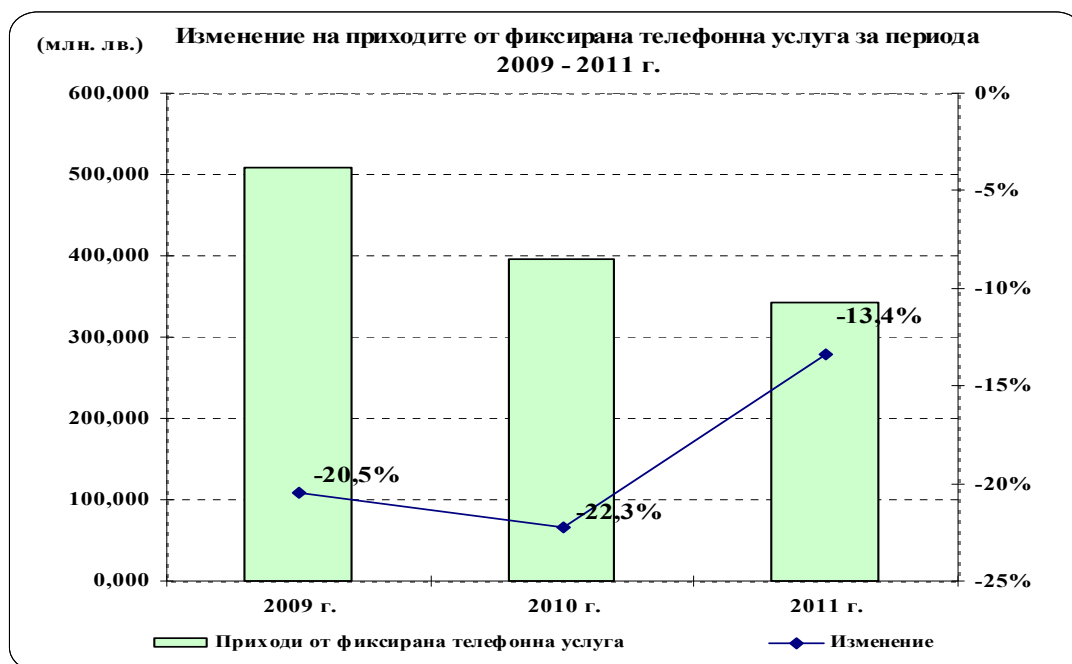
За БТК това съотношение остава почти непроменено – дялът на домашните абонати на историческото предприятие е 85,3% през 2007 г., а в края на 2011 г. е 85,0% (фиг. 2).

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

Към края на 2011 г. приходите от предоставяне на обществени телефонни услуги в определено местоположение<sup>13</sup> възлизат на 342,0 млн. лв. и намаляват с 13,4% спрямо

<sup>13</sup> За целите на пазарния анализ са използвани приходите от предоставяне на фиксирана телефонна услуга чрез географски номера и услугата „избор на оператор“. Включени са приходите от предоставяне на достъп до фиксирана телефонна услуга (вкл. частта от абонаментните приходи от пакета, които се отнасят до гласовата телефонна услуга, включена в пакетни услуги), трафични и други приходи от абонати на дребно, приходите от услуги на едро при взаимно свързване, като са взети предвид приходите, реализирани от предоставяне на услугата „международен транзит“ след приспадане на разходите за терминиране на трафика. Не са включени приходите от предоставяне на достъп до

предходната година. Видно от информацията, представена на фигурата по-долу, намалението на реализираните приходи през 2009 г. спрямо 2008 г. и през 2010 г. спрямо 2009 г. е над 20%, като за разглеждания период (2011 г. спрямо 2009 г.) спадът е с общо 32,7%.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 4**

Съпоставянето на темповете на изменение на приходите от предоставяне на обществени телефонни услуги в определено местоположение, отчетени за периода 2009 – 2011 г. и за периода на предишния кръг анализи показва, че за разглеждания тригодишен период от първия кръг на анализа (2007 г. спрямо 2005 г.) темповете на намаление на приходите са значително по-слаби. Спадът за целия период 2005 – 2007 г. е 15,4%, а годишното намаление е 8,3% през 2006 г. спрямо 2005 г. и 7,7% през 2007 спрямо 2006 г.<sup>14</sup>.

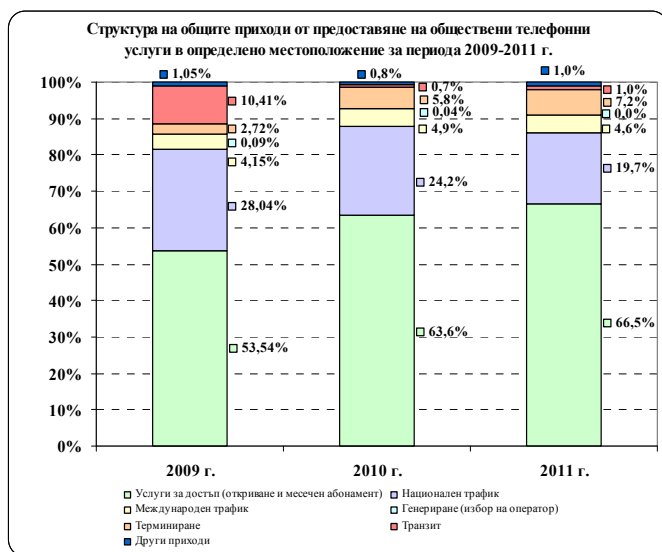
За разглеждания в настоящия анализ период, най-чувствително, в абсолютна стойност намаляват приходите на дребно, реализирани от месечни абонаменти и от проведените от абонатите телефонни повиквания през 2010 г. и 2011 г. Процентното намаление на тези приходи е съответно: при месечните абонаменти – със 7,7% през 2010 г. спрямо 2009 г. и с 9,5% през 2011 г. спрямо 2010 г., а при приходите на дребно от осъществени повиквания – с 29,8% през 2010 г. спрямо 2009 г. и с 27,4% през 2011 г. спрямо 2010 г.

На фигурите, по-долу, е представено разпределението на общите приходи от предоставяне на обществено достъпни телефонни услуги в периода 2009 – 2011 г., както и структурата на реализираните от БТК и от алтернативните предприятия приходи за 2011 г.

канална мрежа, приходите от колокиране и други форми на съвместно ползване, извън случаите на взаимно ползване.

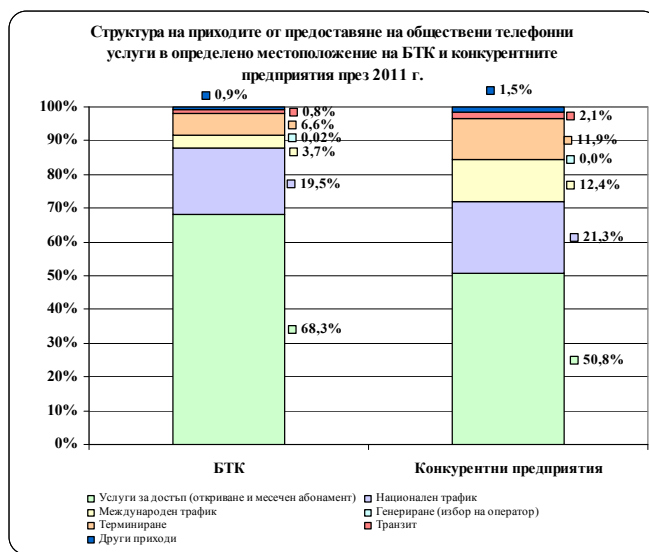
<sup>14</sup> Данните за периода 2005 – 2007 г. са преизчислени за целите на сравнение на изменението в приходите през двата периода





Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 5



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 6

Видно от информацията, представена на фигура 5, делът на приходите от предоставяне на достъп в общите приходи от предоставяне на фиксирана услуга надхвърля половината от обема на реализираните приходи през 2011 г. и се увеличава в разглеждания период, въпреки отчетеното намаление в абсолютна стойност на приходите от достъп, в частност от месечни абонаменти.

Докато в края на периода, обхванат в първия кръг на анализа на пазарите на достъп и обществено достъпни телефонни услуги, основна част от приходите както на БТК, така и на конкурентните предприятия се формира от приходите на дребно от национален и международен трафик, то през 2011 г. над половината от реализираните приходи са от услуги за достъп – инсталационни такси и месечни абонаменти. Това се дължи на все по-разпространеното предлагане на абонаментни планове и пакети с включени минути за телефонни повиквания. Данните, подадени от предприятията показват, че през 2010 г. и 2011 г. около половината от обема трафик, генериран от абонатите на фиксирана телефонна услуга, са минути, включени в месечните абонаменти.

Както вече беше посочено по-горе, използването на услугата достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор“ от абонатите на фиксирана телефонна услуга е незначително. Приходите на дребно от предоставянето на услугата намаляват с 59,9% през 2011 г. спрямо 2010 г., а за целия разглеждан период намалението е с 64,1%. Делът на тези приходи представлява между 0,6% през 2009 г., 0,7% през 2010 г. и 0,3% през 2011 г. от общите приходи на дребно от предоставяне на фиксирана телефонна услуга. За сравнение през 2007 г. делът на приходите на дребно от тази услуга възлиза на 1,2% от общите приходи на дребно.

## **5. Развитие на пакетни услуги с фиксирана телефонна услуга**

В периода 2009 – 2011 г. на българския пазар на обществени електронни съобщения се наблюдава бързо развитие на пакетните услуги, в това число пакетните услуги с включена фиксирана телефонна услуга и обществени електронни услуги от различни пазари<sup>15</sup> (пакетни услуги).

Важна роля за това развитие имат както потребителите, които предпочитат пакетните услуги заради по-добрите ценови условия, които им се предлагат и възможността да контактуват с един доставчик, така и предприятията, насочващи инвестициите си към изграждането на мрежи от следващо поколение, чрез които е възможно предоставянето на конвергентни услуги, което води до обогатяване на предлагания от тях асортимент и удовлетворяване на нарастващите нужди на абонатите.

През 2011 г. относителният дял на приходите от предоставяне на пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга в общия обем на пазара на електронни съобщения в България представлява 3,9%, като се отчита увеличение с 3,4 процентни пункта спрямо 2009 г. Относителният дял на броя абонати на тези услуги в общия брой абонати на фиксирана телефонна услуга също бележи ръст – 20,7 процентни пункта за разглеждания период (2009 – 2011 г. ), като достига 27,6%.

Предвид бързото развитие на пакетните услуги и все по-силното им въздействие върху всички сегменти на пазара на електронни съобщения, КРС счита, че с оглед изчерпателна оценка и анализ на пазарите на дребно, следва да отчете не само развитието на самостоятелно предоставяните услуги за достъп и повиквания, но и влиянието на пакетните услуги, включващи фиксирани телефонни услуги.

### **5.1. Предприятия и видове пакети с фиксирани телефонни услуги**

В периода 2009 – 2011 г. броят на предприятията, предоставящи пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга от 11 е намалял на 9. Изменението е вследствие както на консолидиране на две предприятия през 2010 г., така и на преустановяване на дейността на едно от тях<sup>16</sup>. Предприятията, които през 2011 г. предлагат пакетни услуги с включена фиксирани телефонни услуги са: „АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК“ АД, „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД“ ЕАД, БТК, „ВАРНА НЕТ“ ООД, „ВЕСТИТЕЛ БГ“ АД, „ИНТЕРБИЛД“ ООД, „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД, „НЕКСКОМ – БЪЛГАРИЯ“ ЕАД и „НЕТ ИС САТ“ ООД.

Развитието на сектора на електронните съобщения през последните години, доведе до разнообразяването на пакетните услуги с включена фиксирана телефонна услуга, които предприятията предлагат на своите абонати. Докато през 2009 г. потребителите са имали възможност да избират между 5 вида пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга (в т.ч. двойни: „фиксирана телефонна услуга и достъп до интернет“, „фиксирана телефонна услуга и телевизия“ и „фиксирана телефонна услуга и мобилна гласова услуга“; тройни: „фиксирана телефонна услуга, мобилна гласова услуга и достъп до интернет“ и „фиксирана телефонна услуга, достъп до интернет и

<sup>15</sup> Мобилна гласова услуга, достъп до интернет, телевизия.

<sup>16</sup> През 2010 г. дружеството „КЕЙБЪЛТЕЛ“ ЕАД се влива в дружеството „ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ“ ЕООД, чийто правоприемник е „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД“ ЕАД. С Решение № 331/31.03.2011 г. КРС прекратява действието на разрешение № 01332/19.12.2008 г., издадено на „ТРАНС ТЕЛЕКОМ“ АД.

телевизия”), то през 2011 г. към тях е добавена възможност за ползване и на троен пакет „фиксирана телефонна услуга, мобилна гласова услуга и телевизия” и четворен пакет „фиксирана телефонна услуга, мобилна гласова услуга, интернет и телевизия”. Двойни пакетни услуги се предоставят от всички изброени по-горе предприятия. От тях 4 предоставят и тройни, а две - тройни и четворни пакетни услуги.

През 2011 г. най-търсен е двойният пакет „фиксирана телефонна услуга и мобилна гласова услуга”, който се ползва от 50,6% от абонатите на пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга. На второ място се подрежда тройната пакетна услуга „фиксирана телефонна услуга, достъп до интернет и телевизия”, ползван от 24,5% от абонатите, следван от двойният пакет „фиксирана телефонна услуга и достъп до интернет” – с 14,3% от абонатите на пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга.

## **5.2. Абонати**

Към 31.12.2011 г. абонатите на пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга достигат 630 хил.<sup>17</sup>, което е увеличение с повече от 4 пъти спрямо 2009 г., когато броят на тези потребители е бил 147 хил. Неколкократното увеличение на броя на абонатите на пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга води и до запазване на тенденцията за увеличаване на броя на абонатите на фиксираната телефонна услуга, който към края на 2011 г. достига 2 285 773 и бележи ръст с 6,5% спрямо 2009 г.

Към края на 2009 г. относителният дял на потребителите на фиксирана телефонна услуга в пакет, спрямо общия брой на потребителите на пакетни услуги е 51,3%, като в края на периода – 2011 г. намалява с 11 процентни пункта и достига 39,7%. Въпреки отчетеният спад при този показател, данните по-долу показват, че потребителите все повече предпочитат използването на фиксирана телефонна услуга в пакет, отколкото самостоятелна<sup>18</sup> такава.

На фигура 7 е представено изменението на разпределението<sup>19</sup> на абонатите, ползващи фиксирана телефонна услуга в пакет и абонатите, ползващи самостоятелно фиксирана телефонна услуга за периода 2009 – 2011 г.

---

<sup>17</sup> Съгласно данни, подадени в КРС с годишни въпросници за отчет на дейност на предприятията.

<sup>18</sup> Под самостоятелно използване на фиксирана телефонна услуга или самостоятелна телефонна услуга се има в предвид услуга за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предлаган самостоятелно или в пакет с включени минути за телефонни повиквания.

<sup>19</sup> При изчисляване на разпределението са използвани данни, подадени в КРС с годишни въпросници за отчет на дейност на предприятията. За 2009 г. са използвани данни за брой абонатни линии (абонати), тъй като в годишния въпросник за съответната година не е присъствал показателят „брой абонати”.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 7**

На фигури 8 и 9 е представено изменението на разпределението на абонатите на БТК и на алтернативните предприятия, ползващи фиксираната телефонна услуга в пакет и абонатите, ползващи самостоятелно фиксираната телефонна услуга за периода 2009 – 2011 г.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 8**



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 9**

Данните, представени на горните две фигури ясно показват, че броят на абонатите на историческото предприятие, ползващи фиксирана телефонна услуга в пакет, макар за периода на анализа 2009 – 2011 г. да се е увеличил с 6,8 процентни пункта, все още представлява малък процент спрямо общия брой на абонатите на БТК.

При конкурентните предприятия тенденцията, която се наблюдава е обратна. Ако през 2009 г. съотношението между абонатите на пакетни услуги с фиксирана телефонна услуга и абонатите на самостоятелна услуга е почти 50 на 50, то през 2011 г. ясно се вижда, че броят на абонатите на пакетни услуги с фиксирана телефонна услуга е значително по-голям от броя на абонатите на самостоятелна услуга. Това се дължи преди всичко на увеличения брой на абонатите на двойния пакет – фиксирана телефонна услуга и мобилна гласова услуга – повече от 6 пъти за периода 2009 – 2011 г., предлагана от конкурентните предприятия.

На фигура 10 е представено изменението на показателя „проникване по население”<sup>20</sup>, както общо за фиксираната телефонна услуга, така и за фиксираната телефонна услуга ползвана в пакет с други услуги или самостоятелно.



**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 10**

Въпреки бързото развитие на пакетните услуги, в това число на тези с фиксирана телефонна услуга, проникването на фиксирана телефонна услуга по население все още остава ниско (31,2%). За периода 2009 – 2011 г. се отчита увеличение с 6,7 процентни пункта на показателя „проникване по население” за пакетните услуги с включена фиксирана телефонна услуга, предлагани на българския пазар на електронни съобщения, на което се дължи и плавното увеличение на проникването по население на ползването на фиксираната телефонна услуга.

Видно от данните, представени на фигури 7 и 10, потребителите все повече предпочитат да използват фиксирана телефонна услуга в пакет с други услуги пред тази, предлагана като самостоятелна услуга като през следващите години се очаква тази тенденция да продължи.

<sup>20</sup> Данните за броя на населението са с източник НСИ.

### 5.3. Приходи

Приходите от фиксирана телефонна услуга, включена в пакет трудно биха могли да бъдат оценени, тъй като ценообразуването на един пакет зависи от множество фактори. Всяко едно предприятие определя цената на предлаганите от него пакетни услуги, използвайки различни подходи, съобразно тежестта на услугите, включени в пакета. Ето защо не е възможно да се приложи единен подход и да се отделят само приходите, съответстващи на фиксираната гласова услуга, включена в пакета.

За да може да се проследи тенденцията на показателя приходи от пакетни услуги с фиксирана телефонна услуга, по-долу е представена информация за реализираните, в периода на анализа, приходи от инсталационни такси и от месечен абонамент.

Приходите<sup>21</sup>, реализирани през 2011 г. от предлагането на пакетна услуга с включена фиксирана телефонна услуга, са в размер на 115 164<sup>22</sup> хил. лв., което представлява 38,0% от общите приходи от пакетни услуги. През разглеждания период (2009 – 2011 г.) приходите от ползването на фиксирана телефонна услуга в пакет са се увеличили повече от 6 пъти, докато при приходите, реализирани от самостоятелно ползване на фиксирана телефонна услуга, е отчетен спад с 21% (фиг. 11).



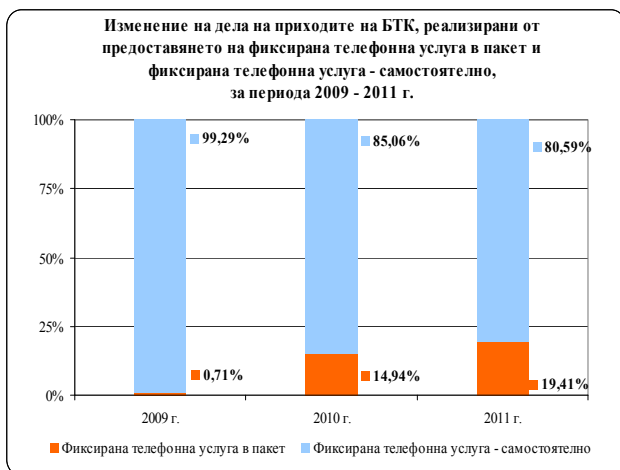
*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 11**

На фигури 12 и 13 е представена информация за разпределението на приходите на БТК и на конкурентните предприятия, реализирани от предоставянето на фиксирана телефонна услуга в пакет и на фиксирана телефонна услуга – самостоятелно, за периода на анализа (2009 – 2011 г.).

<sup>21</sup> Приходи от инсталационни такси и месечен абонамент за пакета.

<sup>22</sup> Съгласно данни, подадени в КРС с годишни въпросници за отчет на дейността на предприятията.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 12



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 13

Данните показват, че както по отношение на броя на абонатите, така и по отношение на реализираните приходи от предоставянето на пакетни услуги с фиксирана телефонна услуга и на фиксирана телефонна услуга – самостоятелно, тенденцията е една и съща. Приходите, които БТК реализира от предоставянето на фиксирана телефонна услуга в пакет, през 2011 г., представляват само 24,14% от общите приходи от фиксирани телефонни услуги, въпреки че в периода 2009 – 2011 г. техният дял в общите приходи нараства с 23,44 процентни пункта. Този процент при конкурентните предприятия, е значително по-висок – 87,22%, а нарастването през същия период е само 8,5 процентни пункта.

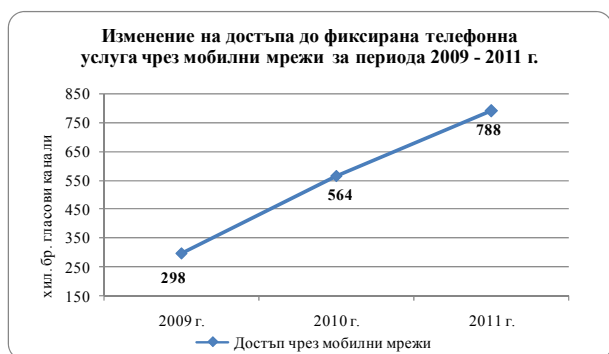
Въз основа на информацията, представена по-горе, КРС е на мнение, че тенденцията за увеличаване на приходите от пакетни услуги, с включена фиксирана телефонна услуга, ще продължи и през следващите години и ще оказва все по-силно влияние върху развитието на фиксираните гласови услуги в страната.

## 6. Развитие на фиксирани телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна мрежа

В периода след първия кръг на анализ на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение се наблюдава бързо развитие на фиксираните гласови услуги, предоставяни чрез мобилна мрежа.

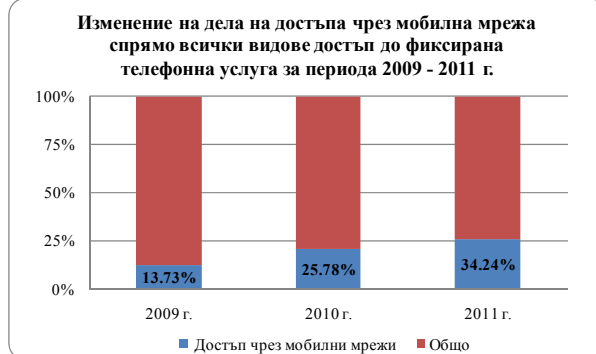
В периода 2009 – 2011 г. предприятията, предоставящи достъп до фиксирана телефонна услуга чрез мобилни мрежи в България са БТК, „МОБИЛТЕЛ” ЕАД и „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД. Данни за развитието на този вид достъп<sup>23</sup> са представени на фигури 14 и 15.

<sup>23</sup> Достъп - брой активирани гласови канали



**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 14**



**Източник:** Данни, подадени в КРС

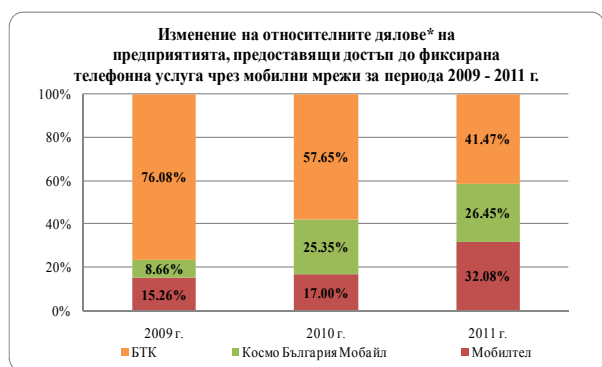
**Фигура 15**

От данните е видно, че фиксираните гласови услуги, предоставяни чрез мобилна мрежа, все повече се налагат сред потребителите през последните три години. За 2009 г. броят на фиксираните гласови канали, предлагани чрез мобилни мрежи, е 298 474, което представлява 13,73% от общия брой фиксирани гласови канали. През 2010 г. се наблюдава ръст от 89% спрямо предходната година.

През 2011 г. броят на фиксираните гласови канали, предлагани чрез мобилна мрежа е 788 184 (34,24% от общия брой фиксирани гласови канали), което е увеличение от приблизително 40% спрямо 2010 г.

Наблюдаваният ръст на фиксираните гласови канали, предлагани чрез мобилни мрежи за периода 2009 – 2011 г. надвишава 150%.

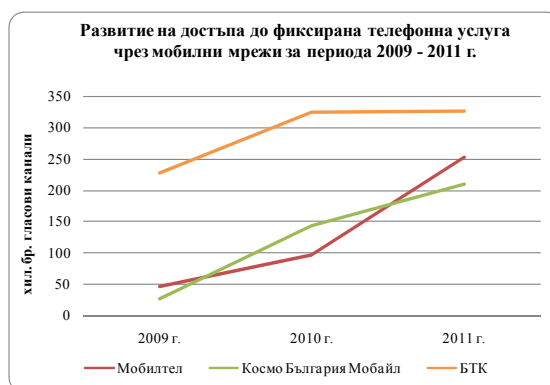
На фигура 16 е представено изменението на относителните дялове на предприятията, предоставящи достъп до фиксирана телефонна услуга чрез мобилна мрежа за периода 2009 – 2011 г.



\* относителните дялове са изчислени на база брой активирани гласови канали

**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 16**



**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 17**

Видно от фигура 16 през 2011 г. относителният дял на БТК е най-голям и възлиза на 41,47%. Въпреки това за периода 2009 – 2011 г. се наблюдава намаление на относителния дял на предприятието, което се дължи на бързото нарастване на броя на активираните гласови канали, предлагани чрез мобилна мрежа от алтернативните предприятия в България.

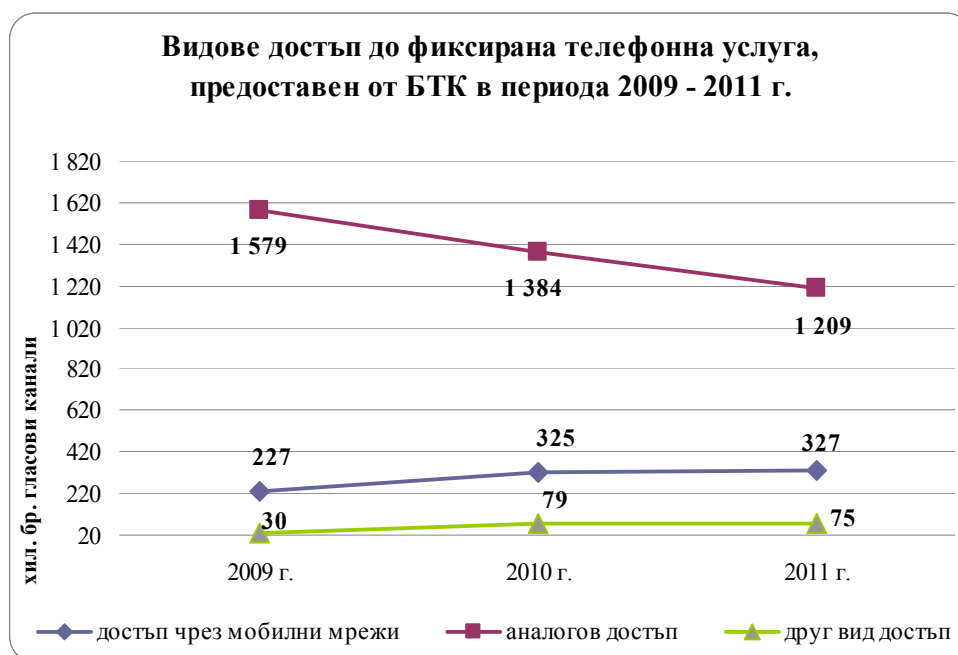
Развитието на достъпа до фиксирана телефонна услуга чрез мобилна мрежа за



периода 2009 – 2011 г. е показано на фигура 16, откъдето е видно, че нарастването на броя на активираните гласови канали на БТК през 2011 г. спрямо предходната година, е 0,48%, докато същото за „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД възлиза на 45,80%. Най-голямо е нарастването при „МОБИЛТЕЛ” ЕАД, което през 2011 г. е с над от 150% повече активирани гласови канали в сравнение с предходната година.

През 2011 г. делът на фиксираните гласови канали, предлагани чрез мобилната мрежа на БТК, представлява 20% от общия гласови канали на предприятието. За разлика от историческото предприятие, за конкурентните предприятия този вид гласови канали представлява значителна част от общия брой фиксирани телефонни постове – 98% за „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД и 97% за „МОБИЛТЕЛ” ЕАД.

Развитието на достъпа до фиксирана телефонна услуга на БТК за периода 2009 – 2011 г. е представено на фигура 18.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 18**

От фигура 18 е видно, че въпреки отчетеното намаление от 23% през изследвания в анализа период, все още най-голям е броят на активирани гласови канали на БТК, предлагани чрез аналогов достъп.

За разлика от този вид достъп до фиксирана телефонна услуга, фиксираните гласови канали, предлагани чрез мобилната мрежа на предприятието, са нараснали с 44% за същия период.

Разгледаните данни показват, че в сегмента на фиксираните гласови услуги се очаква развитието да е свързано с нарастване на броя на фиксираните гласови канали, предлагани чрез мобилни мрежи. Очакванията са през следващите години влиянието на фиксирани гласови услуги, предоставяни чрез мобилна мрежа върху пазарите на дребно да продължи да се засилва.

## **V. Определяне на съответните пазари**

### **1. Въведение**

Пазарите 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. 4, ал. 1 и 2 от Методиката).

Съответният продуктов пазар включва всички обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, за които е налице:

- взаимозаменяемост при търсенето;
- взаимозаменяемост при предлагането<sup>24</sup>.

Взаимозаменяемост при търсенето е налице, когато при относително малко, но трайно 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.<sup>25</sup>

Взаимозаменяемост при предлагането е налице, когато вследствие на малко, но трайно 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 да навлязат на него без значителни допълнителни разходи за материални и нематериални дълготрайни активи, допълнителни инвестиции, стратегически решения и др.<sup>26</sup>

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

### **2. Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа**

В Препоръката за съответните пазари от 2003 г. ЕК посочва шест пазара на дребно, подлежащи на ех ante регулиране, свързани с предоставянето на достъп до обществена телефонна мрежа и на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение. Два от определените пазари обхващат услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, съответно за домашни и

---

<sup>24</sup> Чл. 5 от Методиката

<sup>25</sup> Чл. 6, ал. 1 от Методиката

<sup>26</sup> Чл. 7, ал. 1 от Методиката

бизнес потребители, а останалите се отнасят до обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, съответно за домашни и бизнес потребители.

С Препоръката за съответните пазари от 2007 г.<sup>27</sup>, пазарите на дребно бяха сведени до един пазар на достъп, който обхваща двата пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители<sup>28</sup>.

През 2009 г. КРС извърши първия кръг на анализ на пазарите на дребно за достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, като определи шест пазара на дребно, съгласно списъка към Препоръката за съответните пазари от 2003 г., подлежащи на ex ante регулиране, определи предприятие със значително въздействие на тези пазари и му наложи специфични задължения.<sup>29</sup>

В настоящата точка КРС прави преглед на услугите, относими към достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, с цел да се оцени доколко дефиницията, приета през първия кръг пазарни анализи е актуална към момента, както и дали през разглеждания период 2009-2011 г. са настъпили промени в пазарните условия, които да наложат изменение на тази дефиниция.

## **2.1. Определяне на продуктов пазар**

Съгласно чл. 5 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.

В рамките на първия кръг пазарни анализи КРС определи два пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение:

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

Продуктивният обхват на така определените пазари включва следните видове достъп до обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят услуги в определено местоположение на домашни потребители и на бизнес потребители - аналогов, ISDN<sup>30</sup>, чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, безжичен. Дефиницията се основава на изследваната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането на услуги, съотносими към разглеждания пазар и отчитането на националните особености при предоставянето на достъп в определено местоположение за осъществяване на входящи и изходящи повиквания.

При анализа за наличието на взаимозаменяемост КРС разглежда продуктите/услугите, предоставяни на пазара на обществени електронни съобщения, които отговарят на следните функционални характеристики:

---

<sup>27</sup> 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

<sup>28</sup> Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр. 22 и стр. 28.

<sup>29</sup> Решение на КРС № 650/25.06.2009 г.

<sup>30</sup> Integrated Services Digital Network

- Достъпът се предоставя в определено местоположение – адрес на потребителя или в ограничен обхват около този адрес;
- Достъпът позволява извършване и получаване на гласови повиквания, факсимилни съобщения и комутируем достъп за пренос на данни и/или до глобалната интернет мрежа;
- Услугите се ползват чрез географски номера от Националния номерационен план (ННП);
- Предлагащото качество на услугите и на обслужване са сходни.

Към края на 2011 г. в България се предоставят следните продукти, отговарящи на посочените по-горе функционални характеристики, чрез които се предоставя достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и които са дефинирани на основата на интерфейса, предоставян в крайна точка на мрежата, независимо от използваната мрежова технология<sup>31</sup>:

#### **О Аналогов (PSTN) достъп**

Аналоговият (PSTN) достъп е теснолентов достъп, използван за предоставянето на обществена телефонна услуга на крайни потребители, които изискват не повече от един гласов канал за достъп. Чрез аналогов достъп се предоставят теснолентови услуги като гласова телефонна услуга, факсимилни услуги и/или услуги за нискоскоростен пренос на данни с максимална скорост 56 kbit/s. Това е най-разпространеният вид абонатен достъп и традиционно се осъществява чрез усукана метална двойка, като се използва разговорната честотна лента (от 0,3 до 3,4 kHz).

Този достъп е стандартизиран, като в стандарт ETSI EN 300 001 са представени общите технически изисквания към крайни устройства, свързани към аналогов абонатен интерфейс в обществената комутируема телефонна мрежа. Крайните потребители използват различни видове крайни устройства (аналогови телефонни апарати, факсимилни устройства, аналогови модеми за пренос на данни със скорости до 56 kbit/s и др.) за достъп до теснолентови услуги, които следва да отговарят на изискванията в стандарта по отношение на интерфейса за връзка към обществената комутируема телефонна мрежа.

Независимо от вида на използваната технология за пренос в опорната мрежа и в мрежата за достъп, към настоящия момент редица предприятия предоставят обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез аналогов абонатен интерфейс (PSTN). С развитие на абонатната мрежа и въвеждане на мрежите за достъп от следващо поколение (New Generation Access) в опорната мрежа и в част от абонатната мрежа се използва IP технология за пренос, но независимо от това в крайна точка на мрежата, която се явява и точка на достъп на крайния потребител, се използва стандартен PSTN интерфейс. Историческото предприятие също използва аналогов абонатен интерфейс в крайната точка на мрежата за предоставяне на телефонна услуга, независимо от достигнатата степен на миграция към мрежа от следващо поколение (NGA) от вида FTTC (Fibre to the Cabinet). Подобно на историческото предприятие, алтернативните предприятия започнаха изграждането на мрежи за достъп от вида FTTC и FTTB (Fibre to

---

<sup>31</sup> В България към момента услуги за достъп в определено местоположение с посочените четири функционални характеристики се предоставят чрез обществена комутируема телефонна мрежа (PSTN мрежата на историческото предприятие), цифрови мрежи с интеграция на услугите (ISDN мрежи), кабелни мрежи за пренос на радио и телевизионни сигнали (CaTV), мобилни наземни мрежи, мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA)

the Building) и, въпреки използваната IP технология за пренос в собствените мрежи, предоставят също аналогов достъп на свои крайни потребители.

Предприятията, притежаващи кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми (CaTV мрежи), също предоставят обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез PSTN интерфейс. В тези хибридни оптично-коаксиални (HFC) мрежи, се използва IP технология за пренос до крайния потребител и чрез кабелен модем се осигурява аналогов (PSTN) достъп. Следва да бъде изтъкнато, че модемът обикновено е собственост на предприятието, предоставящо фиксираната телефонна услуга.

В настоящия анализ на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение всеки достъп с интерфейс в крайна точка на мрежата, отговарящ на техническите характеристики, описани в стандарт ETSI EN 300 001 и на посочените по-горе четири функционални характеристики, ще се разглежда като аналогов (PSTN) абонатен достъп, независимо от вида на използваната технология за пренос в мрежата за достъп.

#### **о Цифров (ISDN) достъп**

Цифровата мрежа с интегриране на услугите (ISDN) осигурява цифрова свързаност на крайните потребители с цел предоставянето на видео и гласови телефонни услуги, услуги за пренос на данни, достъп до интернет, факсимилни услуги и др. Цифровият (ISDN) достъп осигурява цифрови комутируеми канали за пренос на глас и данни със скорост 64 kbit/s или кратни на нея. В зависимост от броя на носещите канали (В-каналы), ISDN достъпът се разделя на следните два основни вида:

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

При основния достъп 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, като 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 крайни потребители с относително ниско потребление. Достъпът се използва заедно с различен вид крайни електронни съобщителни устройства, включително ISDN BRA телефонни апарати, терминални адаптери, видеотелефони, факсимилни устройства, малки учрежденски централи и др. Крайните потребителски устройства, използвани при ISDN BRA достъп, следва да отговарят на изискванията на фамилията стандарти ETSI EN 300 012 по отношение на техническите характеристики на мрежовия интерфейс.

Чрез основния достъп могат да бъдат предоставяни както традиционната обществена телефонна услуга в определено местоположение, така и редица нови цифрови услуги, включително „Многократен абонатен номер” (MSN), „Автоматичен вход” (DDI), „Видео-конферентна връзка”, факсимилни услуги група IV и др. Посредством използването на многократен абонатен номер крайният потребител има възможност да включва множество крайни устройства към мрежата, като всяко едно от тях има свой собствен национално значим номер, чрез който да осъществява изходящи и входящи повиквания. При използването на учрежденска автоматична телефонна централа (УАТЦ) и автоматичен вход, крайният потребител осъществява директни входящи повиквания към вътрешните абонатни линии на централата, като всяка една вътрешна линия се идентифицира със съответен национално значим номер. ISDN услугата „Видео-конферентна връзка” позволява на крайния потребител да осъществява повиквания в реално време с гарантиране на честотната лента. Чрез факсимилни услуги

група IV крайният потребител получава възможност да изпраща и получава факсимилни съобщения с по-висока скорост (64 kbit/s).

Подобно на аналоговия абонатен достъп основният абонатен достъп се предоставя, както от историческото предприятие, така и от алтернативните предприятия, без оглед на използваната технология за пренос в опорната мрежа и в мрежата за достъп. Историческото предприятие осигурява ISDN BRA достъп предимно чрез усукана метална двойка. Редица от предприятията, използващи IP-базирани технологии за пренос в своята мрежа, също предоставят стандартен интерфейс за основен ISDN достъп на крайни потребители

Предвид изложеното, в настоящия анализ на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение всеки достъп с интерфейс в крайна точка на мрежата, отговарящ на изискванията на фамилията стандарти ETSI EN 300 012 и на посочените по-горе четири функционални характеристики, ще се разглежда като основен ISDN достъп, независимо от вида на използваната технология за пренос в мрежата.

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

При първичен достъп 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 за крайни потребители с високо потребление и се използва заедно с учреденска автоматична телефонна централа (УАТЦ) за фиксирана телефонна услуга или ISDN маршрутизатор - с цел осъществяване на комутируема връзка за пренос на данни.

Първичният ISDN достъп и основният ISDN достъп имат аналогични функционални характеристики. Основната разлика на двата вида достъп е в броя на носещите В-каналы, като при първичния достъп могат да се осъществяват до 30 едновременни повиквания към обществената комутируема телефонна мрежа. Подобно на основния ISDN достъп, първичният достъп може да се използва както за предоставянето на традиционната обществена телефонна услуга в определено местоположение, така и на допълнителните услуги, посочени по-горе.

Първичният ISDN достъп традиционно се предоставя чрез усукана метална двойка и DSL технология за пренос, като интерфейсът в крайната точка на мрежата следва да отговаря на изискванията на фамилията стандарти ETSI EN 300 011. Към края на 2011 г. както историческото предприятие, така и алтернативните предприятия предоставят първичен ISDN достъп на крайни потребители, независимо от използваната технология за пренос в своите мрежи.

Предвид изложеното, в настоящия анализ на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение всеки достъп с интерфейс в крайна точка на мрежата, отговарящ на изискванията на фамилията стандарти ETSI EN 300 011 и на посочените по-горе четири функционални характеристики, ще се разглежда като първичен ISDN достъп, независимо от вида на използваната технология за пренос в мрежата.

### **о IP-базиран достъп**

В края на 2011 г. част от предприятията, доставчици на услуги за пренос на данни и широколентов достъп до интернет, предоставят обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез IP базиран достъп. IP базираният достъп се осигурява

чрез усукана метална двойка или оптично влакно и IP базирана технология за пренос, като техническите характеристики на интерфейса в крайната точка на мрежата са описани във фамилията стандарти IEEE 802.3.

Този достъп осигурява възможност за провеждане на един или няколко едновременни разговора на абонатна линия подобно на броя на разговорните канали при ISDN достъп. За целта крайните потребители използват IP-базирани крайни устройства (IP телефонен апарат и IP учрежденска автоматична телефонна централа), като мрежовите интерфейси на тези устройства следва да отговарят на изискванията по отношение на техническите характеристики, описани във фамилията стандарти IEEE 802.3.

IP-базираният достъп се използва за предоставяне на достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез национално значими номера от ННП с географски национални кодове за направление (географски номера). Изискванията относно осигуряване качество на услугата (QoS), включени в издадените разрешения за географски номера за предоставяне на фиксирана телефонна услуга, са технологично неутрални и в тази връзка, услугата се характеризира с високо качество, независимо от използваната IP технология за пренос.

КРС счита, че IP-базираният достъп на изследвания пазар следва да се разглежда само по отношение на предоставянето на управляеми VoIP услуги (т.н. managed VoIP или managed VoB). При тях предприятието, което предоставя широколентовия достъп разполага с възможност за управление на фиксираната телефонна услуга, т.е. може да управлява качеството на услугата и на обслужване от край до край. При това, могат да се реализират както всички видове входящи и изходящи повиквания (включително от PSTN/ISDN мрежи), така и допълнителни услуги като пренос на факсимилни съобщения. В допълнение, в управляемите VoIP услуги се включва и достъп, предоставян на бизнес абонати, чрез който по една линия се обслужва целият трафик на абоната (глас, факсимилни съобщения, пренос на данни и достъп до интернет). Доставчикът на тази интегрирана комуникационна услуга предоставя управлявана гласова услуга, като на пазара тя се среща под наименования „SIP Trunking” или “IP Trunking”.

Предвид изложеното, в настоящия анализ на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение всеки достъп с интерфейс в крайна точка на мрежата, отговарящ на изискванията на фамилията стандарти IEEE 802.3 и на посочените по-горе четири функционални характеристики, ще се разглежда като IP-базиран достъп.

#### **о Безжичен абонатен достъп**

КРС разглежда в този раздел достъп с посочените по-горе четири функционални характеристики, който се предоставя чрез мобилни наземни мрежи и чрез мрежи за неподвижен безжичен достъп (FWA)/широколентов безжичен достъп (BWA).

В края на 2011 г. три предприятия (БТК, „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД и „МОБИЛТЕЛ” ЕАД) предоставят достъп в определено местоположение чрез обществени мобилни наземни мрежи, базирана на GSM/UMTS технология. При този достъп се използват крайни електронни съобщителни устройства, съответстващи на хармонизирания европейски стандарт ETSI EN 301 511 за мобилни станции в обхватите GSM 900 и GSM 1800. Предприятията използват своите мобилни наземни мрежи с цел предоставянето на обществена телефонна услуга на крайни потребители чрез географски номера от ННП, като достъпът се ограничава в рамките на покритието на базовата станция, където се намира посоченият от абоната адрес. Предвид обстоятелството, че

предоставяният чрез мобилни мрежи достъп отговаря на посочените по-горе функционални характеристики (предоставя се в определено местоположение и чрез географски номера от ННП, осигурява извършване и получаване на гласови повиквания, факс съобщения и теснолентов комутируем достъп за пренос на данни с качество, което е сходно с това на фиксираната телефонна услуга) той може да се счита за достъп в определено местоположение.

При предоставяне на широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) се използва WiMAX базирана технология. При този достъп се използват крайни електронни съобщителни устройства с интерфейс, съответстващ на изискванията на фамилията стандарти IEEE 802.16. Предоставянето на обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA), поддържащи мобилност на достъпа, до голяма степен съответства на предоставянето на обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилни наземни мрежи. По тази причина, при разглеждане на функционалните характеристики на този вид достъп трябва да се изследва дали неговото ползване осигурява мобилност и, съответно, вида на използваните номера от ННП.

През разглеждания период (2009 – 2011 г.) на българския пазар няма предприятие, което предоставя на крайни потребители достъп в определено местоположение чрез географски номера до обществена телефонна мрежа при използване на неподвижен безжичен достъп (FWA) в абонатната си мрежа. „МАКС ТЕЛЕКОМ” ООД предоставя широколентов безжичен достъп чрез негеографски номера към момента. Предвид изложеното КРС счита, че тази услуга не може да се разглежда на този пазар.

Според извършения анализ, КРС счита, че единствено достъпът, реализиран чрез мобилни наземни мрежи и географски номера от ННП отговаря на четирите функционални характеристики изложени по-горе. По тази причина при анализа на взаимозаменяемостта на търсенето и предлагането ще бъде разгледан само този вид достъп.

За всеки от изброените по-горе видове достъп е налице техническа възможност за крайните потребители да използват пълен набор от обществени телефонни услуги – да осъществяват и получават входящи и изходящи повиквания и факсимилни съобщения, както и пренос на данни със сходно качество на услугите. Както бе отбелязано, достъп в определено местоположение се предоставя чрез географски номера от ННП.

Предвид изложеното и аналогичните функционални характеристики, които всеки от разглежданите видове достъп предоставя на крайните потребители, въпреки използваните различни видове технологии за пренос, за да определи продуктовия обхват на пазара на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, КРС оценява допълнително взаимозаменяемостта при търсене и при предлагане на следните продукти и услуги, като отчита и тенденциите, установени в периода 2009 – 2011 г.:

- На достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение;
- На достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на мобилен достъп, предоставян чрез негеографски номера от ННП за достъп до мобилни наземни мрежи;



- На различните видове достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение (аналогов (PSTN), ISDN достъп, IP базиран достъп и достъп чрез мобилни наземни мрежи и географски номера от ННП);
- На достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставян на домашни потребители, и на достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставян на бизнес потребители.

### **2.1.1. Взаимозаменяемост при търсене и предлагане**

Взаимозаменяемост при търсенето е налице, когато при относително малко, но трайно 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.<sup>32</sup>

Взаимозаменяемост при предлагането е налице, когато вследствие на малко, но трайно 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, да навлязат на него без значителни допълнителни разходи за материални и нематериални дълготрайни активи, допълнителни инвестиции, стратегически решения и други.<sup>33</sup>

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

В резултат на изследване на взаимозаменяемостта при първия кръг на пазарни анализи, КРС определи самостоятелни пазари за услугите на достъп и обществено достъпните телефонни повиквания в определено местоположение. В текста по-долу отново е оценена тази взаимозаменяемост, като са отчетени характеристиките на сегмента на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

#### **Взаимозаменяемост при търсенето**

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 пазар<sup>34</sup>. Тези две услуги следва да бъдат разглеждани не само от гледна точка на техните характеристики, предназначение, но и от гледна точка на тяхното потребление.

Отчитайки развитието на фиксираната телефонна услуга в България, следва да бъде отбелязано, че през последните години се наблюдава съществено увеличение на броя на абонатите, които ползват услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, комбинирана с включени минути телефонни разговори (абонаментни планове) и/или с други електронни съобщителни услуги (пакетни услуги).

<sup>32</sup> Чл. 6, ал. 1 от Методиката

<sup>33</sup> Чл. 7, ал. 1 от Методиката

<sup>34</sup> Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр.23

Ако в края на 2007 г. едва шест<sup>35</sup> от шестнадесет предприятия, предоставящи достъп до обществена телефонна мрежа чрез географски номера са посочили, че имат реализирани приходи от абонати, които ползват абонаментни планове за фиксирана телефонна услуга с включени минути телефонни разговори, то към края на 2011 г. броят на тези предприятия достига 11 от 19 активни.

Данните, подадени от предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна мрежа показват, че към края на 2011 г. едва 5,4% от абонатите на фиксирана телефонна услуга ползват абонаментни планове за фиксирана телефонна услуга (като самостоятелна услуга), които не включват минути за телефонни разговори. През 2010 г. тези абонати съставляват 7,4% от общия брой абонати на фиксирана телефонна услуга. От друга страна се наблюдава и ръст в броя на абонатите на пакетни услуги, включващи фиксирана телефонна услуга с 60,5% през 2011 г. в сравнение с 2010 г., като често към достъпа за фиксирана телефонна услуга, включена в пакет с други електронни съобщителни услуги са включени и минути разговори. Събраната информация показва, че делът на абонатите, които ползват достъп до фиксирана телефонна услуга в рамките на пакет с други електронни съобщителни услуги, нараства от 18,3% през 2010 г. на 27,6% през 2011 г. Тези данни показват, че отделянето на услугите за достъп и обществени телефонни услуги в определено местоположение от гледна точка на реализираните от предприятията приходи става все по-трудно.

При всички случаи обаче, за да осъществява или приема повиквания, крайният потребител се нуждае от достъп до обществена телефонна мрежа, като не е задължително да ползва двете услуги – достъп до обществена телефонна мрежа и обществени телефонни повиквания от един доставчик. Услугата достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор” предоставя възможност на потребителите да ползват двете 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 за повиквания към някои дестинации, това би могло да предизвика съответни действия от страна на крайните потребители, които да изберат друг доставчик на фиксирана телефонна услуга или за съответния вид повикване.

В случая, основният фактор е предназначението на разглежданите услуги. 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, тези услуги следва да се разглеждат като взаимодопълващи се, а не като взаимозаменяеми.

### **Взаимозаменяемост при предлагането**

От гледна точка на предлагането липсата на взаимозаменяемост между двете разглеждани услуги е съвсем ясна. Предоставянето на обществено достъпни телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор” не предполага необходимост от изграждане на достъп до крайния потребител. Както е отбелязано в първия кръг на пазарния анализ, 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

---

<sup>35</sup> През 2007 г. „КЕЙБЪЛТЕЛ” ЕАД и „ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ” ЕООД са отчетени като отделни предприятия, докато през 2011 г. са обединени в „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” ЕАД

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 трайно увеличение на цената на услугата достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение.

*Въз основа на изследваната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането КРС счита, че услугите за достъп до обществена телефонна мрежа и обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, не принадлежат към един пазар.*

#### **2.1.1.2. Достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и мобилен достъп, предоставян чрез негеографски номера от ННП за достъп до мобилни наземни мрежи**

В първия кръг на пазарен анализ КРС изследва взаимозаменяемостта между достъпа до фиксирана мрежа и достъпа до мобилна мрежа и мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) и направи заключението, че достъпът до фиксирана мрежа следва да се разглежда в отделен пазар. За да оцени дали към момента на настоящия анализ не са настъпили промени при търсенето и предлагането на тези видове достъп, КРС изследва взаимозаменяемостта при търсенето и при предлагането, като се разглеждат от една страна достъпът до обществени телефонни услуги, предоставяни чрез географски номера в определено местоположение и от друга - достъпът до обществени телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа и негеографски номера и чрез мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) и негеографски номера.

#### **Взаимозаменяемост при търсенето**

Както вече нееднократно беше отбелязано и при първия кръг анализи на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа<sup>36</sup> и обществено достъпни телефонни услуги и при анализа на пазара на генериране на повиквания от обществени телефонни мрежи<sup>37</sup>, основната характеристика, която разграничава фиксираната от мобилната телефонни услуги е мобилността. Тази характеристика на услугата осигурява свързаност във всеки един момент на потребителите на територията, на която мрежата има покритие или са договорени услуги за роуминг, предоставяйки непрекъснати мрежови услуги, свързани с идентификацията на потребителя в пространството и актуализиране на информацията, посредством непрекъснат процес на обмен на сигнализационен трафик. В този смисъл, от гледна точка на характеристиките на двете услуги, е много малко вероятно потребителите на мобилни услуги да се откажат от уникалните характеристики на мобилната услуга и да предпочетат да я заменят с фиксирана такава при относително малко, но трайно повишаване на цената на мобилната услуга, докато противоположният вариант е възможен. Тоест може да се направи изводът, че между достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и мобилния достъп, без оглед на използваните технологии за пренос в мрежата на предприятията, е налице *асиметрична взаимозаменяемост*.

<sup>36</sup> Приложение към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г.

<sup>37</sup> Приложение към Решение на КРС № 1361/31.05.2012 г.

Данните за плътността на фиксирана и мобилна телефонни услуги също са основание да се счита, че потребителите не възприемат двете услуги като взаимозаменяеми. Видно от фигура 19 темповете на изменение на плътността са различни при фиксираната телефонна услуга и при мобилната телефонна услуга.



**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 19**

Докато фиксираната телефонна плътност по население се запазва относително постоянна в периода от края на първия кръг на пазарен анализ до 2011 г., то мобилната плътност по население се увеличава с 13 процентни пункта. При фиксираната телефонна плътност по домакинства, която е изчислена на база брой фиксирани телефонни постове на домашни абонати към броя на домакинствата в България, е отчетен спад в периода 2008 – 2010 г., но през последната година от разглеждания в анализа период показателят се връща на нивото от 2008 г.

В допълнение към това може да се добавят и резултатите от проведеното проучване на Евробарометър<sup>38</sup> през месец декември 2011 г., според което 43% от домакинствата в България ползват както фиксирани, така и мобилни телефонни услуги.

От друга страна, използването на съответни географски или негеографски номера за достъп до мобилна наземна мрежа или до FWA/BWA мрежи се определя от използваната технология, начина на изграждане на мрежата и пазарната политика на предприятието. Характеристиките на обществените телефонни услуги, предоставяни чрез географски номера и чрез негеографски номера са различни от потребителска гледна точка. Въпреки че и двете услуги могат да бъдат предоставяни в определено местоположение чрез обществена телефонна мрежа, липсата на обвързаност на

<sup>38</sup> Special Eurobarometer 381

негеографския номер с определено географско местоположение е характеристика, която отличава в значителна степен двата типа услуги. Както бе отбелязано, услугите, предоставяни посредством негеографски номера, дават на крайните потребители допълнителна възможност за промяна на местоположението, в което се предоставя услугата. В съответствие с използваната технология в BWA мрежата, потребителите могат да използват услугата навсякъде, където мрежата на предприятието, на което са абонати, има покритие. Тази възможност липсва при услугите, предоставяни чрез географски номера, тъй като всеки номер е обвързан с определен географски адрес, като подвижността на абонатите е ограничена единствено в зоната на покритие на съответна базова(и) станция(и) в мрежата, в която достъпът е разрешен. Следователно е малко вероятно потребител, който е избрал да ползва телефонната услуга, предоставяна чрез негеографски номер да премине към ползване на обществена телефонна услуга чрез достъп в определено местоположение вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената.

### **Взаимозаменяемост при предлагането**

Както беше отбелязано в рамките на първия кръг на пазарните анализи един от факторите, които биха оказали влияние върху конкурентната среда на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение е конвергенцията на мрежи и услуги. Най-добрият пример за това е предоставянето на обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилна наземна мрежа и географски номера. Още в края на периода, разглеждан при първия кръг на анализи (2007 г. и началото на 2008 г.) предприятията, предоставящи услуги чрез мобилни наземни мрежи, започнаха да предлагат фиксирана телефонна услуга чрез мобилните си мрежи.

Развитието на фиксираната телефонна услуга, предоставяна чрез мобилни наземни мрежи и предоставянето ѝ като част от пакетна услуга, включваща фиксирана и мобилна гласова услуга са разгледани в т. 5 и т. 6 от Раздел IV на настоящия документ.

Както беше описано по-горе предприятията, притежаващи мобилна наземна мрежа към настоящия момент предоставят както мобилни телефонни услуги, така и фиксирани телефонни услуги. От друга страна, предприятие, притежаващо фиксирана мрежа и предоставящо фиксирани телефонни услуги е малко вероятно да започне да предоставя и мобилни гласови услуги вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на последните, тъй като това е свързано с ползването на индивидуално определен ограничен ресурс – радиочестотен спектър, и със значителни инвестиции в изграждане на мобилна наземна мрежа. Следователно, може да се направи изводът, че от гледна точка на предлагането между достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и достъпа до мобилна наземна мрежа, предоставяна чрез негеографски номера, не е налице достатъчна взаимозаменяемост по отношение на ползването на гласова телефонна услуга.

Самият факт, че предприятията предлагат, а крайните потребители ползват достъп до мобилни наземни мрежи, предоставян чрез географски и негеографски номера, за извършване и получаване на гласови повиквания предполага, че както доставчиците, така и потребителите считат тези услуги за различни.

Недостатъчното покритие по население и територия, както и необходимостта от значителни инвестиции за развитие на технологията като цяло, възпрепятстват развитието на мрежите за широколентов безжичен достъп (BWA)/ неподвижен безжичен достъп (FWA) в България и особено предоставянето на гласова услуга чрез тях.

Абонатите на „МАКС ТЕЛЕКОМ” ООД, ползващи този вид достъп, са ограничен брой. Както бе изтъкнато, именно предвид използването на негеографски номера предоставяният от предприятието достъп до обществена телефонна мрежа не отговаря на функционалните характеристики на достъп в определено местоположение.

Предвид изложеното, КРС счита, че на този етап от развитие на пазара на гласови услуги е малко вероятно предприятието, което предоставя телефонна услуга чрез негеографски номера за достъп до мобилни наземни мрежи чрез ВВА мрежа, да започне в краткосрочен план да предоставя гласова телефонна услуга чрез географски номера, без допълнителни разходи за материални и нематериални дълготрайни активи и допълнителни инвестиции вследствие на малко, но трайно повишение на цената на достъп до обществена телефонна мрежа чрез географски номера.

*Въз основа на изследваната взаимозаменяемост от гледна точка на търсенето и предлагането КРС счита, че услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставяни чрез географски номера от ННП и услугите за достъп до обществени мобилни наземни мрежи и ВВА мрежи, предоставяни чрез негеографски номера не принадлежат към един пазар.*

#### **2.1.1.3. Видове достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение**

В продуктивния обхват на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа, определен в рамките на първия кръг пазарни анализи са включени всички видове достъп до обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставя обществена телефонна услуга в определено местоположение (чрез географски номера) на домашни потребители и бизнес потребители, а именно: аналогов, ISDN, чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми и безжичен.

Проектът на пазарен анализ беше приет от Европейската комисия (Case BG/2009/0911) със забележка, касаеща недостатъчното обосноваване на включването на безжичния широколентов достъп в разглеждания пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение. Европейската комисия обърна внимание, че е необходимо по-задълбочено изследване на взаимозаменяемостта в рамките на следващия пазарен анализ, тъй като функционалната взаимозаменяемост, сходните характеристики и предвидената употреба на два продукта не са достатъчни, за да се определят въпросните продукти като взаимозаменяеми.

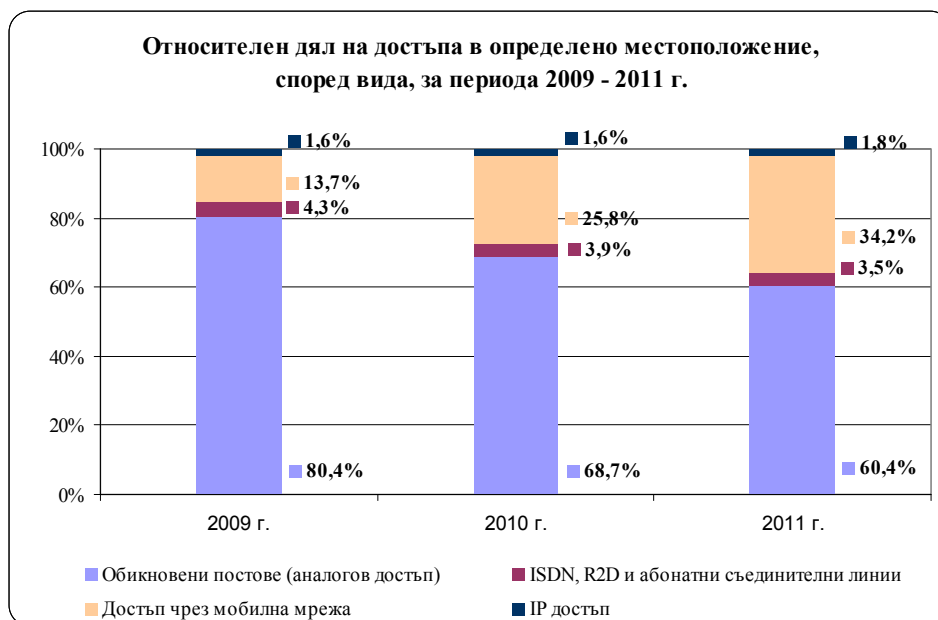
#### **Взаимозаменяемост при търсенето**

Установените тенденции след първия кръг анализ на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение се изразяват във все по-голямото разпространение на пакетните услуги, включващи фиксирана телефонна услуга и нарастващия дял на абонатите с достъп до фиксирана телефонна услуга чрез мобилни мрежи (Раздел IV). Това е индикатор, че абонатите на фиксирана телефонна услуга не се интересуват толкова от вида достъп, чрез който им се предоставя услугата, колкото от възможността да се ползват няколко услуги едновременно, което предполага и отстъпки в цената.

Това се потвърждава и от събраната от КРС допълнителна информация, която да послужи при изготвяне на настоящия анализ, чрез въпросник<sup>39</sup>, изпратен до предприятията, които имат предоставен номерационен ресурс – географски номера от ННП. Един от зададените въпроси цели индиректно проучване на мнението на клиентите на обществена телефонна услуга, а именно дали при запитване на нов абонат за предоставяне на достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение, същият се интересува от вида на достъпа (теснолентов или широколентов). От 28 отговорили предприятия, едва 3 („БУЛСАТКОМ” АД, БТК И „НЕТ ИС САТ” ООД) са посочили, че абонатите проявяват интерес относно вида на достъпа. Две от тези предприятия посочват, че абонатите се интересуват заради услугите, при които е необходимо наличието на широколентов достъп и възможностите за ползване на комплексни решения, а третото предприятие е отговорило, че интересът на новите клиенти е продиктуван от търсенето на предимство пред текущо използваната услуга.

В текста по-долу е разгледана взаимозаменяемостта на различните видове достъп (представени на фигура 20), ползвани от абонатите на обществена телефонна услуга в определено местоположение, както от гледна точка на функционалните характеристики, така и от гледна точка на цената – инсталационна такса и месечен абонамент. За целите на сравнението за основен достъп е използван аналоговият достъп.

Както бе посочено в т. 2.1. на Раздел V чрез аналогов достъп се предоставят теснолентови услуги като фиксирана телефонна услуга, факсимилни услуги и/или услуги за нискоскоростен пренос на данни (със скорости до 56 kbit/s), като същите са характерни за този вид достъп, поради което ще бъдат използвани като база за сравнение на функционалните характеристики на различните видове достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 20**

От данните на Фигура 20 е видно, че делът на активните гласови канали с аналогов достъп е най-висок в сравнение с останалите видове достъп. Съгласно

<sup>39</sup> Решение № 1366/31.05.2012 г. на КРС

предоставените данни за 2011 г., 60% от достъпът до обществената комутируема телефонна мрежа в определено местоположение е аналогов. Следва да се отбележи обаче значителният спад от 20% в сравнение с дела на този достъп в края на 2009 г.

Както бе изтъкнато в т. 2.1 на Раздел V, от гледна точка на търсенето чрез цифров ISDN достъп (ISDN-BRA и ISDN-PRA) крайният потребител има възможност да използва същите обществени телефонни услуги, които са достъпни и чрез аналогова абонатна линия. Цифровият достъп може да бъде използван за осъществяването на телефонни повиквания, за изпращане и приемане на факсимилни съобщения и за осъществяване на комутируем достъп с цел нискоскоростен пренос на данни (но със скорости над 56 kbit/s и до 2 Mbit/s). Следователно е много вероятно потребител на теснолентови услуги, предоставени чрез аналогов достъп, да премине към цифров достъп вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на първия. В подкрепа на тези твърдения могат да се посочат и предимствата на допълнителните услуги, които могат да се предоставят чрез цифров достъп (т. 2.1 на Раздел V). Съгласно предоставените в КРС данни към края на 2011 г. основен ISDN достъп се използва както от домашни, така и от бизнес потребители. Това потвърждава направените изводи по отношение на взаимозаменяемостите на двата вида достъп от гледна точка на търсенето. Както бе посочено по-горе, първичният ISDN достъп се различава по броя на носещите В-каналы (30 канала със скорост 64 kbit/s), което определя и специфичното търсене на същия от страна на бизнес потребителите. В тази връзка следва да бъде отбелязано, че домашният потребител не би могъл да използва ефективно капацитета, който предлага първичният ISDN достъп и също, че за да използва същият следва да инвестира значителни средства в съответни крайни устройства (УАТЦ, ISDN маршрутизатор и др.), с което може да бъде обяснен фактът, че в края на 2011 г. първичен ISDN достъп се използва единствено от бизнес потребители. От друга страна първичният достъп се използва предимно за осъществяване на телефонни повиквания, за факсимилни съобщения и пренос на данни. Също така следва да бъде отбелязано, че независимо от капацитета на абонатната линия (обща скорост от 2Mbit/s) първичният достъп не се използва за осъществяването на широколентов достъп до интернет поради високата цена на същия, като за разлика от широколентовия достъп, където тарифирането е на база на капацитет, при ISDN достъпа се използва временно таксуване. От представените по-горе факти е видно, че аналоговият и цифровият достъп могат да се разглеждат на един и същи пазар за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение.

От представената информация на интернет страниците на предприятията<sup>40</sup> е видно, че същите използват IP базиран достъп за да предоставят на своите крайни потребители както гласова телефонна услуга, така и факсимилни услуги. Също така препоръка ITU V.150.1 дефинира изграждането на комутируема връзка от край до край през IP-базирана мрежа (MoIP<sup>41</sup>), от което е видно, че IP-базираният достъп осигурява същите комуникационни възможности подобно на тези на аналоговия достъп. Във връзка с осигуряване на качество на услугата (QoS), както бе посочено в т. 2.1 на Раздел V този достъп се предоставя чрез географски номера от ННП и същият следва да отговаря на изискванията в издадените разрешения за предоставяне на обществена телефонна услуга. Изискванията за осигуряване на качество на услугата са технологично неутрални и в тази връзка IP-базираният достъп следва да бъде разглеждан като взаимозаменяем на аналоговия достъп по отношение на осигуряване на качество на услугата. От друга страна, съгласно предоставената информация в КРС в края на 2011 г. IP-базираният достъп, предоставян в определено местоположение на обществени

<sup>40</sup> [http://www.spnet.net/?language=bg&p=phone\\_services&sub=iziskvaniq&in=2](http://www.spnet.net/?language=bg&p=phone_services&sub=iziskvaniq&in=2)

<sup>41</sup> *Modem-over-IP network*



телефонни мрежи, изчислен като брой гласови канали и потребители, има относителен дял от около 2%. Броят на гласовите канали и потребители в абсолютно измерение нараства в сравнение с броя на същите през 2010 г. Нарастването на дела на IP-базирания достъп се дължи на развитието на интернет технологиите, вследствие на което на пазара на крайни електронни съобщителни устройства се появиха нови IP-базирани крайни устройства (IP телефонни апарати, терминални адаптери, учреденски автоматични телефонни централи и др.) и се понижи цената на същите. В тази връзка през следващия тригодишен период може да се очаква увеличаване на обема на търсенето на този вид достъп.

Телефонните услуги в определено местоположение, предоставяни чрез мобилни наземни мрежи и географски номера, се характеризират със същите функционални характеристики като тези на услугите, предоставяни чрез аналогов достъп. Поради факта, че за предоставянето на телефонни услуги се използват географски номера, районът на тяхното използване се ограничава в рамките на съответните базови станции, поради което предоставяните телефонни услуги в определено местоположение чрез мобилни мрежи и географски номера се различават значително от предоставяните гласови телефонни услуги чрез мобилни мрежи и негеографски номера. Както бе посочено в т. 2.1.1.2 на Раздел V, основната характеристика на мобилните телефонни услуги е мобилността, поради което не могат да бъдат включени на съответните пазари за достъп в определено местоположение. От представената информация на интернет страниците на предприятията<sup>42</sup> посредством достъп чрез мобилна наземна мрежа и географски номера могат да бъдат предоставяни както гласови телефонни услуги, така и факсимилни услуги и теснолентов пренос на данни. Видно от фигура 20, броят на абонатите на достъп в определено местоположение към мобилни наземни мрежи чрез географски номера динамично нараства, като през разглеждания период (2009 – 2011 г.) делът им нараства близо 3 пъти.

По отношение на цените на предлаганата услуга – достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, КРС проучи цените на множеството оферти, предлагани от предприятията. От ценовите листи, представени от предприятията, както и от интернет страниците им е видно, че към края на 2011 г. на абонатите на фиксирана телефонна услуга се предлагат различни технически решения за свързване до обществена телефонна мрежа, както и множество абонаментни планове. В действителност, цената за достъп до обществена телефонна мрежа на различните предприятия се формира по различен начин. Освен практиката в цената за месечния абонамент да се начислява сума за обема включени минути телефонни разговори, често инсталационната такса и месечният абонамент се определят в зависимост от броя на инсталираните портове, линии и/или от броя на предоставените номера. Цената за достъп до фиксирана телефонна услуга може да бъде определена и в зависимост от използваното оборудване, заявения обем трафик, срока на договора и др. Поради това, отделянето на стандартна цена за месечен абонамент, а в някои случаи и за инсталационна такса за ползването на достъп до фиксирана телефонна услуга в мрежите на всички участници на пазара, на практика е невъзможно. Все пак, за целите на изследване на взаимозаменяемостта от гледна точка на търсенето на различните видове достъп следва да се подберат абонаментни планове, предлагани от участниците на пазара, които биха могли да се съпоставят до някаква степен, например: абонамент за самостоятелно ползване на фиксирана телефонна услуга, който не включва минути трафик, а за предприятията, които не предлагат такива абонаменти се вземат предвид

<sup>42</sup> <http://www.mtel.bg/m-tel-fax>; [http://www.globul.bg/bg/globul\\_fax.html](http://www.globul.bg/bg/globul_fax.html)

абонаментните планове с най-малък обем включени минути. При наличие на различни цени в зависимост от срока на договора са отчетени цените за едногодишен договор. В таблица 1 от Приложение 1 е представена информация за цени на абонаментни планове за фиксирана телефонна услуга на участниците на пазара. Освен цените за инсталиране и месечен абонамент, в таблицата са описани и характеристиките на всеки от представените абонаментни планове, а именно: обем на включените минути телефонни повиквания и към кои дестинации са те, вида на достъпа, чрез който се предлага услугата, както и дали съответният план е предназначен за домашни или бизнес потребители.

Видно от фигура 20 достъпът с най-голям относителен дял при ползването на фиксирана телефонна услуга от крайни потребители е аналоговият. Предприятието, което предоставя основна част от този вид достъп естествено е историческото, но много от конкурентните на БТК предприятия<sup>43</sup> също предлагат на абонатите абонаментни планове за достъп с аналогов интерфейс. Както е видно от таблица 1 от Приложение 1 въпреки че цените за достъп на различните предприятия се различават, в известна степен те попадат в един ценови интервал. Различията се дължат както на възможността да се активират повече портове, като в зависимост от броя им цената на един брой може да е по-ниска, така и на отношението месечен абонамент/цена за трафик, а именно: по-високата цена за месечен абонамент е съпроводена с по-ниски цени за минута трафик към определени направления. Конкурентните на БТК предприятия предлагат голямо разнообразие от абонаментни планове, чиито цени обичайно са по-ниски от цената за стандартен план (за домашни и бизнес потребители) на историческото предприятие.

Вторият най-разпространен вид достъп при предоставяне на фиксирана телефонна услуга, по данни на предприятията, е достъпът до обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилна наземна мрежа. В последните години част от потребителите на услугата се преориентираха към този вид достъп, тъй като конкурентните на БТК предприятия, опериращи наземни мобилни номера – „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД и „МОБИЛТЕЛ” ЕАД навлязоха на разглеждания пазар предлагайки услугата на съпоставими и често и по-ниски цени в сравнение с аналоговия достъп. Следва да се отбележи, че историческото предприятие също предоставя фиксирана телефонна услуга чрез географски номера през мобилната си наземна мрежа, като дялът му при този вид достъп надхвърля 40% в края на 2011 г. Абонатите на фиксираната телефонна услуга заплащат цена за месечен абонамент в зависимост от избрания абонаментен план без оглед дали услугата се предоставя чрез аналогов достъп или чрез достъп през мобилната наземна мрежа.

*Въз основа на посочените по-горе характеристики, предназначение и представените в таблица 1 от Приложение 1 цени на тези два вида достъп, както и отчитайки тенденциите на пазара, а именно увеличението на относителния дял на фиксирания достъп чрез мобилна наземна мрежа, КРС счита че от гледна точка на търсенето двата вида достъп са взаимозаменяеми.*

Друг вид достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение е цифровият достъп (ISDN). Към края на разглеждания период, освен БТК още 9 предприятия предоставят ISDN достъп на крайни потребители. В таблица 1 от Приложение 1 са представени ценови оферти за ISDN достъп на историческото и алтернативни предприятия, актуални към края на 2011 г. Видно от информацията, представена в таблица 1 от Приложение 1 конкурентните на БТК предприятия формират

---

<sup>43</sup> Например: „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” ЕАД, „ОРБИТЕЛ” ЕАД, „СПЕКТЪР НЕТ” ЕАД, „ВЕСТИТЕЛ БГ” АД, „НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ” ЕАД, „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ” АД и др.

цената за месечен абонамент в зависимост и от обема на включените минути, броя на включените или заявените за допълнително ползване номера и др.

Като цяло 94% от постове с ISDN BRA достъп са постове на историческото предприятие, затова за целите на изследване на ценовата взаимозаменяемост ще бъдат разгледани цените на БТК. По отношение на основния ISDN достъп следва да се отбележи, че единствено БТК има домашни абонати на фиксирана телефонна услуга, които ползват този достъп. Сравнявайки цените на ISDN BRA достъпа за домашни абонати с тези на обикновената абонатна линия следва да се отчете и фактът, че ISDN BRA достъпът осигурява два гласови канала, т.е. в случая цената за 1 гласов канал възлиза на 7,50 лв., при цена от 10,00 лв. на месец за стандартен план за домашни абонати на БТК за обикновена абонатна линия. Инсталационната такса на ISDN BRA достъпа възлиза на 35,00 лв. за гласов канал (70,00 лв. / 2 бр. гласови канала) и е по-висока от инсталационната такса за една обикновена абонатна линия (20,00 лв.), но разгледана в едногодишен период, например, тази разлика се компенсира от по-малката цена за месечен абонамент за гласов канал. Например разходите за достъп (инсталационна такса и месечен абонамент) на потребител, който ползва ISDN BRA достъп (два гласови канала) и аналогичните разходи за достъп на потребител, който ползва две аналогови линии, за едногодишен период са съответно 250 лв. без ДДС (15,00 лв. \* 12 месеца + 70,00 лв. за инсталационна такса) за ISDN BRA и 280 лв. без ДДС (2\*10,00 лв. \* 12 месеца + 2\*20,00 лв. за инсталационна такса) за ползването на две аналогови линии. Т.е. абонатите, които имат необходимост от ползването на два гласови канала биха предпочели един ISDN BRA достъп пред две аналогови телефонни линии, на база на по-ниския сумарен разход, при равни други условия.

Прилагайки посочения по-горе подход за изчисление на сумарен едногодишен разход и при достъпа за бизнес потребители се получават следните резултати: за ползването на един ISDN BRA достъп при цени за месечен абонамент от 35,00 лв. без ДДС и инсталационна такса от 100,00 лв. без ДДС разходът възлиза на 520,00 лв. без ДДС и съответен разход за ползването на две аналогови линии от 572,00 лв. при цени от 18,00 лв. без ДДС на линия за месечен абонамент и 70,00 лв. без ДДС на линия за инсталиране. Т.е. при равни други условия, на базата на по-малкия годишен разход за достъп, абонатите, които ползват две аналогови линии биха се ориентирали към ползването на ISDN BRA достъп.

*В резултат на разгледаната по-горе ценова взаимозаменяемост на ISDN BRA достъпа и аналоговия, КРС счита, че двата вида достъп могат да се считат за взаимозаменяеми.*

По отношение на първичния ISDN достъп, видно от представените в таблицата по-горе оферти, предлагани от предприятията, може да се отбележи, че цените за този вид достъп са по-високи от цените на другите видове достъп (аналогов, IP базиран достъп, мобилен достъп и основен ISDN достъп), което се предполага от по-големия капацитет, предоставян от първичния ISDN достъп. С цел сравнение на цената на този вид достъп с аналоговия достъп хипотетично, подобно на ISDN BRA, цената за месечния абонамент се разделя на броя гласови канали, в случая 30. Разглеждат се цените на БТК за месечен абонамент на ISDN PRA и аналогов абонатен пост, тъй като относителният дял на ISDN PRA постове на БТК представлява 82% от общия брой на този вид постове, а дялът на аналоговите постове на историческото предприятие възлиза на 87% от общия брой на аналоговите постове през 2011 г. Получената цена за един гласов канал възлиза на 22,33 лв., при 18,00 лв. за аналогова абонатна линия. В случай, че се приложи тестът на хипотетичния монополист и се увеличи цената на аналоговата абонатна линия

с 10%, коефициентът между цената за месечен абонамент на един гласов канал от ISDN PRA достъпа и увеличената с 10% цена на обикновения аналогов достъп възлиза на 1,13. Т.е. разглеждайки теоретично цените за месечен абонамент на един гласов канал, без да се отчитат предимствата или технологичните възможности на двата вида достъп, може да се допусне, че разглежданите цени са близки.

Въз основа на изложеното по-горе КРС счита, че ISDN PRA може да бъде приет за взаимозаменяем с обикновения аналогов достъп, най-вече когато крайният потребител се нуждае от по-голям капацитет или иска да ползва автоматична телефонна централа.

Последният вид достъп, който видно от фигура 20 има най-малък относителен дял при предоставянето на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение в периода 2009-2011 г. е IP-базираният достъп. Информация за цените за инсталационна такса и месечен абонамент на предлаганите абонаментни планове на този вид достъп е предоставена в таблица 1 от Приложение 1. Видно от представената информация за абонаментни планове на този вид достъп, прилаганите цени са много разнообразни, но отчитайки допълнителната информация относно броя на гласовите канали/възможността за провеждане на едновременни гласови повиквания и обема включени минути, те до известна степен са съпоставими с цените за аналоговия достъп. Най-лесно това сравнение може да се направи като се съпоставят офертите за тези два вида достъп, предлагани от едно предприятие. Например видно е, че цените за инсталиране и месечен абонамент за план на БТК „VIP Business 30”, който предоставя възможност за 30 едновременни повиквания са по-ниски от съответните цени за ISDN PRA достъпа на същото предприятие. По отношение на цените на алтернативните предприятия, са разгледани ценовите листи на „ВЕСТИТЕЛ БГ” АД и „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ” АД, тъй като тези предприятия предлагат и двата вида достъп. Видно от представеното в таблица 1 от Приложение 1 цената за месечен абонамент за телефонна услуга, предоставяна чрез IP достъп на „ВЕСТИТЕЛ БГ” АД е по-ниска в сравнение със съответната цена за услуга с аналогов достъп. От друга страна, цената за месечен абонамент за IP достъп, предоставян от „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ” АД е еднаква с тази за аналогов достъп при ползване на от 1 до 4 телефонни поста тип POTS на същото предприятие.

Следва да се отчете и обстоятелството, че част от предприятията предлагат интерфейсите като допълнителна услуга към абонаментния план („АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК” АД, „НЕТФИНТИ” ЕООД), т.е. абонатът може да избере дали да ползва IP телефонен апарат или обикновен телефонен апарат. В някои случаи доставчиците на услугата прилагат еднакви цени за конкретни абонаментни планове, независимо от интерфейса на достъп – например „НЕТ ИС САТ” ООД и „ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ” АД.

Имайки предвид сходните функционални характеристики и цени на достъпа чрез IP базирана абонатна линия и на аналоговия достъп, описани по-горе, КРС счита, че двата вида достъп са взаимозаменяеми.

*На база на изследваната взаимозаменяемост при търсенето, отчитайки функционалните характеристики, предназначението и цените на разглежданите видове достъп, КРС стигна до извода, че аналоговият достъп, ISDN достъпът, достъпът до обществена телефонна мрежа в определено местоположение чрез мобилна мрежа и IP-базираният достъп са достатъчно взаимозаменяеми и следва да се включат в един пазар на достъп.*

## **Взаимозаменяемост при предлагането**

При изследване на взаимозаменяемостта при предлагането КРС изхожда от принципа на технологична неутралност, в съответствие с който определянето на продуктовия пазар зависи не от използваната технология, а включва всички електронни съобщителни мрежи и/или услуги, които могат да се приемат от потребителите като взаимозаменяеми по отношение на техните характеристики, предназначение и цени. При изследване на взаимозаменяемостта на търсенето, КРС достигна до заключението, че от гледна точка на функционалните характеристики, предназначението (извършване и получаване на гласови повиквания и други допълнителни услуги, като факс и нискоскоростен пренос на данни) и цените, потребителите считат за взаимозаменяеми следните видове достъпи до обществена телефонна мрежа в определено местоположение: аналогов достъп, ISDN достъп, достъп чрез мобилни мрежи и географски номера от ННП, и IP-базиран достъп.

КРС счита, че по отношение на достъпа в определено местоположение до посочените по-горе мрежи съществува взаимозаменяемост и при предлагането. Предвид обстоятелството, че участници на пазара предоставят достъп с аналогични функционални характеристики, предназначение и качество, малкото, но трайно повишение на цените на предлаганите от някои от тях услуги, ще доведе непосредствено до отлив на неговите абонати към друго(и) предприятие(я).

При разглеждане на взаимозаменяемостта по-горе основно са разгледани характеристиките на услугата „достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение”, и в допълнение и цените за пакети, включващи достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания. В същото време в настоящия документ се отбелязва същественото увеличение на пакетните услуги, включващи фиксирана телефонна услуга и друга електронна съобщителна услуга. От гледна точка на търсенето, ползването на достъп до обществена телефонна услуга като самостоятелна услуга не може да се счита за напълно взаимозаменяемо с ползването на няколко услуги, включени в пакет. Но от гледна точка на взаимозаменяемостта при предлагането обичайно не съществуват съществени пречки услугите, включени в пакети да бъдат предложени като самостоятелни услуги. В този смисъл достъпът до обществена телефонна мрежа, предлаган като част от пакетна услуга следва да бъде разглеждан като част от разглеждания пазар.

*Въз основа на изследваната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането, КРС счита, че услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставяни чрез посочените по-горе аналогови (PSTN) достъп, ISDN BRA и ISDN PRA достъп, достъп в определено местоположение, предоставян чрез мобилни мрежи и географски номера, и IP-базиран достъп се намират на един пазар.*

### **2.1.1.4. Достъп до обществена телефонна мрежа за домашни потребители и достъп до обществена телефонна мрежа за бизнес потребители**

Отчитайки развитието на съответните пазари на ниво ЕС, както и практиката на националните регулаторни органи на държавите-членки на ЕС по отношение на пазарните анализи, Европейската комисия ревизира списъка с пазари. В *Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 2007 г.* е отбелязано, че в повечето държави-членки условията за достъп до телефонна услуга в определено

местоположение за домашни и бизнес потребители не се различават съществено. Посочено е също, че предоставянето на данни за двете групи потребители от предприятията, които не правят разграничение между домашни и бизнес потребители, често е затруднено. В документа е отбелязано и, че от гледна точка на предлагането тъй като един продукт (в случая PSTN достъп) се ползва както от домашни, така и от бизнес потребители, доставчикът на услугата за бизнес потребители може да предоставя услугата и на домашни потребители при увеличение на цената и обратно<sup>44</sup>.

В резултат на изложеното по-горе в Препоръката за съответните пазари от 2007 г., двата пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители са групирани в един общ пазар на достъп.

В рамките на първия кръг на анализ на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение КРС определи отделни пазари за достъп за домашни и бизнес потребители, основавайки се на различните цени на услугите, на различните маркетингови подходи при предлагането на услугите на тези две групи потребители и основно на преобладаващия брой на активните абонатни постове на бизнес абонати на алтернативните предприятия. Предвид променения списък с пазарите, подлежащи на ex ante регулиране към Препоръката за съответните пазари от 2007 г., в настоящия документ КРС прави отново преглед на взаимозаменяемостта на услугите, предоставяни съответно на домашни и бизнес абонати.

### **Взаимозаменяемост при търсенето**

И двата вида достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение – за домашни и бизнес потребители функционално са идентични поради факта, че преобладаващо се предоставят чрез една и съща инфраструктура и имат еднакви качествени характеристики.

В сравнение с първия кръг на пазарен анализ в периода 2009-2011 г. се наблюдава значително изменение на структурата на фиксираните телефонни постове на алтернативните предприятия от гледна точка на вида на абонатите – бизнес и домашни. Въз основа на предоставените данни са изчислени съотношенията на активните абонатни постове на домашни и бизнес абонати, представени по-горе на фигура 2 и фигура 3, съответно за БТК и общо за алтернативните предприятия. Видно от представеното на фигура 3, съотношението между постове на домашни и бизнес абонати на конкурентните на БТК предприятия е променено съществено и в края на разглеждания период (2011 г.) делът на постове на бизнес абонатите е 28% при 70% през 2007 г., а делът на постове на домашните абонати е 72% през 2011 г. при 30% през 2007 г.

По отношение на цените на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа с цел предоставяне на фиксирана телефонна услуга, предназначени за домашни абонати и бизнес абонати може да се каже, че цените на част от абонаментните планове за бизнес потребители са сравними с цените на отделни абонаментни планове за домашни потребители.

В таблицата по-долу са представени цени за месечни абонаменти на абонаментни планове на предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, чиито абонати съставляват над 90% от общия брой абонати на фиксирана телефонна услуга. Представените в таблицата цени са за месечен абонамент на един гласов канал.

---

<sup>44</sup> Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр. 22 и стр. 28.

Таблица 3

Цени за месечен абонамент за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение към 31.12.2011 г.

| Предприятие                    | Домашни абонати                                                                                             |                                         | Бизнес абонати                                                                                                                       |                                         |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|                                | Наименование на абонаментния план                                                                           | Цена за месечен абонамент (лв. без ДДС) | Наименование на абонаментния план                                                                                                    | Цена за месечен абонамент (лв. без ДДС) |
| БТК                            | Минимум<br>(включени 30 минути<br>селищни разговори)                                                        | 6,50                                    | Стандартен                                                                                                                           | 18,00                                   |
|                                | Стандартен                                                                                                  | 10,00                                   |                                                                                                                                      |                                         |
| "Космо България<br>Мобайл" ЕАД | Globul Home Start*<br>(включени 30 минути за<br>национални фиксирани и<br>международни повиквания - Зона 1) | 4,08                                    | Globul OfficeZone*<br>(включени 40 минути за<br>национални фиксирани<br>мрежи)                                                       | 2,50                                    |
| "Мобилтел" ЕАД                 | Voicebox Basic*<br>(30 минути към<br>национални фиксирани<br>мрежи)                                         | 4,08                                    | Voicebox Business Light*<br>(100 минути към фиксирани<br>национални мрежи и 300<br>минути към 10 мобилни<br>номера на предприятието) | 12,90                                   |

\* Представена е информация за стандартна цена за месечен абонамент и обем включени минути при едногодишен срок на договор, тъй като предприятията не предлагат абонаментни планове без включени минути

Видно от информацията, поместена в таблицата по-горе цените за месечен абонамент на един гласов канал за бизнес абонати на алтернативните предприятия са съпоставими с тези за домашни абонати на историческото предприятие. Дори офертата на „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД за бизнес абонати е по-ниска от цените на БТК за месечен абонамент за домашни потребители<sup>45</sup>. Цената на „МОБИЛТЕЛ” ЕАД за представения план за бизнес потребители е малко по-висока от цената на стандартния план на БТК за домашни потребители, но видно от информацията в таблицата тя включва и трафик от повиквания. Освен абонаментни планове на представените в таблицата предприятия на пазара на фиксирана телефонна услуга се предлагат и други оферти за бизнес потребители, които са съпоставими с предложенията на БТК за домашни потребители. Такива са например офертата на „ВЕСТИТЕЛ” АД за месечен абонамент за един потребител за гласови услуги тип POTS<sup>46</sup> на стойност 7,50 лв. без ДДС, както и офертата на „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ” АД за месечен абонамент за една аналогова линия POTS в размер на 8,00 лв. без ДДС<sup>47</sup>, при ползване на от една до четири броя такива линии и съответно намаление на цената на линия при ползването на повече на брой линии. По-чувствителни различия при цените се наблюдават само при ISDN достъпа, който предоставя повече от един гласов канал, и най-вече при ISDN PRA. Високата цена на този достъп се обуславя от по-високия капацитет, който се предоставя от 30 броя гласови канали, възможността за ползване на централа и други. На практика малко на брой абонати ползват този вид достъп. В периода 2009-2011 г. броят фиксирани

<sup>45</sup> Представени са планове на БТК, които са извън обхвата на универсалната услуга и не са предназначени за хора в неравностойно положение.

<sup>46</sup> <http://www.vestitel.bg/business-clients/telephone>

<sup>47</sup> <http://www.goldtelecom.bg/ratesmy.htm>

телефонни постове с ISDN PRA достъп намалява в абсолютна стойност с близо 17%, като относителният им дял в общия брой фиксирани телефонни постове се изменя от 0,06% през 2009 г. на 0,05% през 2010 г. и 2011 г. По всяка вероятност това са големи бизнес потребители, които са в състояние да договорят индивидуални условия за ползване на услугата, т.е. тяхното поведение не би следвало да оказва съществено влияние върху стандартните оферти за достъп до обществена телефонна услуга.

Разглеждайки взаимозаменяемостта между услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес и домашни потребители следва да се вземе предвид и структурата на бизнес потребителите в България. За целта са отчетени данни на Националния статистически институт, а именно годишни данни за нефинансовите предприятия по групи според броя на заетите лица – КИД 2008<sup>48</sup>. Информация за 2011 г. все още не е налична, но видно от представените данни за 2009 г. и 2010 г. малко над 90% от предприятията попадат в групата на предприятията с брой заети лица до 9. Т.е. може да се приеме, че основната част от бизнес единиците в страната към момента биха могли да ползват планове за домашни абонати, тъй като те нямат необходимост от голям брой гласови канали. В някои от ценовите листи на алтернативните предприятия абонаментните планове не са разделени на такива, предназначени за домашни абонати и за бизнес абонати<sup>49</sup> или изрично е посочено, че бизнес абонатите могат да се възползват от телефонна услуга при същите условия, валидни за домашни абонати<sup>50</sup>.

Въз основа на представеното по-горе, отчитайки изменението в съотношението между постове на бизнес и домашни абонати на алтернативните предприятия, цените на някои абонаментни планове за бизнес абонати, които са съпоставими с тези за домашни абонати, както и структурата на бизнес единиците в страната от гледна точка на броя заети лица, КРС стигна до заключението, че от гледна точка на търсенето за основната част от разглеждания сегмент от пазара на електронни съобщения услугите за достъп за бизнес потребителите могат да бъдат разглеждани като взаимозаменяеми с тези за домашни потребители.

### **Взаимозаменяемост при предлагането**

Видно от събраните данни все по-голям брой от конкурентните на БТК предприятия, започват да предоставят достъп и на домашни абонати. През 2007 г. пет от 15 активни алтернативни предприятия предоставят достъп само на бизнес потребители. През 2011 г., предприятията, които предоставят достъп само на бизнес абонати са четири от 17 активни алтернативни предприятия, като две от предприятията, които през 2007 г. са предоставяли достъп само на бизнес абонати, през 2008 г. са стартирали предоставянето на услуги и за домашни абонати. Т.е. дори и без увеличение на цената за достъп до обществена телефонна услуга от страна на хипотетичен монополист<sup>51</sup>, две от предприятията, които при стартиране на дейност са предлагали услуги за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение само за бизнес абонати са предложили абонаментни планове и за домашни абонати. От друга страна, достъпът до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители и

<sup>48</sup> <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=70>

<sup>49</sup> <http://www.itdnet.net/bg/voice-services.html>;

<sup>50</sup> <http://interbild.net/category/%d1%83%d1%81%d0%bb%d1%83%d0%b3%d0%b8/%d1%82%d0%b5%d0%bb%d0%b5%d1%84%d0%be%d0%bd/>

<sup>51</sup> Цената за инсталация и месечен абонамент на историческото предприятие за най-разпространения абонаментен план за домашни абонати в периода на първия пазарен анализ - „У дома 50” не е променяна от предходния анализ



достъпът до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни потребители технологично се организират по един и същи начин. Предприятията използват едни и същи мрежови съоръжения и интерфейси за предоставянето на даден вид достъп на домашни и бизнес потребители. В тази връзка не съществуват технологични предимства при предоставянето на достъп на различни категории потребители. Въз основа на това КРС счита, че за преобладаващата част от разглеждания сегмент от пазара на електронни съобщения, услугите за достъп за домашни потребители и услугите за достъп за бизнес потребители могат да се считат за достатъчно взаимозаменяеми, от гледна точка на предлагането, за да се разглеждат на един пазар.

Отчитайки настъпилите промени на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение по отношение на предлагането на услуги на домашни и бизнес потребители, както и бележката на ЕК по отношение на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение при ревизирането на списъка с пазари, подлежащи на ex ante регулиране към Препоръката за съответните пазари от 2007 г., КРС стигна до заключението, че услугите за достъп до обществена телефонна мрежа за домашни потребители и услугите за достъп до обществена телефонна мрежа за бизнес потребители следва да бъдат включени на един пазар.

## **2.2. Съответен географски пазар**

Съгласно Насоките за пазарните анализи и чл. 14, ал. 1 от Методиката, географският обхват на съответния пазар в сектора на електронните съобщения се определя въз основа на два 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 два критерия географският пазар може да бъде определен като местен, регионален, национален или обхващащ територията на две или повече страни (например общеевропейски 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 обхват на пазара на достъп до обществени телефонни услуги в определено местоположение. Националният обхват на разглеждания пазар произтича от обстоятелството, че условията и цените на услугата са хомогенни на територията на страната, а именно:

- историческото предприятие предоставя достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение в над 83% от населените места в България при еднакви условия и цени на услугите;
- цените на услугите на конкурентните предприятия и условията за предоставянето им също са унифицирани на национално ниво и не зависят от обхвата и покритието на мрежите им.

Законовите и регулаторните<sup>52</sup> изисквания за предоставяне на услугата „достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение” се отнасят до предоставяне на услугата на територията на Република България.

### **2.3. Заключение**

В резултат на изследваната взаимозаменяемост на различните видове достъп до обществена телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение КРС определи пазар на достъп до обществена телефонна мрежа, който включва следните видове достъп, в зависимост от интерфейса при крайния потребител, чрез които се предоставя обществена телефонна услуга в определено местоположение (чрез географски номера):

- аналогов достъп;
- цифров ISDN достъп;
- IP-базиран достъп;
- достъп чрез обществена мобилна наземна мрежа и географски номера.

Определеният пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение включва както услугите за достъп за домашни потребители, така и услугите за достъп за бизнес потребители. Географският обхват на определения пазар е територията на Република България.

### **3. Пазар на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение**

Пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители в определено местоположение, отпадат от списъка с пазари, подлежащи на ex ante 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 2007 г. е посочено основанието за направените заключения, а именно, че регулирането на съответния пазар на едро (пазарът 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 услугите „избор на оператор за всяко повикване” 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 местоположение<sup>53</sup>.

През 2009 г. КРС извърши първия кръг на анализ на пазарите на дребно за обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, като определи четири пазара на дребно, съгласно списъка към Препоръката за

---

<sup>52</sup> Разрешенията за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера за осъществяване на обществени електронни съобщения чрез обществена електронна съобщителна мрежа и предоставянето на фиксирана телефонна услуга се отнася до предоставянето на услугата на територията на Република България.

<sup>53</sup> Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 17.12.2007 г., стр. 28.

съответните пазари от 2003 г., подлежащи на ex ante регулиране, определи предприятие със значително въздействие на тези пазари и му наложи специфични задължения<sup>54</sup>.

В настоящата точка КРС прави преглед на услугите, включени в дефиницията на пазарите на дребно за обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, приета през първия кръг пазарни анализи, с цел да се оцени доколко тя е актуална към момента, както и дали през разглеждания период 2009 – 2011 г. са настъпили промени в пазарните условия, които да наложат изменение на тази дефиниция.

### **3.1. Определяне на продуктовия пазар**

Определянето на пазара е свързано с идентифицирането на продуктите и/или услугите, конкуриращи се на един и същи пазар. При определянето на пазара КРС отчита степента на взаимозаменяемост между услугите (в т.ч. верижна взаимозаменяемост), потенциалните преки и непреки ограничения, както и други характеристики като пакетни услуги, ценова дискриминация и др.

С цел определяне на продуктовия обхват на пазара на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, КРС оценява взаимозаменяемостта при търсене и предлагане на следните видове услуги, като отчита и тенденциите, установени в периода 2009 – 2011 г.:

- обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа и мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA);
- обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и VoIP услуги.
- повиквания от географски към географски номера и повиквания от географски към негеографски номера;
- обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги;
- обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители.

#### **3.1.1. Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа и мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA)**

В първия кръг на пазарен анализ КРС изследва взаимозаменяемостта при търсене и предлагане между обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа и мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA)<sup>55</sup>, като прави заключение, че тези услуги не принадлежат към един пазар. За да оцени дали към момента на настоящия анализ не са настъпили промени

<sup>54</sup> Решение на КРС № 650/25 06.2009 г.

<sup>55</sup> Приложение към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г., Раздел V, т. 4.1.5.

при търсенето и предлагането на тези видове услуги, КРС изследва взаимозаменяемостта от гледна точка на търсенето и от гледна точка на предлагането.

***Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа***

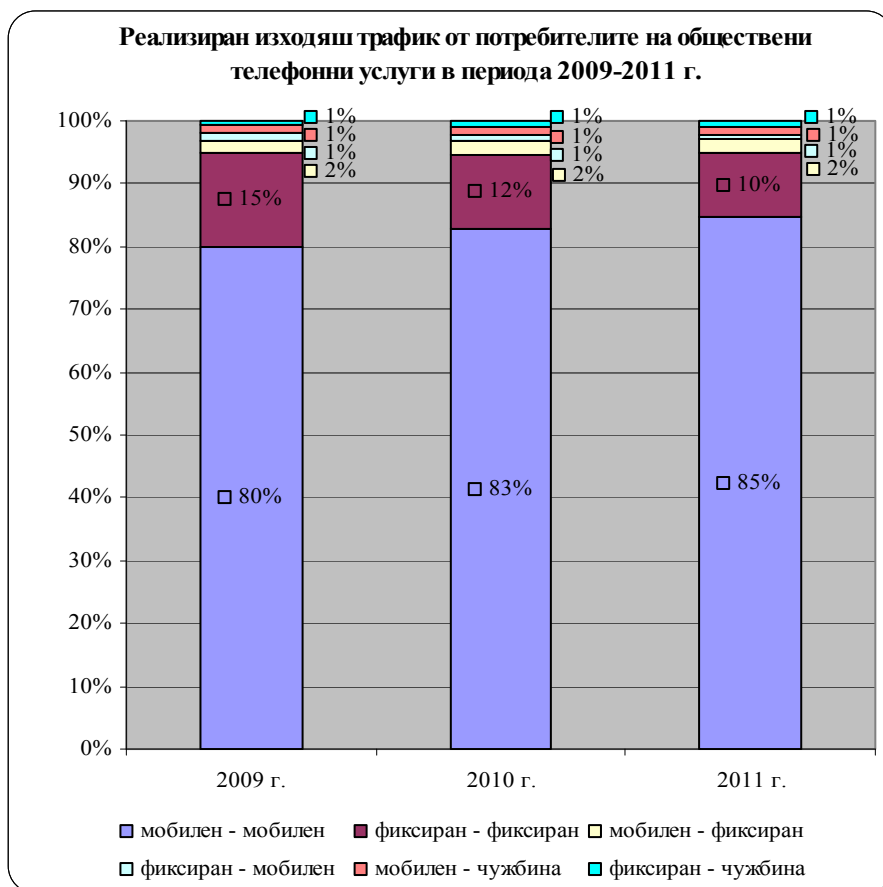
#### ***Взаимозаменяемост при търсенето***

Анализът на характеристиките на услугите и тяхното предназначение позволява да се ограничи обхватът на изследваните възможни заместители. Въпреки това, продуктите характеристики и предназначението, сами по себе си, са недостатъчни, за да се определи дали две услуги са взаимозаменяеми от гледна точка на търсенето. Фиксираната телефонна услуга, както и мобилната имат много общи характеристики, свързани с възможността за осъществяване и приемане на повиквания, възможност за ползване на услуги за достъп до интернет и др. И независимо че, от потребителска гледна точка, предназначението на двете услуги е сходно, а именно осъществяване на телефонни повиквания, основната функция, която ги разграничава, е мобилността. Докато при мобилните телефонни услуги могат да се осъществяват и приемат повиквания във всяка географска точка, в която е налично покритие на мрежата, то при фиксираните мрежи входящи и изходящи повиквания са достъпни единствено във фиксирана точка. В този смисъл, от функционална гледна точка е много малко вероятно потребителите на мобилни услуги да се откажат от уникалните характеристики на мобилната услуга и да предпочетат да я заменят с фиксирана такава, докато противоположният вариант е възможен. И тъй като взаимозаменяемост на двете услуги се наблюдава само в една посока, може да се направи извод, че между телефонните услуги, предоставяни в определено местоположение и тези, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа, е налице асиметрична взаимозаменяемост<sup>56</sup>.

На следващата графика е представена информация за реализирания гласов трафик от потребителите на обществени телефонни услуги в България в периода 2009 – 2011 г.

---

<sup>56</sup> BEREC Report on Impact of Fixed-Mobile Substitution in Market Definition, p. 11 - [http://www.erg.eu.int/doc/consult/bor\\_12\\_52\\_fms\\_report\\_final%20%282%29.pdf](http://www.erg.eu.int/doc/consult/bor_12_52_fms_report_final%20%282%29.pdf)



**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 21**

От графиката се вижда, че относителните дялове на трафика от фиксирани мрежи към мрежи извън страната, от фиксирани към мобилни мрежи, от мобилни към мрежи извън страната и от мобилни към фиксирани мрежи, се запазват непроменени в периода 2009 – 2011 г. Следва да се отбележи обаче, че в абсолютно изражение единствено трафикът от фиксирани мрежи към мобилни мрежи намалява за периода на анализа

Делът на трафика от мобилни към мобилни мрежи нараства както в относително, така и в абсолютно изражение, но с темпове, които са по-ниски в сравнение с темповете, отчетени при първия кръг анализи на пазарите на дребно. Със същите темпове намалява трафикът от фиксирана към фиксирана мрежа. Според КРС тази тенденция е свързана с предпочитанието на потребителите да комуникират посредством мобилните си телефони, в случай, че са абонати на мобилни мрежи, отколкото да осъществяват повиквания от фиксирана към мобилна мрежа.

Въз основа на представените данни, както и на тенденцията в последните няколко години на обвързване на различни видове електронни съобщителни услуги в пакет, в т.ч. мобилна и фиксирана телефонна услуга (например четворна пакетна услуга, включваща фиксирана телефонна услуга, мобилна гласова услуга, интернет и телевизия), КРС заключава, че потребителите разглеждат двете услуги по-скоро като взаимнодопълващи се, отколкото като взаимозаменяеми.

За да се определи как потребителите оценяват различните характеристики на фиксираната и мобилната телефонна услуга, независимо от наличието на асиметрична взаимозаменяемост между тях от функционална гледна точка, КРС разглежда ценовите

равнища на двете услуги и реакцията на потребителите към относителната промяна в цените, тъй като различните характеристики между тях, сами по себе си, не са достатъчно основание, за разглеждането им в различни пазари.

В таблица 4 по-долу са представени средните цени на дребно, изчислени въз основа на данни за приходите и трафика в минути за повиквания, генерирани от фиксирани и от мобилни мрежи<sup>57</sup>.

**Таблица 4**

| Вид трафик                                   | Средна цена за повиквания (в лв./мин.) през 2011 г.* | Вид трафик                                    | Средна цена за повиквания (в лв./мин.) през 2011 г.** |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| в рамките на дадена фиксирана мрежа          | 0,050                                                | в рамките на дадена мобилна мрежа             | 0,061                                                 |
| от фиксирана мрежа към друга фиксирана мрежа | 0,045                                                | от мобилна към други мобилни мрежи в страната | 0,214                                                 |
| от фиксирана мрежа към мобилна мрежа         | 0,239                                                | от мобилна към фиксирани мрежи в страната     | 0,095                                                 |
| от фиксирана мрежа към мрежа извън страната  | 0,291                                                | от мобилна мрежа към мрежи извън страната     | 0,353                                                 |

\* Средните цени са изчислени като отношение между приходите от абонати за проведени разговори (в лева) към реализирания трафик (в минути).

\*\* Средните цени са изчислени като отношение между общите приходи, генерирани от предоставянето на изходящи повиквания към определен тип мрежа, и общия обем на изходящия трафик към тази мрежа. Следва да се отбележи, че при изчисляването на средните цени са взети предвид и приходите от месечен абонамент, като тази сума е разпределена пропорционално в зависимост от съотношението на трафика.

От поместените в таблицата средни цени е видно, че цените на повикванията в рамките на дадена фиксирана мрежа и в рамките на дадена мобилна мрежа (on-net повиквания) са съпоставими. Същото се наблюдава и при цените на повикванията от фиксирана към мобилна мрежа и от мобилна към мобилна мрежа. От друга страна, обаче, ценовите равнища на останалите видове трафик, генериран от фиксирани мрежи, са по-ниски от същите, генерирани от мобилни мрежи. Средната цена за единица трафик от фиксирана към друга фиксирана мрежа е над 2 пъти по-ниска от цената на трафика от мобилна към фиксирана мрежа, а при средните цени на международните повиквания разликата е 1,2 пъти. В този смисъл, КРС счита, че за да оптимизират разходите си за осъществяване на телефонни повиквания потребителите на гласови телефонни услуги, биха ползвали едновременно фиксиран и мобилен достъп и телефонна услуга, т.е. при прилагане теста на хипотетичния монополист по отношение на цената на повикванията от фиксирана мрежа, е по-вероятно даден потребител да допълни своя фиксиран достъп с мобилен, отколкото да го замени с него. В допълнение, както беше посочено в частта за взаимозаменяемостта между достъпа до фиксирана и достъпа до мобилна мрежа, КРС представя и резултатите от проведеното проучване на Евробарометър<sup>58</sup> през месец декември 2011 г., според което 43% от домакинствата в България ползват както фиксирани, така и мобилни телефонни услуги. Този показател е нараснал с 2 процентни пункта спрямо проучването, проведено в началото на 2011.

<sup>57</sup> Изчисляването на този показател се налага поради наличието на изключително голямо разнообразие от абонаментни планове на участниците на пазара, което прави съпоставянето на цените практически невъзможно.

<sup>58</sup> Special Eurobarometer 381

От представената по-горе информация, КРС прави заключение, че от гледна точка на търсенето телефонните услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа не принадлежат към пазара на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, но имат способността да ограничават конкуренцията на последния.

#### ***Взаимозаменяемост при предлагането***

Когато се изследва взаимозаменяемостта при предлагането, следва да се определи дали предприятие, осъществяващо дейност на пазара на мобилни телефонни услуги, е в състояние в краткосрочен план да навлезе на пазара на фиксирани телефонни услуги, вследствие на малко, но трайно увеличение (5 – 10%) на цената на последните от хипотетичния монополист, без значителни допълнителни разходи.

Към момента на изготвяне на настоящия анализ, няма предприятие, което да осъществява дейност по предоставяне на мобилни телефонни услуги и да не е навлязло на пазара на фиксирани телефонни услуги. Както беше отбелязано, още в края на 2007 г. и началото на 2008 г. предприятията, предоставящи услуги чрез мобилни наземни мрежи, започнаха предоставянето на фиксирана телефонна услуга чрез мобилните си мрежи. В този смисъл, предприятие, предоставящо мобилна гласова услуга, може сравнително лесно да започне да предлага обществено достъпна телефонна услуга в определено местоположение в рамките на кратък период от време и без допълнителни разходи. В обратния случай, предприятие, предоставящо фиксирана телефонна услуга, е малко вероятно да започне да предоставя мобилна гласова услуга вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на последната, тъй като това е свързано с ползването на индивидуално определен ограничен ресурс – радиочестотен спектър и със значителни инвестиции в изграждане на мобилна наземна мрежа.

Взимайки предвид тези аргументи, КРС стига до заключението, че от гледна точка на предлагането не е налице достатъчна взаимозаменяемост между двата вида обществено достъпни телефонни услуги.

#### ***Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мрежа за ширококолов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA)***

##### ***Взаимозаменяемост при търсенето***

В частта за взаимозаменяемостта по отношение на достъпа до фиксирана мрежа и достъпа до мрежа за ширококолов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) (т. 2.1.1.2 от настоящия раздел) бяха описани характеристиките между двете услуги и беше направен извод, че те не са взаимозаменяеми от потребителска гледна точка и не принадлежат към един и същи пазар.

В началото на периода 2009 – 2011 г. предприятията, предоставящи повиквания чрез мрежи за ширококолов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) с негеографски номера на потребителите в България, са общо две, но в края на 2011 г. едно единствено предприятие реално осъществява тази дейност. Имайки предвид:

- характеристиките на двете услуги;
- все още ниската степен на покритие на мрежата на предприятието (xxx% - търговска тайна) покритие по територия), което ограничава достъпа на

потребителите до услуги чрез мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA);

- ограниченото потребление на тези услуги към момента на извършване на анализа (както беше отбелязано, абонатите на този вид гласова услуга представляват едва 0,01% от общия брой абонати на гласови услуги),

КРС достига до заключението, че осъществяването на повиквания чрез негеографски номера 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 период.

### ***Взаимозаменяемост при предлагането***

Както беше изяснено в т. 1.2.2.1. от настоящия раздел, по отношение на достъпа до фиксирана мрежа и достъпа до мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA), при малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на фиксирана телефонна услуга от хипотетичния монополист, е малко вероятно предприятие, предоставящо телефонни услуги чрез мрежа за широколентов безжичен достъп, да навлезе на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение в рамките на кратък период от време, тъй като този преход е свързан с голям обем инвестиции, необходими за изграждане на достъп до крайните потребители, необходимост от ползване на ограничен ресурс – географски номера и редица структурни бариери.

В този смисъл КРС счита, че двете услуги не са взаимозаменяеми от гледна точка на предлагането и не следва да бъдат включени в един пазар.

*Анализирайки взаимозаменяемостта при търсенето и при предлагането на обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение чрез фиксирана мрежа и чрез мобилна наземна мрежа, както и на обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение и обществено достъпна телефонна услуга, предоставяна чрез мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA), КРС прави заключение, че тези услуги не принадлежат към един пазар.*

### **3.1.2. Обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и VoIP услуги**

Както вече беше отбелязано в т. 2.1. от настоящия раздел, КРС счита, че IP-базираният достъп на изследвания пазар следва да се разглежда само по отношение на предоставянето на управляеми VoIP услуги, които по отношение на характеристиките, качеството на услугата и цената ѝ, могат да се разглеждат като взаимозаменяеми с останалите обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

КРС следва да определи дали неуправляемите VoIP услуги попадат в обхвата на изследвания пазар на дребно.

### ***Взаимозаменяемост при търсенето***

От гледна точка на функционалните характеристики, съществуват много различия, поради които неуправляемите VoIP услуги не могат да бъдат считани като алтернатива на традиционната телефония, а именно:



- услугата не е свързана с определено местоположение – потребителите могат да се свързват чрез различни крайни точки на мрежата, независимо къде се намират те, в които може да осъществяват или приемат повиквания;
- качеството на услугата не е гарантирано;
- при предоставянето на неуправляеми VoIP услуги не се използват номера от ННП;
- по отношение на достъпа до единен европейски хармонизиран номер за достъп до спешни повиквания 112, в някои случаи предоставянето на пълна информация за местоположението на потребителя е затруднено и не могат да се осъществят повиквания към този номер;
- сигурността на връзката е негарантирана при телефонните услуги, предоставяни чрез общ канал, използвайки мрежата за достъп на трета страна.

Поради гореспоменатите характеристики на неуправляемите VoIP услуги, КРС счита, че те не могат да бъдат взаимозаменяеми с традиционната телефония.

### ***Взаимозаменяемост при предлагането***

Когато се изследва взаимозаменяемостта при предлагането, следва да се определи дали предприятие, предоставящо неуправляеми VoIP услуги, е в състояние в краткосрочен план да навлезе на пазара на фиксирани телефонни услуги, вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на последните от хипотетичния монополист, без значителни допълнителни разходи.

Както бе посочено по-горе в анализа на взаимозаменяемостта от гледна точка на търсенето, при предоставянето на този вид услуги не се използват номера от ННП. В тази връзка предприятията, предоставящи VoIP услуги, следва да направят значителни инвестиции в своите мрежи с цел осигуряване на качество на услугата в съответствие с изискванията за предоставяне на обществена телефонна услуга, след което на същите следва да бъдат предоставени номера от ННП, които условия ограничават възможността предприятията да започнат да предоставят обществена телефонна услуга в краткосрочен план.

От друга страна предприятията, предоставящи обществена телефонна услуга могат в кратък срок да започнат да предоставят VoIP услуги вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на същите.

От горепосоченото е видно, че по отношение на двата вида услуги е налице недостатъчна взаимозаменяемост, поради което КРС счита, че неуправляемите VoIP услуги не могат да бъдат разглеждани като взаимозаменяеми на обществената телефонна услуга в определено местоположение.

### **3.1.3. Повиквания от фиксирана мрежа към географски номера и повиквания към негеографски номера**

В първия кръг на анализ на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, беше направен изводът, че повикванията към географски и повикванията към негеографски номера се включват в един пазар на база на установена взаимозаменяемост между двата вида повиквания от гледна точка на

предлагането на услугите<sup>59</sup>. Според КРС обаче потребителите на фиксирана телефонна услуга не възприемат двете услуги като изцяло взаимозаменяеми.

С цел да се установи дали са настъпили промени при търсенето и предлагането на повикванията към географски и повикванията към негеографски номера в периода на настоящия анализ, КРС изследва взаимозаменяемостта между повикванията към географски номера и:

- повиквания към мобилни наземни мрежи;
- повиквания към мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) с негеографски номера;
- повиквания към номера за комутируем достъп до интернет;
- повиквания към негеографски номера от типа 700XYZZZ, 800XYZZZ, 90XYTZZZ и кратки номера.

В текста по-долу е анализирана и оценена взаимозаменяемостта между повикванията към географски и повикванията към мобилни наземни мрежи, поради слабото проникване на останалите видове изброени негеографски номера<sup>60</sup>.

### ***Взаимозаменяемост при търсене***

По отношение на повикванията към мобилна и повикванията към фиксирана мрежа, двете услуги не могат да се възприемат от потребителите като пълни заместители. Те могат да се считат за взаимозаменяеми единствено в случаите, в които търсената страна е абонат на мобилен оператор и се намира на място, в което е налична и телефонна услуга в определено местоположение. В останалите случаи, ако е необходимо незабавно осъществяване на връзка, търсещият няма друга алтернатива, освен да осъществи повикване към мобилната мрежа.

В подкрепа на ограничената взаимозаменяемост между двете услуги е и наличието на различия от функционална гледна точка. Връзката към мобилна наземна мрежа може да бъде преустановена в някои зони, в които липсва покритие на мобилната мрежа.

Спадът в обема на трафика от фиксирани към мобилни мрежи е друг довод за наличието на ограничена взаимозаменяемост от страна на търсенето. За периода на анализа той е в размер на 15,8%. Това може да се дължи на разликата в цените между повиквания от фиксирана към мобилна мрежа и повиквания от мобилна към мобилна мрежа. В различните тарифни планове цените на двете услуги се движат в голям диапазон, затова КРС взема предвид средните цени, които са изчислени като отношение между приходите от абонати за проведени разговори (в лева) към реализирания трафик (в минути) и които са представени в таблица 9 по-горе. В таблицата се вижда, че цените на повикванията от фиксирана към мобилна мрежа са по-високи от цените от мобилна към мобилна мрежа. Следва да се има предвид, че в рамките на една и съща мобилна мрежа цената може да бъде равна на 0 при определени тарифни планове. В тази връзка потребителите биха предпочели да осъществяват повиквания към мобилни мрежи от мобилния си телефон, вместо от определено местоположение.

<sup>59</sup> Приложение към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г., Раздел V, т. 4.1.8.

<sup>60</sup> Относителният дял на трафика към мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) и към номера за комутируем достъп до интернет в общия обем национален трафик, е по-малко от 0,1%, докато дялът на повикванията към негеографски номера е малко над 2%

По отношение на повикванията към останалите видове негеографски номера за достъп до услуги, КРС подчертава, че предприятията предоставят на крайните потребители възможност за осъществяване на обществени телефонни услуги в определено местоположение към географски и негеографски номера като неразделна част от обществената телефонна услуга. Въпреки че придобива тази възможност, потребител, който желае да осъществи повикване към географски номер не би възприел повикването към негеографски като възможен заместител.

Взимайки предвид изложеното по-горе, КРС счита, че от гледна точка на търсенето не е налице достатъчна взаимозаменяемост между повикванията към географски и повикванията към негеографски номера

#### ***Взаимозаменяемост при предлагане***

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането, изводите, които КРС е направила при първия кръг анализи на пазарите на дребно на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, са валидни и за настоящия анализ. За предоставянето на възможност на абонатите си да осъществяват повиквания към негеографски номера при малко, но трайно увеличение на цената, предприятие, предоставящо обществени телефонни услуги в определено местоположение с възможност за повиквания към географски номера, е необходимо да сключи договори за взаимно свързване със съответните предприятия, в мрежите на които следва да се терминира повикването. Това би следвало да се осъществи в рамките на кратък период от време и да не е съпроводено с необходимост от реализиране на значителни допълнителни разходи за въпросното предприятие.

Въз основа на горното КРС прави извода, че от гледна точка на предлагането е налице взаимозаменяемост между повиквания към географски номера и повиквания към негеографски номера.

*КРС счита, че на база ограничената взаимозаменяемост при търсенето и от гледна точка на взаимозаменяемостта при предлагането, повиквания от географски към географски номера и от географски към негеографски номера, принадлежат към един и същи пазар.*

#### **3.1.4. Обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги**

В Разяснителната бележка към Препоръката за съответните пазари от 2003 г. е посочено, че абонатите не възприемат селищните, междуселищните и международните телефонни повиквания като взаимозаменяеми. От друга страна по отношение на предлагането са налице обстоятелства, които следва да се вземат под внимание при изследване дали националните и международните телефонни услуги попадат в рамките на един пазар.

#### ***Взаимозаменяемост при търсенето***

В първия кръг на анализ на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, КРС доказва, че международните телефонни повиквания не се възприемат от абонатите като взаимозаменяеми с

националните, поради липса на функционална взаимозаменяемост и следователно не принадлежат към един и същ пазар<sup>61</sup>.

В периода на настоящия анализ КРС изследва дали ситуацията на пазара се е променила от гледна точка на възприятията на абонатите спрямо изводите, направени при предишния анализ на пазарите на дребно на повиквания.

Регулаторът счита, че потребителите не са променили начина, по който възприемат националните и международните телефонни повиквания, а именно, че не са взаимозаменяеми от гледна точка на предназначението на двете услуги, тъй като едните повиквания се терминират в националната, а другите – в международна мрежа. Освен това тарифите на националните повиквания като правило са по-ниски от тарифите на международните, като последните са групирани в зависимост от дестинацията, за която е предназначено повикването.

### ***Взаимозаменяемост при предлагането***

За да започне предлагане на национални/международни услуги, при малко, но трайно увеличение на цената на международните/националните телефонни 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. КРС счита, че това би било съпроводено с разход на време, което би попретило на предприятието да навлезе за кратък период на интересуващия го пазар, а също така и с необходимост от изграждане на допълнителна собствена инфраструктура за физическа реализация на международното свързване или наемането/закупуването на услуги на едро, чрез които то да бъде осъществено<sup>62</sup>. Като допълнение, следва да се отбележи също, че предприятията, които предоставят национални повиквания на разглежданите пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, предоставят също и международни и е малко вероятно някое от тях да премине изцяло към предоставяне на международни повиквания при увеличаване на цената на същите с 5-10%. Очаква се в периода до следващия пазарен анализ тези предприятия да продължат да предоставят и двете услуги.

*КРС счита, че на база анализираната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането на обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги, те не принадлежат към един и същи пазар.*

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

Анализирайки взаимозаменяемостта при търсенето и при предлагането между обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и за бизнес потребители в първия кръг на пазарен анализ, КРС направи заключение, че съществуват отделни пазари за двата типа потребители<sup>63</sup>.

С цел да се определи дали са настъпили промени в характеристиките на пазара и в търсенето и в предлагането на двата вида услуги, КРС анализира дали съществува взаимозаменяемост между обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в

<sup>61</sup> Приложение към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г., Раздел V, т. 4.1.7.

<sup>62</sup> Приложение към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г., Раздел V, т. 4.1.7.

<sup>63</sup> Приложение към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г., Раздел V, т. 4.1.4.

определено местоположение за домашни потребители и обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители от гледна точка на търсенето и на предлагането.

### ***Взаимозаменяемост при търсенето***

КРС приема, че фиксираните телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители, са взаимозаменяеми от гледна точка на функционалните им характеристики, поради факта, че се предоставят чрез една и съща инфраструктура и имат еднакви качествени характеристики. Въпреки това някои доставчици имат различен маркетингов подход и предлагат различни услуги, в т.ч. различни процентни отстъпки и срокове за обслужване на потребителите, в зависимост от това към коя потребителска група е насочена услугата. Тези условия ограничават степента на взаимозаменяемост при търсенето между фиксираните телефонни услуги, предоставяни на различните категории крайни потребители.

От друга страна, при проведено проучване<sup>64</sup> от страна на КРС във връзка с изготвяне на настоящия анализ, на въпроса дали при услугата телефонни повиквания има различни условия за домашни и бизнес абонати, 14 от общо 26 попълнили този въпрос предприятия са дали отрицателен отговор.

Останалите предприятия са отговорили положително, като 75% от тях обосновават отговора си с наличието на различни тарифни планове за домашни и за бизнес потребители. В този смисъл, е въпрос на избор и предпочитание от страна на крайните потребители да станат абонати или на предприятие, което диференцира маркетинговите си стратегии от гледна точка на тарифни планове и процентни отстъпки за домашни и бизнес потребители, или на такова, което не прави такава диференциация.

КРС изследва цените, представени в стандартните ценови листи по тарифни планове, публикувани на интернет страниците на част от предприятията, отговорили положително на цитирания по-горе въпрос, като обобщените данни са представени в таблицата по-долу.

---

<sup>64</sup> Въпросник съгласно Решение № 1366/31.05.2012 г. на КРС

**Цени, представени в тарифни планове за предоставяне на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение на домашни и бизнес потребители (цените са представени в лв./мин., без ДДС)**

**Таблица 5**

| Тарифен план                                     | Повиквания в рамките на същата фиксирана мрежа |             |              |             | Повиквания към други фиксирани мрежи |             |              |             | Повиквания към мобилни мрежи |                 | Брой включени минути                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------|--------------|-------------|--------------------------------------|-------------|--------------|-------------|------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  | Селищни                                        |             | Междуселищни |             | Селищни                              |             | Междуселищни |             |                              |                 |                                                                                                                                                                |
|                                                  | силен трафик                                   | слаб трафик | силен трафик | слаб трафик | силен трафик                         | слаб трафик | силен трафик | слаб трафик | към собствената мрежа        | към други мрежи |                                                                                                                                                                |
| БТК                                              |                                                |             |              |             |                                      |             |              |             |                              |                 |                                                                                                                                                                |
| Стандартен - за домашни потребители              | 0,015                                          | 0,00        | 0,07         | 0,00        | 0,015                                | 0,00        | 0,07         | 0,00        | 0,21                         | 0,21            |                                                                                                                                                                |
| Стандартен - за бизнес потребители               | 0,015                                          | 0,00        | 0,07         | 0,00        | 0,015                                | 0,00        | 0,07         | 0,00        | 0,21                         | 0,21            |                                                                                                                                                                |
| ISDN 30B+D за бизнес потребители                 | 0,015                                          | 0,00        | 0,07         | 0,00        | 0,015                                | 0,00        | 0,07         | 0,00        | 0,21                         | 0,21            |                                                                                                                                                                |
| МОБИЛТЕЛ                                         |                                                |             |              |             |                                      |             |              |             |                              |                 |                                                                                                                                                                |
| Basic за домашни потребители                     | 0,0083                                         |             |              |             | 0,04                                 |             |              |             | 0,27                         |                 | 30 мин. - включени минути към национални фиксирани мрежи с 1-годишен абонамент                                                                                 |
| OFFICEBOX NO LIMIT за бизнес потребители         | 0,0083                                         |             |              |             | 0,04                                 |             |              |             | 0,12                         | 0,28            | 100 мин - включени към фиксирани мрежи в страната<br>2000 мин - включени в Мобилен VPN или към 5 мобилни М-Тел номера                                          |
| КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ                            |                                                |             |              |             |                                      |             |              |             |                              |                 |                                                                                                                                                                |
| GLOBUL Home Start за домашни потребители         | 0,0083                                         |             |              |             | 0,04                                 |             | 0,07         |             | 0,27                         |                 | 60 мин. - промоционални включени минути за разговори към всички национални фиксирани мрежи и международни разговори към Зона 1 за едногодишен срок на договора |
| GLOBUL Office Call Manager за бизнес потребители | 0,0083                                         |             |              |             | 0,017                                |             | 0,058        |             | 0,27                         |                 | 250 мин. - споделени безплатни минути към национални фиксирани и Международна зона 1/ на месец / за всички номера                                              |
| АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК                                 |                                                |             |              |             |                                      |             |              |             |                              |                 |                                                                                                                                                                |
| FIX BASIC - за домашни и бизнес потребители      | 0,00                                           |             |              |             | 0,035                                |             | 0,04         |             | 0,19                         |                 |                                                                                                                                                                |
| FIX STANDARD - за домашни и бизнес потребители   | 0,00                                           |             |              |             | 0,03                                 |             | 0,035        |             | 0,19                         |                 | 1000 мин. - включени за разговори към фиксирани мрежи в България, Европейски съюз, САЩ & Канада и мобилни мрежи в САЩ & Канада                                 |

От представената информация е видно, че цените за бизнес потребителите са подобни или идентични с тези на домашните потребители, като само в някои случаи се наблюдават минимални различия, в зависимост от вида на мрежата, в която се терминира повикването.

Ето защо, по отношение на взаимозаменяемостта при търсенето, различията между двете категории крайни потребители се определя основно от различните им потребности.

На база на анализираната взаимозаменяемост при търсенето, КРС прави заключение, че обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни и за бизнес потребители, практически са идентични една с друга и следва да се разглеждат в рамките на един и същи пазар.

### ***Взаимозаменяемост при предлагането***

Част от предприятията, предлагащи достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение в България, предлагат оферти както за бизнес, така и за домашни потребители. Данните, предоставени от алтернативните предприятия, сочат, че към края на 2011 г. 27% от техните активни абонатни постове са служебни. За сравнение, към края на 2007 г. (първи кръг пазарен анализ на пазарите за повиквания на дребно) този процент е бил 70. През 2011 г. четири от тези предприятия посочват, че предоставят обществена телефонна услуга в определено местоположение единствено на бизнес потребители. Въпреки това КРС счита, че в случай на малко, но трайно увеличение на цената от страна на хипотетичния монополист на услугите за повиквания, предназначени или за домашни, или за бизнес потребители, е много вероятно предприятие, предоставящо услуги към едната категория потребители да се преориентира и към другата, без това да е съпроводено от значителни допълнителни разходи на време и ресурси.

*Въз основа на изследваната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането, КРС счита, че обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за домашни потребители и обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение за бизнес потребители, принадлежат към един пазар.*

### **3.2. Определяне на съответен географски пазар**

Съгласно критериите, посочени в т. 2.2. от настоящия раздел по отношение на съответния географски пазар и вземайки предвид разпоредбите на европейското и националното законодателство, КРС определя територията на Република България за географски обхват на пазара на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. Националният обхват на разглеждания пазар може да се обоснове с обстоятелството, че условията и цените на услугата са хомогенни на територията на страната, в т.ч.:

- историческото предприятие предоставя национални обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение чрез своята мрежа на територията на (xxx - търговска тайна) (83,4%) от общо 5302<sup>65</sup> населени места в България, като тарифите на предоставяните услуги са унифицирани на национално ниво;

- мобилните предприятия, които предоставят фиксирана телефонна услуга чрез мобилната си мрежа за достъп, обхващат над 99% покритие по територия и по

---

<sup>65</sup> По данни на НСИ

население, като тарифите, на които се предоставя услугата също са унифицирани на национално ниво;

- предприятия, предоставящи услугата „избор на оператор” чрез закупуване на услугата „генериране” (с индиректен достъп до абонатите на историческото предприятие) предоставят обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение с обхват, който зависи от покритието на мрежата на предприятието със значително въздействие върху пазара, задължено да предоставя тази услуга. Съобразно ценовите ограничения при осигуряване на взаимно свързване, наложени с Решение № 1361/31.05.2012 г., конкурентните предприятия биха могли да предоставят фиксирана телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор” на територията на страната на унифицирана цена.

- останалите предприятия (кабелни и интернет доставчици) предоставят услугата обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение на територията на по-малък брой населени места, но с уеднаквиени тарифи, в обхвата на разгърнатите собствени мрежи за достъп.

### **3.3. Заключение**

В резултат на изследваната взаимозаменяемост между различните видове обществено достъпни телефонни услуги, КРС определи два пазара на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, както следва:

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

Географският обхват и на двата пазара е територията на Република България.

## **4. Прилагане теста на трите критерия**

Съгласно Препоръката за съответните пазари от 2007 г. пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение, отпадат от списъка на пазари, подлежащи на ex ante регулиране.

Съгласно чл. 152, ал. 5 от ЗЕС, при определяне на съответен пазар, различен от посочените в приложимия акт на Европейската комисия, КРС се ръководи от принципите на конкурентното право и изследва дали посочените, по-долу критерии са изпълнени 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.

Извършеният анализ на трите критерия при първия кръг анализи на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение показва, че горепосочените критерии са изпълнени и те бяха определени за пазари, подлежащи на ex ante регулиране с Решение № 650/25.06.2009 г. на КРС.



В рамките на втория кръг на анализ, с цел да се установи дали дефинираните пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение (виж т. 2.3. и т. 3.3. на настоящия раздел) са съответни и подлежат на ex ante регулиране, КРС прилага теста на трите критерия.

При определяне на продуктивния обхват на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение КРС изследва взаимозаменяемостта от гледна точка на търсенето и предлагането на всички видове достъп обществени телефонни мрежи, предоставяни чрез географски номера от ННП. На база на разгледаните функционални характеристики, предназначение и цени на предлаганите видове достъп КРС определи един пазар за домашни и бизнес потребители, включващ аналогов достъп, цифров ISDN достъп, IP-базиран достъп и достъп чрез обществена мобилна наземна мрежа и географски номера.

КРС прилага теста на трите критерия и по отношение на този пазар, с цел да оцени доколко развитието на пазара и по-специално разпространението на IP-базиран достъп и достъпът в определено местоположение чрез обществена мобилна наземна мрежа е повлияло на бариерите за навлизане на разглеждания пазар и развитието на конкуренцията, и съответно дали така определеният пазар подлежи на ex ante регулиране.

Поради съществуването на услугите, а именно обстоятелството, че услугата „обществено достъпни телефонни услуги (национални и международни) в определено местоположение” не може да бъде предоставена на краен потребител, който няма достъп до обществена телефонна мрежа КРС прилага теста на трите критерия общо и за двете услуги (достъп и повиквания).

#### **4.1. Наличие на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара**

Съгласно чл. 14 ал. 1 и 2 от Методиката, 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 пречатстващи навлизането на пазара. 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 поведение.

При разглеждането на взаимозаменяемостта между услугите „достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение” и „обществено достъпни телефонни услуги (национални и международни) в определено местоположение”, беше доказано, че същите са допълващи се (виж. т. 2.1.1.1., Раздел IV). Следователно предприятие, което иска да предлага обществени национални и международни телефонни услуги в определено местоположение трябва да има достъп до обществена телефонна мрежа. Възможностите за осигуряване на такъв достъп са:

- изграждане на собствена мрежа за достъп, което представлява структурна бариера за навлизане на пазара, тъй като е необходимо да бъдат извършени значителен обем инвестиции за нейното изграждане и поддържане;
- използване на вече изградена мрежа за достъп на друго предприятие, което предлага услугата на едро „избор на оператор” и услуга „отдаване на абонатна линия под наем на едро (WLR) като по този начин до известна степен се облекчава навлизането на съответния пазар, тъй като не е

#### **4.1.1. По отношение на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение**

При оценката съгласно критерия контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана, на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, 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 съответния пазар.

Изградената инфраструктура на историческото предприятие по принцип се разглежда като бариера за навлизане и разширяване на пазари, включващи електронни съобщителни услуги, предоставяни в определено местоположение до крайни потребители, като фиксирана телефонна услуга, достъп до интернет и пренос на данни, линии под наем. Дублирането на тази инфраструктура в контекста на разглежданите пазари като цяло е икономически неоправдано, тъй като са необходими значителни инвестиции за изграждане на мрежа с национален обхват, които не биха могли да бъдат възвърнати в резултат от предоставянето на гласова телефонна услуга в определено местоположение. В същото време част от конкурентните на БТК предприятия изграждат собствена инфраструктура – разгръщане на кабелни и оптични мрежи, тъй като това им позволява да предоставят по-широк набор от услуги. Наблюдават се и случаи на консолидиране на предприятия, чиито изградени мрежи имат регионално покритие, например „БЪЛГАРСКИ ТЕЛЕКОМ И ТЕЛЕВИЗИЯ“ АД.

По отношение на технологиите за предоставяне на обществена телефонна услуга в определено местоположение следва да се отбележи, че тази услуга вече не може да бъде ограничена само до традиционната усукана медна двойка. Не се наблюдава интерес от страна на конкурентните на БТК предприятия към услугите на едро за предоставяне на достъп до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп)<sup>66</sup>, както и към услугата WLR<sup>67</sup>. Основна част от алтернативните предприятия предпочитат да изградят достъп до крайните потребители, който да им позволи да предоставят повече от една услуга. Конкурентните предприятия предоставят обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез различен вид достъп – аналогов, цифров, безжичен и IP-базиран достъп. Това предоставя възможност на алтернативните предприятия да предоставят на крайните си потребители повече от една услуга, които често се предлагат в пакет или под формата на комплексни решения за конкретен бизнес потребител.

В тази връзка следва да се отбележи, че и историческото предприятие, през последните години, извършва редица промени в мрежата си, които се изразяват главно в изграждане на високоскоростна IP-базирана опорна мрежа<sup>68</sup>. Подобно на конкурентите си БТК започна да използва IP-базиран достъп за предоставянето на обществена телефонна услуга в определено местоположение на крайни потребители.

<sup>66</sup> Решение на КРС № 246/22.02.2011 г.

<sup>67</sup> Решение на КРС № 650/25.06.2009 г.

<sup>68</sup> По-подробно описание е представено в т. 2 от Раздел IV на документа „Определяне, анализ и оценка на пазарите на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи и на терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи”, приложение към решение 1361/31.05.2012 г.

Такава е стартиралата през 2011 г. услуга VIP Business, при която се предоставя IP-базиран достъп до фиксирана телефонна услуга чрез Ethernet базирани локални мрежи за пренос на данни (MAN мрежи) и SIP протокол. За ползването на посочената услуга е необходимо SIP крайно устройство (IP телефонна централа или IP шлюз).

В последните години значително нараснаха и потребителите на обществена гласова телефонна услуга в определено местоположение, предоставяна чрез мобилни наземни мрежи. В края на 2011 г. близо 34% от общия брой фиксирани телефонни постове са с достъп чрез мобилна наземна мрежа, като броят на тези постове се е увеличил близо 3 пъти, в сравнение с 2009 г. Ограничавайки изследването на настоящия показател само до обхвата на мрежата, чрез която се предоставя достъп до крайния потребител, ще означава да се достигне до извода, че на разглеждания пазар съществуват изградени алтернативи на инфраструктурата на историческото предприятие, тъй като изградените мобилни наземни мрежи на конкурентните на БТК предприятия „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД и „МОБИЛТЕЛ” ЕАД са с национален обхват. В тази връзка може да се приеме, че значението на исторически изградената мрежа за достъп на БТК, изградена на базата на усукана метална двойка, като бариера за навлизане и разширяване на пазара е намаляло в следствие стартирането на услугата чрез мобилни наземни мрежи.

Важно е обаче да се отбележи, че БТК също предоставя достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилната си наземна мрежа. Към края на 2011 г. над 40% от тези постове са на абонати на БТК. Т.е. към момента на анализа и в краткосрочен период, въпреки развитието на фиксираните мрежи на конкурентните предприятия и предоставянето на фиксиран достъп чрез мобилни наземни мрежи, КРС счита че БТК притежава контрол върху инфраструктура (фиксирана и мобилна наземна мрежа), която предоставя на предприятието предимство пред навлизащите предприятия на пазара.

#### **4.1.2. По отношение на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение**

След първия кръг на анализ на пазарите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение конкурентните предприятия, вследствие на продължените и наложени задължения<sup>69</sup> на БТК, имат възможност да предоставят национални и международни фиксирани телефонни повиквания в определено местоположение чрез услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”. Включително е наложено задължение за предоставяне на услугата WLR.

Въпреки това към момента на настоящия анализ нито едно предприятие не се е възползвало от услугата WLR. В резултат от засиления интерес към пакетни услуги, включващи предлагането на повече от една електронно съобщителна услуга част от конкурентните предприятия предпочитат да изграждат собствени кабелни и оптични мрежи, чрез които да предлагат на абонатите си не само обществената телефонна услуга в определено местоположение, а и достъп до други електронни съобщителни услуги (интернет и/или телевизия). През последните години се засилва и значението на изградените обществени мобилни наземни мрежи, базирани на GSM/UMTS технология, чрез които се предлага достъп до фиксирана телефонна услуга.

При първия кръг анализ на пазара на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение данните показват, че макар абонатите на БТК, които

---

<sup>69</sup> Съгласно решение № 650 от 25.06.2009 г. на БТК бе продължено задължението за предоставяне на достъп до неговата мрежа чрез услугата на едро избор на оператор и наложено задължението за предоставяне на достъп до абонатна линия на едро (WLR).

използват услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”, да са по-малко от 1%, то услугата търпи развитие<sup>70</sup>. През анализирания, в настоящия анализ период (2009 – 2011 г.), се наблюдава обратната тенденция. Видно от информацията в т. 1. на раздел IV, в края на анализирания период – 2011 г., 5 предприятия са предоставяли обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение чрез услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”, или с 2 по-малко в сравнение с 2007 г. В периода 2009 – 2011 г. се наблюдава намаление на броят на абонатите, ползващи услугите „избор на оператор” на дребно (фиг. 24). Основните причини за този спад от една страна е намаленият интерес от страна на потребителите, в следствие на маркетинговата политика<sup>71</sup> на предприятията, предлагащи обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение, а от друга страна на факта, че четири<sup>72</sup> от предприятията, които през 2009 г. са предлагали услугите „избор на оператор при всяко повикване и „избор на оператор на абонаментна основа” не са осъществявали тази дейност през 2011 г. или не са имали абонати към 31.12.2011 г. Общият брой на абонатите на тези предприятия, ползващи услугите „избор на оператор на дребно” през 2009 г. е бил 7926, като повече от 70% са били абонати на предприятието „ТРАНС ТЕЛЕКОМ” АД, което през 2011 г. прекратява дейността си.

Съгласно документ на ГЕР<sup>73</sup> относно насоки при прилагане теста на трите критерия се подчертава, че прилагайки „modified Greenfield approach”, някои от бариерите при пазарите на дребно могат да бъдат намалени чрез наличието на задължения на свързаните пазари на едро. Като пример в документа се посочва, че задължението за достъп на едро може да намали или дори да елиминира бариери като контрол върху инфраструктура, която трудно може да бъде дублирана, технологични предимства или превъзходство и вертикална интеграция. Възможността за достъп до мрежата на историческото предприятие чрез услугите на едро „избор на оператор” и услугата WLR за предоставяне на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение, намалява възможностите на историческото предприятие да се възползва от технологични предимства пред другите конкурентни предприятия и навлизащите нови икономически субекти.

Другото задължение, съгласно ГЕР, което може да повлияе върху пазара на дребно, е задължението за разходоориентираност, наложено на свързания пазар на едро. С решение № 1361 от 31.05.2012 г. КРС определи БТК за предприятие със значително въздействие на пазара на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи. Със същото решение на историческото предприятие бе продължено задължението за „предоставяне на достъп с оглед осигуряване на взаимно свързване и предоставяне на услугата генериране на повиквания от определено местоположение на обществената телефонна мрежа на БТК”, както и задължение за разходоориентираност. Наложените задължения целят да осигурят възможност на предприятия, които в бъдещ период имат намерение да навлязат на пазара на обществено достъпни телефонни услуги в определено

<sup>70</sup> Процент на абонатите на БТК, ползващи услугата „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” – 2005 г. – 0,11%, 2006 г. 0,32%, 2007 г. – 0,37%.

<sup>71</sup> Предоставяне на различни оферти с включени безплатни минути не само към собствената мрежа но и към други фиксирани мрежи и към международни мрежи.

<sup>72</sup> С Решение № 1597/09.12.2010 г. КРС прекратява действието на разрешение № 01338/23.12.2008 г., издадено на „АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК” АД. С Решение № 331/31.03.2011 г. КРС прекратява действието на разрешение № 01332/19.12.2008 г., издадено на „ТРАНС ТЕЛЕКОМ” АД. „БТК НЕТ” ЕООД към 31.12.2011 г. няма абонати на тази услуга. „НЕКСКОМ – БЪЛГАРИЯ” ЕАД не е осъществявало дейност през 2011 г.

<sup>73</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604, 2008

местоположение да не извършват значителен обем инвестиции за изграждане и поддържане на собствена мрежа.

Следва обаче да се подчертае, че горепосочените мерки, наложени на свързания пазар на едро не биха могли да премахнат структурни бариери като икономии от мащаба, развита дистрибуторска и пласментна мрежа или продуктово разнообразие<sup>74</sup>, които ще съществуват за новонавлизащи предприятия на пазара на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение. Видно от представеното в т. 4 от Раздел VI историческото предприятие е в състояние да се възползва от икономии от мащаба и обхвата, тъй като пазарните му дялове за 2011 г. изчислени на база трафик и приходи от предоставянето на национални телефонни повиквания надхвърлят 88%, а тези изчислени на база трафик и приходи от предоставянето на международни телефонни повиквания надхвърлят 70%. В допълнение към икономии от мащаба и обхвата, БТК може да се възползва и от своята вертикална интеграция, което също представлява бариера за навлизане на съответния пазар. Историческото предприятие действа като доставчик на пазара на едро и предоставя на конкурентните предприятия възможност да закупуват от него услугата „избор на оператор“, чрез която могат да предоставят на абонатите на историческото предприятие услуги на дребно за осъществяване на телефонни повиквания чрез услугите „избор на оператор за всяко повикване“ и „избор на оператор на абонаментна основа“. По този начин БТК едновременно предлага както услуги на едро, така и на крайните потребители на пазара на дребно, на който се конкурира с потребителите на своите услуги на едро.

Въз основа на гореизложеното КРС счита, че въпреки наложените задължения на едро, свързани с предоставянето на услугата „избор на оператор“ и услуга WLR, на разглежданите пазари все още съществуват структурни бариери, които възпрепятстват ефективната конкуренция.

### ***Правни или регулаторни бариери***

Осъществяването на дейност по предоставянето на обществени телефонни услуги, е пряко свързано с използването на ограничен ресурс – номера от Националния номерационен план (ННП). Както е посочено в раздел IV от настоящия документ тези номера се получават съгласно издадено от КРС разрешение за първично предоставяне на номера от ННП. Всяко едно предприятие получило такова разрешение заплаща съответна годишна такса.

С направените промени през 2012 г. в Наредба № 1 от 22 юли 2010 г.<sup>75</sup> се дава възможност и за вторично предоставяне на групи номера<sup>76</sup>. В този случай предприятие имащо разрешение за първично предоставяне на номера от ННП може да предоставя част от тях на друго предприятие, стига то да е уведомило комисията за намерението си да осъществява дейност по препродажба от свое име и за своя сметка на услугите, предоставяни чрез тези номера.

В следващите години въведените промени, до известна степен, ще намалят влиянието на съществуващите правни и регулаторни бариери за навлизане на пазара на обществени телефонни услуги в определено местоположение Въпреки това КРС счита че това намалено влияние няма да допринесе за пълно отпадане на правните или

<sup>74</sup> БТК като историческо предприятие притежава добре развита дистрибуторска и пласментна мрежа, както и широка гама от услуги.

<sup>75</sup> Наредба № 1 от 22 юли 2010 г. за правилата за ползване, разпределение и процедурите по първично и вторично предоставяне за ползване, резервиране и отнемане на номера, адреси и имена (загл. доп. - ДВ, бр. 74 от 2012 г., в сила от 28.09.2012 г.)

<sup>76</sup> Чл. 43а, ал. 1 Наредба № 1 от 22 юли 2010 г. за правилата за ползване, разпределение и процедурите по първично и вторично предоставяне за ползване, резервиране и отнемане на номера, адреси и имена (загл. доп. - ДВ, бр. 74 от 2012 г., в сила от 28.09.2012 г.)

регулаторните бариери за навлизане на пазара, имайки предвид, че ще е налице разрешителен режим за първично предоставяне на номера от ННП, което ще е бариера за предприятия, които възнамеряват да предоставят обществени телефонни услуги в определено местоположение.

*Във връзка с горното КРС е на мнение, че структурните бариери и най-вече наличието на инфраструктура, която трудно може да бъде дублирана и наличието на технологични предимства пред останалите участници на пазара, са намалили своето влияние. Същото се отнася и до правните и регулаторни бариери.*

*Въпреки че в бъдещ период КРС очаква влиянието както на структурните, така и на правните и регулаторни бариери върху навлизането на нови участници на пазарите на достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение и на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение все повече да намалява, към момента на извършване на анализа те съществуват.*

*Въз основа на казаното до тук КРС е на мнение, че първият от трите критерия – наличие на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на разглежданите пазари е изпълнен.*

#### **4.2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията**

Съгласно чл. 14, ал. 3 в случаите, когато пазарът се характеризира с високи бариери за навлизане, се изследва възможността за присъствие на други структурни фактори или пазарни характеристики, които да обосноват наличието на ефективна конкуренция. Предприятие навлизащо на такъв пазар, би могло да се конкурира с останалите, ако:

- се наблюдава съществена динамика на пазарните дялове на предприятията, осъществяващи дейност на дефинирания пазар;
- пазарът може да се определи като динамично развиващ се от гледна точка на навлизането на нови технологии и конвергенция на мрежи и услуги.

##### **4.2.1. Динамика на пазарните дялове на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение**

За целите на анализа на определения пазар, КРС събра информация относно броя на активните гласови канали и потребители на IP базирания достъп при предоставяне на телефонна услуга под общия показател „достъп до обществена телефонна мрежа”<sup>77</sup>. Стойността на този показател не се различава съществено от стойността на показателя фиксирани телефонни постове, тъй като броят на фиксираните телефонни постове, при които има повече от един гласови канала (като ISDN достъпа и IP базирания достъп) съставлява едва 5% от общия брой на фиксираните телефонни постове в края на 2011 г. Въпреки че към момента този дял е малък, КРС счита, при изчисляването на пазарните дялове на предприятията и оценка

<sup>77</sup> При показателя „достъп до обществена телефонна мрежа” се отчитат броя на задействаните гласови канали или броя на потребителите. Телефонните канали се различават от телефонните линии/телефонните постове, като една телефонна линия може да притежава множество канали за пренос на глас или данни (например, един ISDN BRA (основен) достъп притежава 2 В-канала със скорост 64kbit/s, а един ISDN PRA (първичен) достъп притежава 30 канала със скорост 64kbit/s). При обикновените телефонни линии броят на телефонните постове съответства на броя на телефонните канали. При IP базирания достъп се отчитат броя потребители, които едновременно могат да използват една IP базирана линия.

на концентрацията на разглеждания пазар е по-подходящо да се използва показателят „достъп до обществена телефонна мрежа”, за да се отчете различният брой гласови канали на включените в пазара видове достъп. При изчисление на пазарните дялове са взети предвид и приходите от предоставяне на достъп, реализирани от предприятията, които включват приходи от инсталационни такси, приходи от месечен абонамент, включително частта на приходите от абонамент за достъп до обществена телефонна услуга, включена в пакет с други електронни съобщителни услуги (достъп до интернет, телевизия и др.).

В графиките по-долу са представени пазарните дялове на предприятията, които в периода на анализа 2009 – 2011 г. предоставят достъп на абонати до обществените си мрежи чрез географски номера от ННП.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 22



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 23

Видно от представените данни през периода на настоящия анализ се наблюдава динамика, най-вече при изменението на пазарните дялове на БТК и конкурентните предприятия, изчислени на база достъп (активирани гласови канали и потребители на IP базиран достъп). За наблюдавания тригодишен период пазарният дял на историческото предприятие е намалял с близо 21,7 процентни пункта, съответно с 10,0 и 11,7 процентни пункта – за 2010 г. и 2011 г. За сравнение, през периода на първия пазарен анализ 2005 – 2007 г. пазарният дял на БТК намалява с по-бавни темпове – общо с 2,3 процентни пункта при показател, изчислен на база брой фиксирани телефонни постове (общо за бизнес и домашни абонати) и съответно с 5,0 процентни пункта при показател, изчислен на база активирани гласови канали и потребители на IP базиран достъп<sup>78</sup>.

По отношение на показателя, изчислен на база приходи от достъп е видно, че изменението не е толкова динамично. За целия период на настоящия анализ пазарният дял на историческото предприятие е намалял с 6,5 процентни пункта. Тази разлика в пазарните дялове, изчислени на база достъп и на база приходи от достъп се дължи както на различните цени за достъп и като цяло на различните начини на тарифиране на отделните предприятия, така и на предлаганите все по-често промоционални оферти – например промоционална цена за месечен абонамент 0,00 лв. за определен брой месеци в зависимост от срока, за който е сключен договорът<sup>79</sup>.

<sup>78</sup> За целите на сравнението данните за периода 2005-2007 г. са преизчислени.

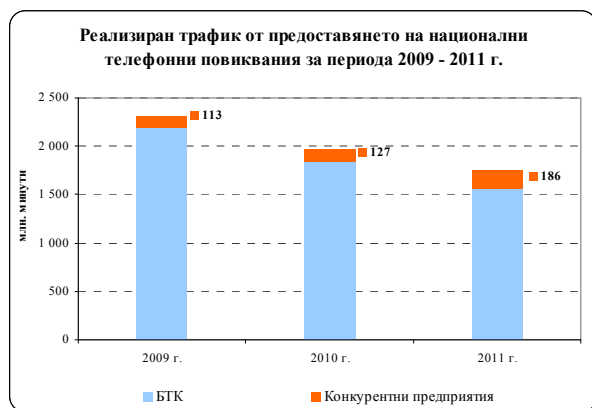
<sup>79</sup> <http://www.mtel.bg/tarifen-plan-za-domashen-telefon-standard-basic>

Въпреки отчетеното изменение на пазарните дялове на предприятията в разглеждания период, дялът на БТК на разглеждания пазар е достатъчно висок и не се очаква, в периода до следващия пазарен анализ, на разглеждания пазар да се установят конкурентни условия или някое от конкурентните на БТК предприятия да завладее пазарен дял, по-голям от този на историческото предприятие.

#### 4.2.2. Динамика на пазарните дялове на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение

В периода 2009 – 2011 г. пазарните дялове на историческото предприятие, изчислени на база трафик и приходи от проведени национални телефонни повиквания намаляват съответно с 5,11 и 6,51 процентни пункта. Пазарният дял на БТК, изчислен на база трафик от предоставяне на международни телефонни услуги, се е увеличил с 8,23 процентни пункта, а на база приходи е намалял с 10 процентни пункта. Динамиката, която се наблюдава и на двата пазара е малка и не е достатъчна, за да се смята, че през периода, следващ настоящия анализ, конкурентните на БТК предприятия ще успеят да завоюват високи пазарни дялове, което да промени статута на пазарите на обществено достъпни национални и международни фиксирани телефонни услуги, определени като слабо конкурентни пазари с високо ниво на концентрация. Пазарният дял на конкурентните предприятия, изчислен на база трафик от проведени национални телефонни повиквания през 2009 г. е 4,88% и 5,32%, изчислен на база приходи, докато през 2011 г. тези стойности съответно са 10,35% (за трафика) и 11,48% (за приходите). Пазарният дял при проведените международни телефонни повиквания на база трафик и приходи през 2009 г. съответно е 27,07% и 18,52%, докато 2011 г. тези стойности са 18,84% (за трафика) и 28,52 (за приходите).

През разглеждания период се наблюдава спад в потреблението на пазара на обществено достъпни национални фиксирани телефонни услуги. В началото на анализирувания период – 2009 г., реализираният трафик от предоставянето на национални телефонни повиквания е 2 308 млн. мин., докато през 2011 г. тази стойност е 1 793 млн. мин. или се отчита спад с 22,31%. Тенденцията е вследствие на намалението (26,78% за периода 2009 – 2011 г.) на реализирания от БТК национален трафик. При конкурентните предприятия се наблюдава значителен ръст от 64,87%, който, поради високия пазарен дял (89,7%) на историческото предприятие, изчислен на база реализиран трафик от предоставянето на национални телефонни повиквания не може да компенсира установената тенденция на пазара (фиг. 24).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 24



Източник: Данни, подадени в КРС

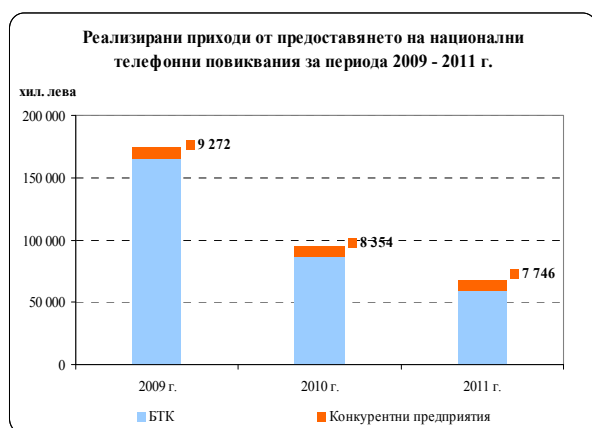
Фигура 25



Ситуацията на пазара на обществено достъпни международни телефонни услуги е различна (виж фиг. 25). През разглеждания период (2009 – 2011 г.) потреблението на услугата международни телефонни повиквания (изразено в минути изходящ международен трафик) нараства с 56,78%<sup>80</sup>, което се дължи преди всичко на увеличеното потребление на услугата от страна на абонатите на историческото предприятие – 74,47%, в следствие на 33,51% ръст на отчетения трафик от изговорени нетаксувани минути от абонаментни планове и пакетни услуги с включени минути за международни повиквания за периода 2010 – 2011 г.<sup>81</sup>

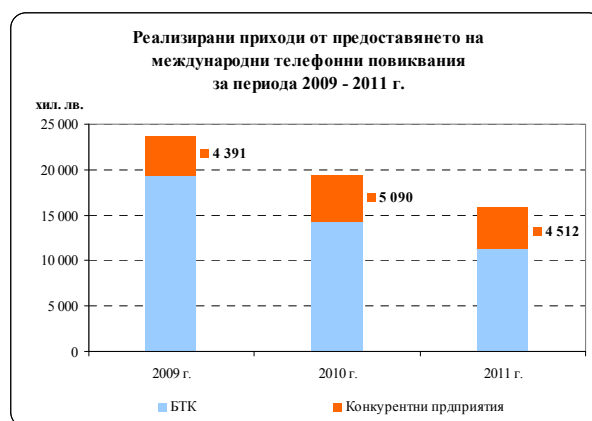
На графики 26 и 27 по-долу е представена информация за реализираните приходи от предоставянето на национални и международни телефонни повиквания.

Данните, представени на фигура 26 показват, че през разглеждания период намаленото потребление от използването на национални телефонни повиквания дава своето отражение и върху реализираните приходи от тази услуга, които в края на разглеждания период – 2011 г., са 67 482 хил. лв. спрямо 174 319 хил. лв. за 2009 г. или е отчетен спад с 61,29%. Изменението се дължи преди всичко на отчетеното намаление в реализираните приходи на историческото предприятие от предоставяне на национални телефонни повиквания, което за тригодишния период възлиза на 63,81%.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 26



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 27

Тенденцията, която се наблюдава при реализираните приходи от предоставянето на международни телефонни повиквания е обратна на тази отчетена за реализирания трафик от тази услуга. През 2011 г. приходите от предоставянето на международни телефонни повиквания, са 15 818 хил. лв., което е намаление с 33,29% спрямо 2009 г. Изменението е вследствие на отчетените с 41,48% по-малко приходи, реализирани от БТК, което се дължи както беше посочено по-горе на големия процент нетарифиран трафик.<sup>82</sup>

По отношение на дефинираните пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение е необходимо да се изследва и влиянието на наложеното на историческото предприятие задължение за предоставяне на услугата „избор на оператор на преносна среда“<sup>83</sup>.

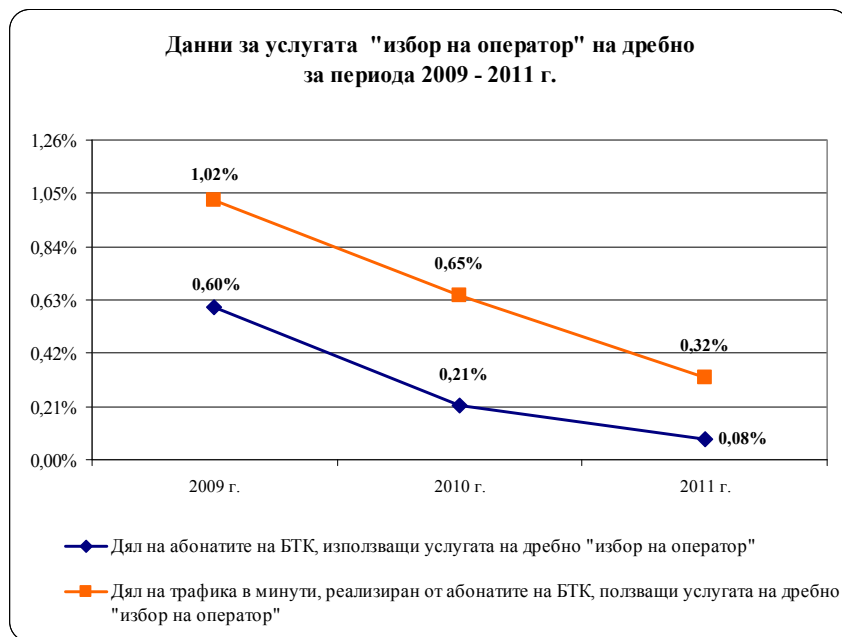
<sup>80</sup> Реализиран международен трафик за: 2009 г. – 95 553 747 мин.; 2010 г. – 136 619 954 мин.; 2011 г. – 149 295 395 мин.

<sup>81</sup> За 2009 г. КРС не разполага с данни за изговорените нетаксувани (безплатни) минути, включени в месечния абонамент/пакет.

<sup>82</sup> От 2010 г. БТК предлага на своите клиенти абонаментни планове с включени минути за международни разговори в месечния абонамент.

<sup>83</sup> Съгласно решение № 650/26.05.2009 г. на КРС задължението на БТК за предоставяне на услугата „избор на оператор“ беше продължено и изменено.

Делът на трафика в минути, реализиран от абонати на историческото предприятие, които са ползвали услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” за осъществяване на национални и международни повиквания спрямо общия изходящ трафик в страната, също намалява. Ако при първия кръг на анализа е отчетен ръст при този показател с 2,4 процентни пункта<sup>84</sup> за тригодишния изследван период, то за периода на настоящия анализ показателят бележи спад от 0,70 процентни пункта като достига ниво от 0,32% през 2011 г. Реализираният трафик от национални повиквания чрез услугите на дребно „избор на оператор” през 2011 г. е едва 0,24% от общия трафик за страната, което представлява намаление с 0,48 процентни пункта спрямо 2009 г. Делът на международния трафик, реализиран чрез услугата на дребно „избор на оператор” в общия трафик за чужбина също бележи спад – 7,32 процентни пункта<sup>85</sup>.



**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 28**

Основните причини, които посочват конкурентните предприятия за констатираната по-горе тенденция, са наличието на бариери при стартиране на услугата, както и ценовите условия, които се предлагат.

Предвид изложената информация, КРС счита, че динамиката, която се наблюдава при пазарните дялове на разгледаните в анализа предприятия, наблюдаваният спад на потреблението при обществено достъпни национални телефонни услуги вследствие намаленото потребление от страна на абонатите на БТК, както и намаленото потребление на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” не могат да окажат влияние върху пазара на обществено достъпни телефонни повиквания (национални и международни) в определено местоположение в посока стимулиране и развитие на конкуренцията на този пазар.

Що се отнася до значителното увеличение на потреблението от страна на абонатите на БТК на обществено достъпни международни телефонни услуги, КРС е на мнение, че взимайки под внимание високите пазарни дялове, изчислени на база трафик

<sup>84</sup> Приложението към Решение № 650/25.06.2009 г., Раздел V., т.3.2.

<sup>85</sup> Дял на международния трафик в минути, реализиран от абонатите на БТК, ползващи услугата на дребно "избор на оператор" за: 2009 г. – 8,64%; 2010 г. – 3,76%; 2011 г. – 1,31%.

и приходи на историческото предприятие тази тенденция по-скоро ще повлияе негативно върху развитието на конкуренцията.

#### **4.2.3. Навлизане на нови технологии на пазарите на достъп и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение**

Историческото предприятие разполага с добре развита инфраструктура, в която инвестира непрекъснато в посока оптимизиране на преносната среда чрез изграждане на мрежа от ново поколение (NGN мрежа), което му дава възможност да предоставя различни електронно съобщителни услуги, в това число фиксирани телефонни услуги. БТК притежава изградена IP-базирана опорна мрежа и е в процес на замяна на локалните TDM централи с мултисервизни възли за достъп, позволяващи предлагането на конвергентни услуги на крайните потребители.

Конкурентните предприятия разполагат с мрежи, използващи технологии за пакетен пренос на информация, които са оптималните към момента. Мрежите им са IP-базирани, използват предимно SIP сигнализация и нямат планове за тяхното технологично надграждане.

Във връзка с горното, КРС смята, че мрежите, които използват БТК и останалите предприятия за осъществяване на обществено достъпни телефонни национални и международни услуги в определено местоположение, са на високо технологично ниво и в бъдещ период не е налице възможност за технологичното им надграждане, което да доведе до конкурентни предимства на дадено предприятие.

#### **4.2.4. Диверсификация на продукти и услуги на пазарите на достъп и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение**

В периода, на настоящия анализ 2009 – 2011 г. все повече предприятия предлагат на своите абонати разнообразни оферти, в това число и пакетни услуги с включена фиксирана телефонна услуга. Както беше посочено в т. 5, раздел III, това е възможно вследствие на вложените от предприятията инвестиции в изграждането на единни конвергентни мрежи за предоставяне на интегрирани услуги. КРС счита че в периода до следващия пазарен анализ тенденцията за предоставянето на пакетни услуги ще се запази, но тяхното използване от абонатите няма да е достатъчно голямо, за да може да повлияе в посока засилване на конкуренцията на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение.

*Във връзка с гореизложеното и отчитайки националните особености на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, КРС счита че разглежданите пазари покриват и втория критерий, а именно липсата на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията.*

### **4.3. 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 КЗК. 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 съществена разлика спрямо прилагането на *ex ante* регулация, където налагането на определени мерки има за цел да 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. Значителното въздействие на БТК е принципно еквивалентно на господстващо положение по смисъла на Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК) и европейското конкурентно право (което КЗК като национален орган по конкуренция е длъжна да прилага), поради което всяка злоупотреба с такава доминантна позиция би подлежала на санкция. *Ex post* регулирането обаче 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. При установяване на нарушение на ЗЗК, конкурентният регулаторен орган постановява прекратяване на нарушението, като същевременно ЗЗК дава възможност на КЗК за налагане на имуществени санкции за вече извършени нарушения, както и за налагане на временни мерки и за поемане на ангажменти от страна на предприятията. 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 предприемат конкретни мерки за бързо и ефективно въздействие върху ценовите условия за предоставяне на електронни съобщителни услуги на практика отнема възможността за стимулиране на конкуренцията на разглежданите пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни (национални и международни) телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

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 в сектора на

електронните съобщения, което 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 предотвратят възможностите за нарушаване на конкуренцията.

Като се има предвид посоченото, с оглед установените структурни, правни и регулаторни бариери и липсата на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията, налагането от конкурентния регулаторен орган на имуществени 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 е необходимо предприемането на мерки, които да могат да предотвратят извършването на нарушения, които увреждат конкуренцията, което не може да се постигне със заложените в конкурентното право правомощия за последващо регулиране.

#### **4.4. Заключение**

След прилагането на теста на трите критерия може да бъде направен изводът, че разглежданите пазари на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение удовлетворяват трите кумулативно приложени критерия и предполагат *ex ante* регулиране.

В Разяснителната бележка<sup>86</sup> се обръща внимание на факта, че удовлетворяването на трите критерия не означава автоматично, че е необходимо регулиране на тези пазари. То е необходимо само в случаите, когато се докаже наличието на едно или няколко предприятия със значително въздействие върху съответните пазари.

---

<sup>86</sup> *Разяснителна бележка, стр.11*

## **VI. Анализ и оценка на съответните пазари**

### **1. Въведение**

След определянето на границите и участниците на съответните пазари на дребно (виж. раздел IV от документа), както и прилагането на теста на трите критерия по отношение на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и въз основа на събраната информация по реда на Раздел III на Методиката, КРС извършва анализ на съответните пазари, който има за цел да оцени:

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

Съгласно чл. 14, ал. 2 от Рамковата директива и чл. 21 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, клиенти 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 пазар<sup>87</sup>.

### **2. Критерии, използвани при анализа на ефективността на конкуренцията и определяне на предприятията със значително въздействие върху съответните пазари**

Господстващо положение на даден съответен пазар се установява по редица критерии и преценката за него се основава на перспективен анализ на пазара 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 присъствие на значително господстващо положение<sup>88</sup>.

Освен пазарния дял, критериите, които се използват за измерване на пазарната мощ на съответните предприятия зависят от конкретните характеристики на съответния пазар. Съгласно чл. 25 от Методиката при определяне на дадено предприятие като предприятие със самостоятелно значително въздействие върху пазара, комисията взема предвид неговия пазарен дял на съответния пазар и всички или някои от критериите по чл. 31. Критериите, които се вземат предвид при определяне на предприятия със съвместно значително въздействие върху пазара са посочени в чл. 32 от Методиката. Националните регулаторни органи са тези, които следва да определят кои критерии са най-подходящи за анализиране на пазарното присъствие<sup>89</sup>.

---

<sup>87</sup> Чл. 20, ал. 2 от Методиката

<sup>88</sup> Чл. 75 от Насоките

<sup>89</sup> Чл. 77 от Насоките

Както и при първия кръг анализи КРС счита, че не е релевантно да използва всички критерии за установяване наличието на значително въздействие върху пазара, които са залегнали в Насоките за пазарните анализи и оценката на значително въздействие върху пазара<sup>90</sup> и в Методиката. 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 биха променили по никакъв начин изводите, направени по отношение на определянето на предприятие / предприятия със значително въздействие върху пазарите, тъй като са установени високи бариери за навлизане на пазара.

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 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. Конкурентните 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.

Въз основа на горното при анализа на ефективността на конкуренцията и при определянето на предприятия със значително въздействие върху пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа и на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение КРС използва следните критерии:

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

### **3. Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение**

В настоящия пазарен анализ КРС отново ще оцени изброените по-горе критерии, с цел да установи дали са настъпили изменения в условията на конкуренция на разглеждания пазар в сравнение с първия кръг на пазарен анализ.

#### **3.1. Пазарен дял**

Пазарният дял е важен показател за пазарната мощ на предприятията. Той не е единственият критерий, който определя дали дадено предприятие има значително

---

<sup>90</sup> Във връзка с чл. 78 от Насоките

въздействие на пазара, но дава силна индикация за това. Съгласно Методиката, предприятия, които имат пазарен дял, по-нисък от 25 на сто на съответния пазар, не би следвало да се разглеждат като предприятия със значително въздействие върху пазара, освен ако въз основа на анализ на характеристиките на съответния пазар при прилагане на критериите по чл. 31 се установи обратното<sup>91</sup>. Другите два критерия, които могат да бъдат взети под внимание при оценка на степента на пазарна концентрация на определен пазар са индекс на Херфиндал – Хиршман<sup>92</sup> и коефициент на концентрация<sup>93</sup>.

В графиките по-долу са представени пазарните дялове на предприятията, които в периода на анализа 2009 – 2011 г. предоставят достъп на абонати до обществените си мрежи чрез географски номера от ННП.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 29



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 30

Както вече беше отбелязано в точка 4.2. от Раздел V пазарният дял на БТК, изчислен на база достъп намалява с по-високи темпове през разглеждания период (2009-2011 г.) в сравнение с периода на първия пазарен анализ, но въпреки това към края на 2011 г. остава сравнително висок – 70%. В същото време при показателя, изчислен на база приходи от достъп изменението не е толкова динамично – едва 6,5 процентни пункта за разглеждания период, като през 2011 г. надхвърля 90%.

Освен пазарните дялове на историческото и алтернативните предприятия КРС изследва и индекса на Херфиндал – Хиршман, който е показател за степента на пазарна концентрация. В съответствие с получената стойност на този индекс съответния пазар може да се определи като:

- нормален конкурентен пазар с ниско ниво на концентрация – при стойности под 1000;
- сравнително конкурентен пазар със средно ниво на концентрация – при стойности от 1000 до 2000;
- слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация - при стойности над 2000.

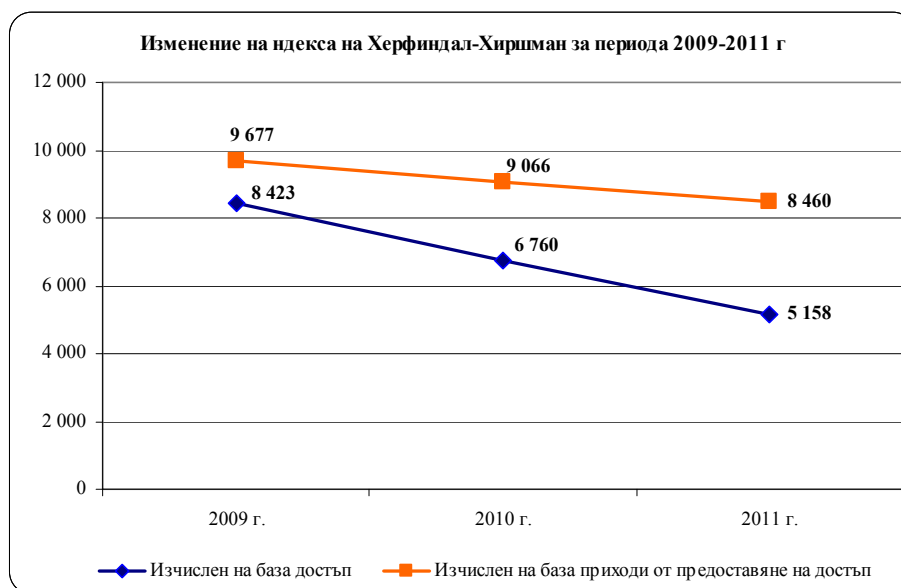
<sup>91</sup> Чл. 28 от Методиката

<sup>92</sup> Чл. 30, ал. 2, 3 и 4 от Методиката

<sup>93</sup> Чл. 30, ал. 2, 5 и 6 от Методиката



На фигурата по-долу са представени изчислените стойности на индекса на Херфиндал – Хиршман, както на база достъп, така и на база приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 31**

Въпреки изразената тенденция за намаление в разглеждания период особено на показателя, изчислен на база достъп, стойностите на индекса на Херфиндал – Хиршман надхвърлят значително 2000, което е индикатор за слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация.

Другият показател, служещ за оценяване на нивото на концентрация на съответен пазар е коефициентът на концентрация.

В съответствие с получената стойност за  $CR_3$  и  $CR_4$ , съответният пазар може да се определи като:

- нормално конкурентен пазар с ниско ниво на концентрация - при  $CR_3$  по-малък от 40 и  $CR_4$  по-малък 50;
- сравнително конкурентен пазар със средно ниво на концентрация – при стойности на  $CR_3$  от 40 до 70 и на  $CR_4$  от 50 до 85;
- слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация - при стойности на  $CR_3$  над 70 и на  $CR_4$  над 85.

В таблицата по-долу са представени изчислени коефициентите на концентрация на съответния пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение.

**Таблица 6**

| Коефициенти на концентрация | достъп  |         |         | приходи от предоставяне на достъп |         |         |
|-----------------------------|---------|---------|---------|-----------------------------------|---------|---------|
|                             | 2009 г. | 2010 г. | 2011 г. | 2009 г.                           | 2010 г. | 2011 г. |
| $CR_3$                      | 96,40   | 93,14   | 90,48   | 99,18                             | 98,28   | 97,09   |
| $CR_4$                      | 97,70   | 97,77   | 97,46   | 99,44                             | 99,09   | 99,01   |

*Източник: Данни, подадени в КРС*

Видно от данните, предоставени в таблицата по-горе пазарът на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение е слабо конкурентен пазар

с високо ниво на концентрация. Не се наблюдава съществено изменение в стойностите на тези коефициенти в сравнение със съответстващите коефициенти, изчислени през първия кръг на пазарен анализ.

Въз основа на изчислените показатели пазарен дял, индекс на Херфиндал – Хиршман и коефициент на концентрация, КРС прави заключението, че определеният съответен пазар е слабо конкурентен с високо ниво на концентрация и въпреки отчетеният спад в стойността на показателя пазарен дял на БТК, изчислен на база достъп, историческото предприятие е с най-висок пазарен дял в края на разглеждания период.

По отношение на очакваното развитие на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение в периода до следващия пазарен анализ КРС отчита тенденциите и следните характеристики на разглеждания пазар:

- видно от представените стойности на индекса на Херфиндал – Хиршман и коефициентът на концентрация, въпреки увеличаващия се брой на участниците на пазара, над 90% от пазара се формира от три от предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна услуга (CR<sub>3</sub>);
- увеличението на достъпа на алтернативните предприятия не е изцяло за сметка на достъпа, предоставян от историческото предприятие, тъй като в общия брой на фиксираните телефонни постове е отчетен ръст през последните две години, съответно с 2% през 2010 г. спрямо 2009 г. и с 6% през 2011 г. спрямо 2010 г.;
- след отчетения спад в стойността на фиксираната телефонна плътност, изчислена на база домакинства през 2009 г. и 2010 г., през 2011 г. стойността на показателя се връща на нивото от 2008 г. (виж фиг. 17). Предвид все по-широкото разпространение на пакетните включващи фиксирана телефонна услуга и нарастващия брой на абонатите на фиксирана телефонна услуга с достъп чрез мобилна наземна мрежа, включително и предоставяни от историческото предприятие, не е изключено в краткосрочен план стойността на показателя фиксирана телефонна плътност, изчислена на база домакинства да се запази на настоящите нива или дори да се увеличи, още повече, че е под средната за Европа – 71% към декември 2011 г.<sup>94</sup>

Въз основа на посоченото по-горе КРС не очаква, в периода до следващия пазарен анализ, на разглеждания пазар да се установят конкурентни условия или някое от конкурентните на БТК предприятия да завладее пазарен дял, по-голям от този на историческото предприятие. Още повече, че БТК през 2012 г. е предложила на пазара още три пакета, включващи достъп до фиксирана телефонна услуга и един пакет за бизнес абонати, включващи фиксирана телефонна услуга, като по този начин предлага на абонатите си възможно най-голям избор за комбиниране на услуги.<sup>95</sup>

Съгласно чл. 78 от Насоките и чл. 31 и чл. 32 от Методиката за установяване дали едно предприятие има значително въздействие върху съответен пазар, наличието на висок пазарен дял не е достатъчно. Необходимо е да се разгледат и други критерии, относими към дефинирания пазар.

---

<sup>94</sup> *Special Eurobarometer 381*

<sup>95</sup> [http://www.vivacom.bg/bg/residential/prices\\_and\\_services/paketni\\_uslugi/vivacom\\_duo;](http://www.vivacom.bg/bg/residential/prices_and_services/paketni_uslugi/vivacom_duo;)  
[http://vivacom.bg/FileHandler.ashx?section=aboutus&filelocid=428&location=general\\_conditions\\_articles&lang=bg-BG&isOffline=False;](http://vivacom.bg/FileHandler.ashx?section=aboutus&filelocid=428&location=general_conditions_articles&lang=bg-BG&isOffline=False;)

### **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 пазара 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. Друга бариера за навлизане на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение е необходимостта от използване на ограничен ресурс – географски номера от ННП<sup>96</sup>. С изменението на Наредба № 1 в сила от 28.09.2012 г. се регламентира възможността предприятията, които ползват първично предоставени номера от ННП да предоставят вторично групи от номера на предприятия, които са уведомили националния регулаторен орган за намерението си да осъществяват дейност по препродажба на услугите, предоставяни чрез съответните номера. С това изменение на правилата за ползване, разпределение и процедурите по първично и вторично предоставяне на номера значението на тази бариера значително намалява, тъй като се дава възможност на предприятия, които нямат разрешения за ползване на ограничен ресурс – номера от ННП да препродават услуги, предоставяни чрез тези номера.

В рамките на първия кръг на анализ на пазара на достъп до обществени телефонни мрежи и обществено достъпни телефонни повиквания в определено местоположение, при анализа за определяне на предприятие със значително въздействие на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, КРС идентифицира следните бариери за навлизане и разширяване на пазара на достъп: икономии от мащаба и обхвата, наличие на вертикална интеграция и контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана. В настоящия анализ КРС разглежда отново тези критерии.

#### **3.2.1. Контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана**

Значението на контрола върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана е разгледан подробно в т. 4 от Раздел V, като е отчетено както развитието на мрежите на участниците на пазара, така и тенденциите при потреблението на услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение. Въз основа на представеното е направен изводът, че към момента на анализа и в краткосрочен период, въпреки развитието на фиксираните мрежи на конкурентните предприятия и предоставянето на фиксиран достъп чрез мобилни наземни мрежи, може да се каже, че БТК притежава контрол върху инфраструктура (фиксирана и мобилна наземна мрежа), която предоставя на предприятието предимство пред навлизащите предприятия на пазара. В същото време активните, на определения пазар, конкурентни предприятия трудно биха могли да окажат конкурентен натиск върху историческото предприятие, тъй като в резултат на високия пазарен дял на разглеждания пазар, БТК е в състояние да се възползва от редица икономически предимства, като например от икономии от мащаба и обхвата.

#### **3.2.2. Икономии от мащаба и обхвата**

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

---

<sup>96</sup> Тази бариера е разгледана в рамките на първия кръг анализ като част от теста на трите критерия.

и реализация на дадена електронна съобщителна мрежа и/или услуга е съпроводен с високи фиксирани разходи и/или е налице висока степен на специализация, в резултат на която се отчита висока производителност.

При икономии от обхвата намаление на разходите може да бъде постигнато чрез общ процес на производство/предоставяне на няколко електронни съобщителни мрежи и/или услуги като икономии от обхвата са налице, когато дадено предприятие използва капацитета на една съществуваща електронна съобщителна мрежа за производство и предоставяне на повече от една услуги.

Наличието на икономии от мащаба и от обхвата може да представлява бариера за навлизане на нови конкуренти на пазара, както и да създава преимущества пред съществуващите конкуренти.

През първия кръг на пазарен анализ на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение КРС отбелязва, че БТК е в състояние да се възползва от икономии от мащаба и от обхвата поради значителния брой абонати, на които предоставя достъп до фиксирана телефонна услуга и поради широката гама услуги, които предоставя чрез мрежата си. В периода на настоящия пазарен анализ 2009-2011 г. не са настъпили съществени изменения, които да променят това заключение – БТК продължава да има най-висок дял, изчислен на база достъп. В резултат на това в мрежата на предприятието се генерира най-голям дял от общо генерирания трафик на дребно (национални и международни повиквания на абонати на фиксирана телефонна услуга<sup>97</sup>), както и най-голям дял в общия обем на терминирания трафик в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи – за разглеждания период този дял е съответно 79,2% през 2009 г., 87,5% за 2010 г. и 81,0% за 2011 г. Това предполага, че историческото предприятие е в състояние да реализира икономии от мащаба, тъй като разходите за единица продукт намаляват в следствие на по-големия обем на предоставяните услуги.

По отношение на възможностите на БТК да реализира икономии от обхвата, следва да се отбележи, че те се дължат на широката гама услуги на едро и дребно, които предприятието предоставя чрез изградената си инфраструктура. Предоставянето на много услуги чрез една инфраструктура е важно конкурентно предимство, тъй като предполага разпределяне на постоянните разходи по дейността върху всички предлагани услуги. През 2011 г. предприятието предоставя следните услуги, чрез които се предоставят електронни съобщения: фиксирани и мобилни гласови телефонни услуги, услуги за пренос на данни и/или достъп до интернет, спътникова (сателитна) телевизия, услуги по предоставяне на линии под наем и достъп до канална мрежа. За крайни потребители предприятието предлага пакетни услуги (bundled offers), които включва някои или всички от следните услуги на дребно: фиксирана телефонна услуга, мобилна телефонна услуга, достъп до интернет и телевизия.

В резултат на гореизложеното КРС счита, че БТК има възможност да се възползва от икономии от мащаба и обхвата, което е важно икономическо предимство спрямо навлизащите на определения пазар конкурентни предприятия, както и спрямо предприятията, участници на пазара, чиято дейност е с по-ограничен обхват и/или мащаб, и представлява бариера за навлизане и/или разширяване на пазара.

### **3.2.3. Вертикална интеграция**

При оценка съгласно този критерий се отчита дали дадено предприятие, включително свързани с него лица, действа/действат като доставчик на услуги на

---

<sup>97</sup> Пазарните дялове на БТК на конкурентните предприятия на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги са представени в т. 4.1. на настоящия раздел.

пазара на едро и същевременно предлага/предлагат услуги на крайни потребители на пазара на дребно, като на пазара на дребно се конкурира/конкурират 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 да е потенциална възможност за прехвърляне на пазарно въздействие от единия на другия пазар.

БТК е основен доставчик на услуги на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, както и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение. Едновременно с това е единствен доставчик на пазара на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи, където предоставя услуги на предприятия, с които се конкурира на свързаните пазари на дребно на достъп и телефонни повиквания. Високият пазарен дял на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение предоставя възможност на предприятието за прехвърляне на пазарно въздействие на свързаните пазари, което може да представлява бариера за навлизане на нови конкуренти на свързаните пазари на едро и дребно и да създава преимущества за предприятието пред съществуващите конкуренти на тези пазари.

### **3.3. Недостатъчна или слаба покупателна способност**

При анализ на критерия „недостатъчна или слаба покупателна способност“ се изследва дали дадено предприятие има потребители със силни позиции при водене на преговори, които упражняват значително въздействие върху конкуренцията и ограничават самото предприятие да следва независимо от своите потребители поведение. Наличието на ключови клиенти (реализиращи голяма част от приходите на предприятието) могат да породят такова въздействие. В тази връзка КРС събра допълнителна информация от предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение, относно броя на абонатите им, които формират над 25% от общите приходи на предприятието от предоставяне на фиксирана телефонна услуга на дребно<sup>98</sup>. Информацията е събирана общо за приходите на дребно, тъй като влиянието на отделни потребители, които биха могли да имат въздействие върху поведението на техния доставчик трудно би могло да се разграничи по отношение на пазара на достъп и по отношение на пазара на обществени телефонни услуги, определени в настоящия анализ.

По принцип, по отношение на предприятията, предоставящи услуги на дребно на крайни клиенти може да се предположи, че колкото е по-голям пазарният им дял, изчислен на база приходи, толкова е по-ограничено влиянието, което абонатите им могат да упражняват върху тях. Едновременно с това, колкото повече на брой са абонатите, които общо формират 25% от приходите на всяко отделно предприятие, толкова е по-малка вероятността някой от тези абонати да може да упражни влияние върху доставчика. От данните е видно, че броят на потребителите, които биха могли да оказват влияние върху поведението на БТК намалява, но все още е достатъчно голям – (xxx - търговска тайна) абоната за 2011 г., за да може всеки един от тях самостоятелно да притежава висока покупателна способност. Седем от конкурентните предприятия са посочили, че 25% от приходите им от предоставяне на фиксирана телефонна услуга на дребно са реализирани от малък на брой абонати – до 10 броя. Т.е за някои от тези предприятия съществува вероятност големи клиенти да упражнят своята покупателна

---

<sup>98</sup> Информация, събрана съгласно Решение на КРС № 1366/31.05.2012 г.

способност върху тях, но не и на разглежданите пазари като цяло, тъй като тези предприятия имат много малки пазарни дялове на тези пазари.

В следствие на предоставената информация, по-горе, КРС стига до заключението, че като цяло на пазарите на достъп до обществени телефонни мрежи в определено местоположение и обществено достъпни национални и международни телефонни услуги няма потребители със силни позиции при водене на преговори, които да упражняват значително въздействие върху конкуренцията, въпреки, че отделни предприятия, които нямат силни позиции на съответните пазари биха могли да бъдат подложени на натиск от своите клиенти по отношение на отстъпки от предлаганите цени или други условия за предоставяне на услугите.

### **3.4. Наличие на продуктово разнообразие**

При изследване на критерия „наличие на продуктово разнообразие”, съгласно чл. 31, т. 6 от Методиката се отчита, дали дадено предприятие предоставя широка гама от електронно съобщителни мрежи и/или услуги на съответния или друг пазар, което му дава възможност да ги предоставя свързани една с друга или в пакет. В случай, че дадено предприятие е със значително въздействие върху съответен пазар и предоставя свързани или пакетни услуги, то същото може да ограничи конкуренцията на същия или на друг пазар, както и да намали възможността на нови предприятия да навлязат на съответния или друг пазар на електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

Подробно описание на пакетните услуги, включващи фиксирана телефонна услуга и друга електронна съобщителна услуга (достъп до интернет, телевизия, мобилна гласова услуга) е представено в т. 5 от Раздел III. Ценовите пакети, включващи достъп и минути трафик, които са обичайна практика при предлагането на фиксирана телефонна услуга са разгледани в т. 4.5 от настоящия раздел.

Данните за състоянието на пазара на електронни съобщителни мрежи и услуги в периода 2009 – 2011 г. показват бързо развитие на пакетните услуги. Предлагането на няколко услуги на крайни потребители чрез една мрежа предоставя възможност на доставчика на услугите да оптимизира разходите си, тъй като по този начин реализира приходи от повече от една услуга при разходи за един изграден достъп до краен потребител. В същото време увеличението на броя на абонатите на пакетните услуги е индикатор, че крайните потребители на електронни съобщителни услуги ги считат за по-добро решение от ползването на отделни услуги от различни доставчици.

За разглеждания тригодишен период най-висок дял абонати на пакетни услуги, комбиниращи фиксирана телефонна услуга с друга електронно съобщителна услуга имат БТК, „МОБИЛТЕЛ” ЕАД и „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” ЕАД.

Предвид по-високия пазарен дял на БТК на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, дължащ се основно на предоставените пакети, включващи достъп и повиквания, контролът върху изградена инфраструктура и възможностите на предприятието да реализира икономии от обхвата и мащаба, може да се допусне, че без подходяща регулаторна намеса историческото предприятие би могло да възпрепятства навлизането на нови участници на пазара, както и да повлияе на условията на конкуренция, както на определения съответен пазар, така и на други пазари на електронни съобщителни услуги.

### **3.5. Определяне на предприятия със значително въздействие върху пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение**

Отчитайки тенденциите към все по-голямо разпространение на пакетните услуги и достъпа до фиксирана телефонна услуга чрез мобилна наземна мрежа, КРС очаква в

краткосрочен период участниците на пазара, които имат изградени мрежи да се конкурират помежду си предлагайки все по-голям избор на пакетни услуги. Алтернативните предприятия, които предлагат услуги на разглеждания пазар, чиито мрежи за достъп са с ограничен обхват, както и предприятията, които искат да предлагат достъп до фиксирана телефонна услуга, но не могат да инвестират в собствени мрежи биха могли да ползват мрежата на историческото предприятие чрез наложените на БТК услуги на едро LLU и WLR. Въпреки отбелязаните очаквания за развитието на разглеждания пазар КРС счита, че към момента на анализа и в периода до следващия пазарен анализ не се очаква условията на съответния пазар да се променят дотолкова, че БТК да загуби водещата си позиция по отношение на достъпа до фиксираната телефонна услуга. В тази връзка, вземайки предвид изводите, направени при анализа на всеки един от разгледаните критерии, а именно:

- високите пазарни дялове на БТК, изчислени на база достъп и приходи от предоставяне на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, както и изчислените индекс на Херфиндал – Хиршман и коефициенти на концентрация със стойности, свидетелстващи за слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация;
- наличие на високи и непреходни бариери за навлизане и разширяване на разглеждания пазар, свързани с:
  - изградена инфраструктура (фиксирана и мобилна мрежи), която не може лесно да се дублира, каквато БТК притежава;
  - икономии от мащаба и обхвата, от които БТК е в състояние да се възползва;
  - вертикална интеграция, наблюдавана при осъществяването на дейността на БТК;
- липса на потребители със силни позиции при водене на преговори, които имат възможност чрез своята покупателна способност да оказват въздействие върху условията и цените, при които БТК предоставя достъп до обществена телефонна мрежа и
- наличие на възможност за ограничаване на конкуренцията от страна на БТК 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 пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение.

#### **4. Пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение**

Настоящата точка разглежда критериите, въз основа на които се прави анализ относно наличието на ефективна конкуренция на дефинираните пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, а именно:

- *Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители в определено местоположение;*
- *Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители в определено местоположение.*

#### **4.1. Пазарен дял**

Основният критерий, който се разглежда при анализа на значителното въздействие върху пазара е пазарният дял на всяко едно предприятие, предоставящо услуги на съответния пазар. Съгласно чл. 26, ал. 2 от Методиката пазарният дял на всяко едно предприятие може да се изчисли въз основа на някои от следните показатели: нетни приходи от предоставяне на електронни съобщения; обем на реализиран трафик; капацитет; брой абонати и/или крайни потребители; брой крайни точки, други. За целите на настоящия анализ КРС използва показателите приходи и трафик, реализирани от предоставянето на обществено достъпни национални и международни повиквания, тъй като тези индикатори в най-голяма степен са относими към разглежданите пазари.

Съгласно чл. 78 от Насоките, наличието на предприятие с пазарен дял над 50% е ясен знак за съществуването на значително пазарно въздействие, освен при изключителни обстоятелства. По правило не се счита, че на даден съответен пазар има значително пазарно въздействие, когато предприятията, опериращи на този пазар притежават пазарен дял под 25%.

При първия кръг на анализ, с Решение № 650/25.06.2009 г. КРС определи историческото предприятие БТК за предприятие със значително въздействие на пазарите на дребно на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и му наложи мерки, които да доведат до засилване на конкуренцията на съответните пазари на дребно.

##### **4.1.1. Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители в определено местоположение**

На фигури 32 и 33, по долу, са представени пазарните дялове на БТК и на конкурентните предприятия, изчислени на база реализирани приходи и трафик (минути) от предоставяне на обществено достъпни национални телефонни услуги за периода 2009 – 2011 г.

Данните на фигурата по-долу показват, че през разглеждания период се запазва тенденцията от първия кръг на пазарните анализи за постепенно намаляване на пазарния дял на историческото предприятие, изчислен на база трафик. През 2011 г. пазарният дял на БТК, изчислен на база трафик, е 89,65% или се отчита спад с 5,5 процентни пункта спрямо 2009 г. Пазарният дял на БТК в края на периода на първия кръг на пазарните анализи – 2007 г. е 97,7%, а отчетеното намаление за този период (2005 – 2007 г.) е едва 1,5 процентни пункта<sup>99</sup>.

---

<sup>99</sup> Приложение към решение № 650/ 25.06.2009 г., Раздел VI, т. 4.1.



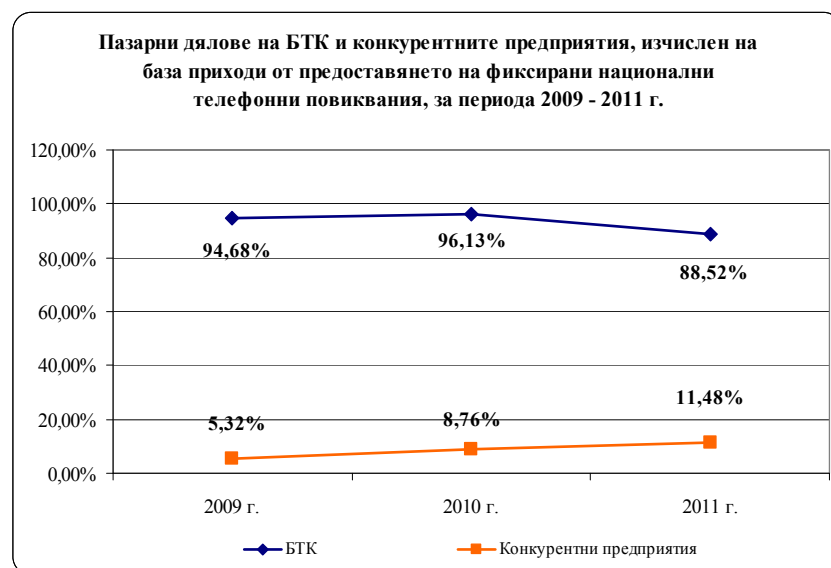


*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 32**

Тенденцията за постепенното намаляване на пазарния дял на историческото предприятие, изчислен на база трафик, е в резултат основно на намаляващия брой абонати на БТК. Това предимно се дължи на по-агресивните маркетингови подходи на конкурентните предприятия (различни ценови отстъпки, обвързване на услугата в пакет с други електронни съобщителни услуги и др.) и по-специално мобилните такива, които целят привличане на нови абонати (в т.ч. абонати на историческото предприятие).

На фигура 33 са представени данни за пазарните дялове на БТК и конкурентните предприятия, изчислени на база приходи от предоставянето на обществено достъпни национални телефонни повиквания в определено местоположение. Видно от данните пазарният дял на историческото предприятие намалява, като за периода на анализа (2009 – 2011 г.) бележи спад от 6,2 процентни пункта. При първия кръг на пазарни анализи този спад е бил само 1 процентен пункт, като в края на разглеждания период – 2007 г., пазарният дял на БТК е 97%.

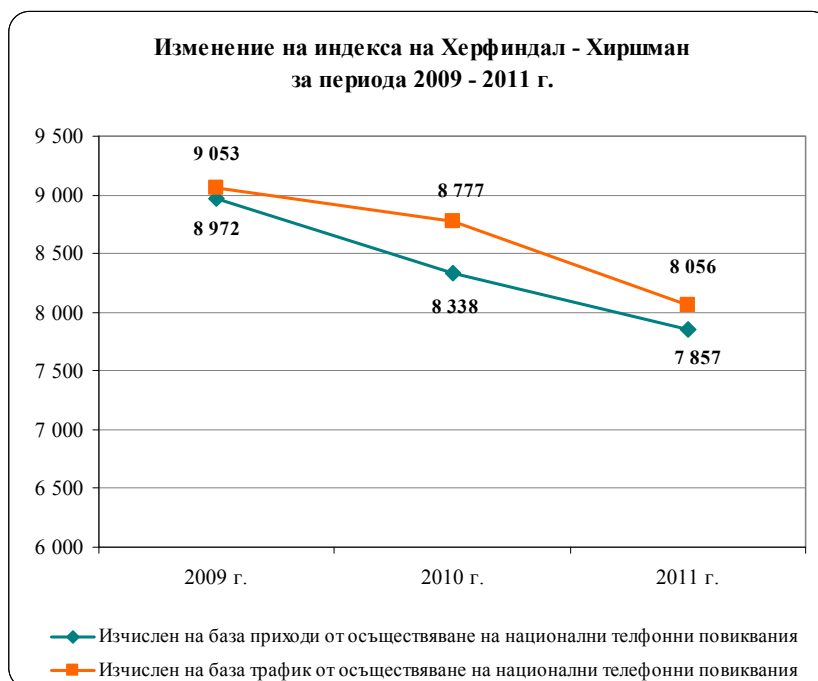


*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 33**

Намалението на пазарния дял на БТК изчислен на база приходи от предоставяне на фиксирани национални повиквания е вследствие както на намаляващия брой абонати на предприятието, така и на структурата на потребление.

При оценка на пазарните дялове се взима под внимание и степента на пазарна концентрация, която може да бъде изчислена чрез използване на индекса на Херфиндал – Хиршман и коефициента на концентрация. На фигури 34 е представено изменението на индекса на Херфиндал – Хиршман, изчислен на база трафик и приходи от предоставянето на обществено достъпни национални телефонни услуги.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

**Фигура 34**

Данните ясно показват, че за периода на анализа индексът, изчислен съответно както на база трафик, така и на база приходи от реализирането на обществено достъпни национални телефонни услуги бележи спад, но стойностите за 2011 г. (8056 и 7857) определят пазара на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение като слабо конкурентен.

В таблицата по-долу е представено изменението на коефициентите на концентрация за периода 2009 – 2011 г., изчислени за трите ( $CR_3$ ) и четирите ( $CR_4$ ), предприятия, притежаващи най-висок пазарен дял на база приходи от предоставянето на обществено достъпни национални телефонни услуги.

**Таблица 7**

| Коефициенти на концентрация | 2009 г. | 2010 г. | 2011 г. |
|-----------------------------|---------|---------|---------|
| $CR_3$                      | 97,79%  | 95,40%  | 93,83%  |
| $CR_4$                      | 98,40%  | 96,37%  | 95,65%  |

*Източник: Данни, подадени в КРС*

Видно от информацията в таблица 7 въпреки постепенното намаляване на коефициентите на концентрация, техните стойности през 2011 г. все още са значително високи ( $CR_3 = 93,83$ ;  $CR_4 = 95,65$ ), което определя разглеждания пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги в определено местоположение като слабо конкурентен с висока степен на концентрация.

#### 4.1.2. Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители в определено местоположение

Пазарните дялове (изчислени на база трафик и приходи от предоставяне на обществено достъпни международни телефонни услуги) на предприятията, разглеждани в настоящия анализ и тяхното изменение, са представени на фигури 35 и 36.



*Източник: Данни, подадени в КРС*

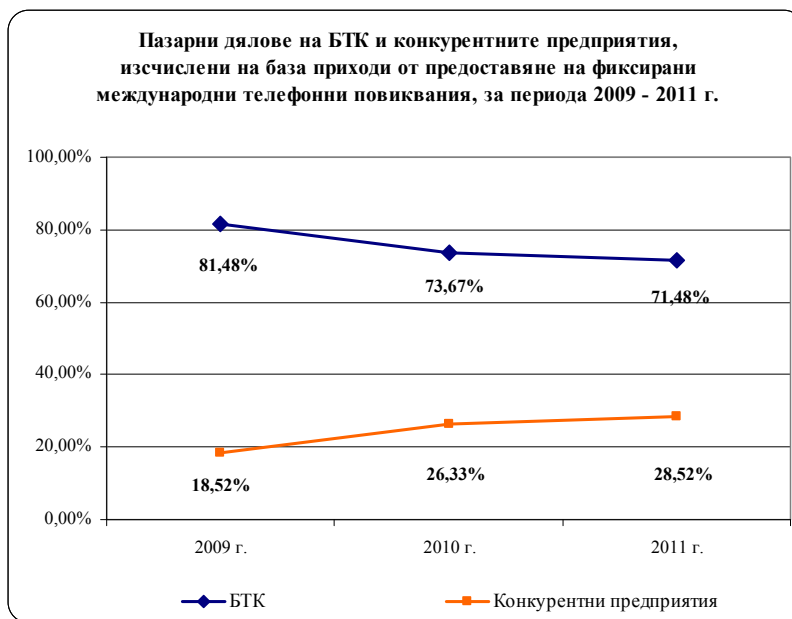
**Фигура 35**

Наблюдаваната тенденция на нарастване на пазарния дял на БТК за периода на анализ (фигура 35), дава основание на КРС да смята, че предприятието може да оказва самостоятелно значително въздействие върху разглеждания пазар.

Данните на горната фигура показват, че в периода след първия кръг анализи тенденцията на изменението на пазарните дялове, изчислени на база трафик от предоставянето на международни разговори, на БТК и съответно на конкурентните предприятия, е променена<sup>100</sup> и се наблюдава ръст при историческото предприятие с 8,23 процентни пункта. Изменението е вследствие на увеличението в абсолютно изражение на реализирания трафик от провеждането на международни разговори от абонатите на историческото предприятие. За разглеждания период 2009 – 2011 г., делът на международните повиквания, осъществени от потребителите на БТК, изчислен на база трафик, спрямо общия обем трафик, реализиран от предприятието, се е увеличил с 4 процентни пункта. При конкурентните предприятия този дял намалява с 5,5 процентни пункта

<sup>100</sup> Приложение към Решение № 650/25.06.2009 г., Раздел VI, т. 4.2.

Видно от данните, представени на фигура 36 в периода обхванат от пазарния анализ (2009 – 2011 г.), тенденцията от първия кръг на пазарни анализи<sup>101</sup> на намаляване на пазарния дял на историческото предприятие, изчислен на база приходи от предоставянето на фиксирани международни телефонни повиквания, се запазва. Причина за тази тенденция също е и фактът, че БТК предлага редица тарифни планове с включени безплатни минути трафик към международни дестинации. Към края на 2011 г. от общия обем потребен международен трафик от абонатите на БТК (домашни и бизнес), близо 65% е нетарифиран, което оказва влияние върху генерираните приходи в посока тяхното снижаване и съответно върху пазарния дял на историческото предприятие. При конкурентните предприятия този процент е 22.

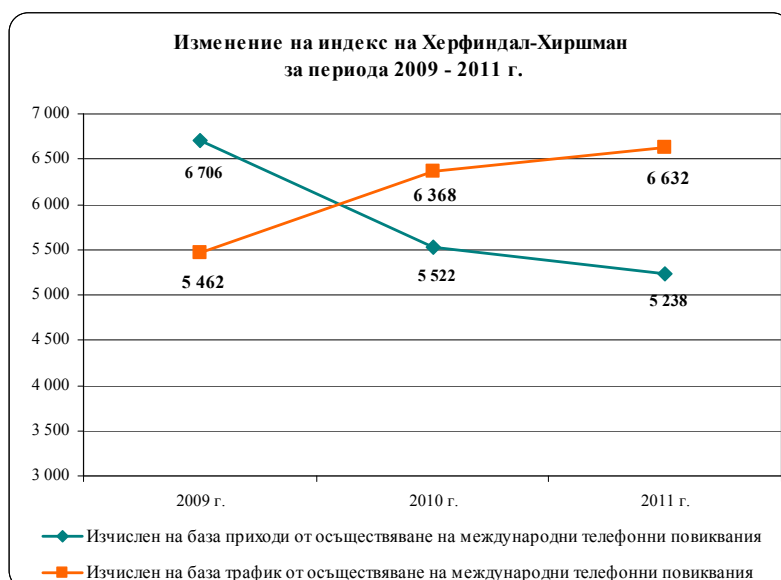


**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 36**

През 2011 г. пазарният дял на БТК, изчислен на база приходи от международни повиквания, е 71,48% , което представлява спад от 10 процентни пункта спрямо 2009 г., но все още е достатъчно висок, за да се смята, че предприятието може да оказва значително въздействие на пазара. Доказателство за това са и изчислените стойности на индекса на Херфиндал – Хиршман, изчислен на база трафик и приходи, и коефициентът на концентрация (виж фиг. 37 и табл. 8).

<sup>101</sup> Приложение към Решение № 650/25.06.2009 г., Раздел VI, т. 4.2.



**Източник:** Данни, подадени в КРС

**Фигура 37**

Индексът на Херфиндал – Хиршман за периода 2009 – 2011 г., изчислен на база приходи от осъществяване на международни телефонни повиквания намалява от 6706 до 5238, докато изчислен на база трафик се увеличава от 5462 до 6632. Въпреки че изменението на индекса, изчислен на база трафик и на база приходи, е в различни посоки, получените стойности за 2011 г. дават основание пазарът на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, да се определи като слабо конкурентен с високо ниво на концентрация.

Видно от данните в таблица 8, въпреки постепенното намаляване на коефициентите на концентрация, изчислени за трите ( $CR_3$ ) и четирите ( $CR_4$ ), предприятия, притежаващи най-висок пазарен дял, изчислен на база приходи от предоставянето на обществено достъпни международни телефонни услуги, в периода на анализа, техните стойности през 2011 г. все още са съответно над 70 за  $CR_3$  и над 85 за  $CR_4$ , с което още веднъж се потвърждава горната констатация, че разглежданият пазар се определя като слабо конкурентен с висока степен на концентрация.

**Таблица 8**

| Коефициенти на концентрация | 2009 г. | 2010 г. | 2011 г. |
|-----------------------------|---------|---------|---------|
| $CR_3$                      | 90,94   | 84,27   | 84,43   |
| $CR_4$                      | 93,07   | 87,54   | 86,38   |

От изложеното до тук КРС счита, че пазарните дялове на историческото предприятие през разглеждания период (2009 – 2011 г.), изчислени на база трафик (изговорени минути) и приходи от предоставянето на национални и международни телефонни услуги в определено местоположение, както и изчислените показатели – индекс на Херфиндал – Хиршман и коефициенти на концентрация, са достатъчно високи, за да може БТК самостоятелно да оказва значително въздействие върху разглеждания пазар.

Съгласно чл. 78 от Насоките и чл. 31 и чл. 32 от Методиката за установяване дали едно предприятие има значително въздействие върху съответен пазар наличието

на висок пазарен дял не е достатъчно. Необходимо е да се разгледат и други критерии, относими към дефинирания пазар.

Разгледаните критерии в точките по-долу се отнасят както за пазара на обществено достъпни национални телефонни услуги в определено местоположение, така и за пазара на обществено достъпни международни телефонни услуги в определено местоположение. КРС разглежда критериите едновременно и за двата пазара, тъй като няма предприятие/я, което/които да предлагат услуги само на единия или другия пазар, за да може това да повлияе при определянето на предприятие/я със значително въздействие върху дефинираните пазари.

## **4.2. Наличие на бариери за навлизане и разширяване на съответния пазар**

При изследване наличието на бариери за навлизане на пазарите на обществено достъпни национални и на международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, е необходимо да се установи дали има наличие на икономии от мащаба и обхвата, както и наличие на вертикална интеграция. Съществуването им е предпоставка за осигуряване на условия дадено предприятие да упражнява пазарна мощ.

### **4.2.1. Икономии от мащаба и обхвата**

При изследване на критерия „икономии от мащаба” се отчита, дали в резултат на нарастване обема на предоставяните от дадено предприятие електронни съобщителни мрежи и/или услуги намаляват средните му разходи за единица продукция. Наличието на икономии от мащаба, от които се възползва дадено предприятие, може да представлява бариера за навлизане на нови участници на съответен пазар, а също така създава преимущества пред съществуващите конкуренти. В случаите на икономия от мащаба, производственият процес на дадена електронна съобщителна услуга е съпроводен с високи фиксирани и същевременно ниски променливи разходи.

Икономии от обхвата са налице, когато средните разходи за единица продукция са по-ниски, вследствие на общ производствен процес. При електронните съобщения икономии от обхвата възникват, когато едно предприятие използва капацитета на една електронно съобщителна мрежа за предоставяне на повече от една услуга.

В случай, че дадено предприятие реализира икономии от мащаба и обхвата, тогава е налице бариера за навлизане на нови участници на съответния пазар, както и възможност за създаване на преимущества пред съществуващите конкуренти.

БТК предоставя фиксирани телефонни услуги на голям брой абонати чрез мрежата на предприятието, обхващаща територията на цялата страна. Тъй като предприятието притежава най-висок пазарен дял (70%, изчислен на база достъп до обществена телефонна мрежа<sup>102</sup>) през 2011 г., средните му разходи за предоставяне на услуги на допълнителен абонат вероятно са много по-ниски за него, отколкото за всяко друго алтернативно предприятие. Пазарните дялове на предприятието за 2011 г., изчислени на база трафик и приходи от предоставянето на фиксирани национални телефонни повиквания, съответно са 89,65% и 88,52%. При международните телефонни повиквания тези проценти са 81,16% и 71,48%. Силните позиции на БТК и на двата дефинирани пазара на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги предоставя възможност на предприятието да реализира икономии от мащаба.

Необходимо е конкурентните предприятия да завземат много по-силни пазарни позиции, за да могат да реализират икономии от мащаба (общият пазарен дял на

---

<sup>102</sup> Виж т. 3.1., Раздел VI от настоящия документ.

конкурентните предприятия, изчислен на база трафик и приходи от предоставянето на фиксирани телефонни национални повиквания е съответно 10,35% и 11,48%, а за международните повиквания – 18,84% и 28,52%). За постигане на тази цел в бъдещ период те трябва да предложат на своите клиенти по-добри условия, включително по-ниски цени, което би могло да породи затруднения при покриване на разходите им.

БТК е предприятие, което освен на пазара на фиксирани мрежи и услуги присъства и на други пазари на електронни съобщения и предоставя широка номенклатура от услуги<sup>103</sup>, което му дава възможност да разпределя разходите си между тях. По този начин историческото предприятие се възползва от значителни икономии от обхвата.

Голяма част от конкурентните предприятия също присъстват на повече от един пазар и предлагат разнообразни услуги, с което биха могли да реализират икономии от обхвата. Въпреки това, те не представляват заплаха за ограничаване на конкуренцията на дефинираните пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, тъй като общият размер на пазарните им дялове, изчислени на база приходи и трафик от предоставянето на тези услуги не е висок (виж фигури 32, 33, 35 и 36). Пазарните дялове на по-голяма част от конкурентните предприятия, изчислени на база трафик и приходи от предоставянето на национални и международни, телефонни услуги през 2011 г., са под 3% за всяко едно от тях. Изключение правят предприятията „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД, „МОБИЛТЕЛ” ЕАД и „ОРБИТЕЛ” АД, чиито пазарни дялове изчислени на база трафик и приходи от предоставянето на международни телефонни услуги през 2011 г. са над 3% за всяко едно от тях, но все още далеч под 25%.

#### **4.2.2. Вертикална интеграция**

Наличие на вертикална интеграция се отчита, когато дадено предприятие, включително свързано с него лице, действа/действат като доставчик на услуги на пазара на едро и същевременно предлага/предлагат услуги на крайни потребители на пазара на дребно, като на пазара на дребно се конкурира/конкурират с потребителите на своите услуги, предложени на пазара на едро.

При анализ на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни повиквания в определено местоположение изследването на критерия „вертикална интеграция” е от съществено значение.

Силните позиции на дадено предприятие на пазара на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи биха могли да окажат влияние на конкурентните условия на пазарите на дребно на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение.

С Решение № 1361/31.05.2012 г. на КРС, БТК беше определено за предприятие със значително въздействие на пазара на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи. То е и единственото предприятие, което предоставя услугата на едро „избор на оператор на преносна среда за осъществяване на национални и международни разговори” в България, свързана с услугата 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.

---

<sup>103</sup> Услуги по предоставяне на линии под наем, пренос на данни, достъп до интернет, спътникова телевизия и др.

Реализирането на икономии от мащаба и обхвата от историческото предприятие, както и наличието на вертикална интеграция са голямо икономическо предимство на БТК пред останалите участници на пазара. Ето защо КРС е на мнение, че те представляват бариера за навлизане на пазара на нови икономически субекти или за значително разширяване на пазара на дребно по предоставяне на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение.

#### **4.3. Недостатъчна или слаба покупателна способност**

Критерият „недостатъчна или слаба покупателна способност” подробно е изследван в т.3.3. от настоящия раздел, където е показано неговото влияние както на пазара на достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение така и върху пазарите на обществено достъпни фиксирани национални и международни телефонни услуги.

Позовавайки се на представената по-горе информация КРС е на мнение, че както при пазара на достъп до обществени телефонни мрежи в определено местоположение, така и на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение няма потребители със силни позиции при водене на преговори, които да упражняват значително въздействие върху конкуренцията, въпреки, че ограничен брой предприятия, които нямат силни позиции на съответните пазари биха могли да бъдат подложени на натиск от своите клиенти по отношение на цени, отстъпки или други условия за предоставяне на услугите.

#### **4.4. Наличие на продуктово разнообразие**

При изследване на критерия „наличие на продуктово разнообразие”, съгласно чл. 31, ал. 6 от Методиката се отчита, дали дадено предприятие предоставя широка гама от електронно съобщителни мрежи и/или услуги на съответния или друг пазар, което му дава възможност да ги предоставя свързани една с друга или в пакет. В случай, че дадено предприятие е със значително въздействие върху съответен пазар и предоставя свързани или пакетни услуги, то същото може да ограничи конкуренцията на същия или на друг пазар, както и да намали възможността на нови предприятия да навлязат на съответния или друг пазар на електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

През 2011 г. освен БТК още 17 предприятия предоставят електронно съобщителни мрежи и/или услуги на повече от един съответен пазар. Всичките 18 предприятия имат възможност да предоставят пакетни услуги, включващи само достъп и определен обем включени минути за национални и/или международни телефонни повиквания, а 15 от тях предоставят пакети, включващи услуги от различни пазари,

В таблица 9 е представена информация за най-използваните<sup>104</sup> от потребителите на БТК абонаментни планове през 2011 г., включващи услугите достъп и повиквания.

---

<sup>104</sup> Абонатите на посочените абонаментни планове представляват над 64% от абонатите на предприятието, ползващи абонаментни планове за фиксирана телефонна услуга.



Таблица 9

## Информация за най-използваните абонаментни планове през 2011 г.

| План          | месечен абонамент<br>лева без ДДС | включени<br>минути | включени<br>импулси* | видове разговори                               |
|---------------|-----------------------------------|--------------------|----------------------|------------------------------------------------|
| Минимум       | 6,50                              | 30                 | 15                   | селищни разговори                              |
| БТК Удома 50  | 11,50                             | 50                 | 25                   | селищни, междуселищни, I-ва група международни |
| Инвалиди 160  | 1,50                              | 160                | 80                   | селищни разговори                              |
| БТК Офис 300+ | 23,00                             | 300                | -                    | селищни, междуселищни, I-ва група международни |
| БТК Офис 450+ | 30,00                             | 450                | -                    | селищни, междуселищни, I-ва група международни |
| БТК Офис 850+ | 50,00                             | 850                | -                    | селищни, междуселищни, I-ва група международни |

Забележка: \* За централи при които няма възможност за таксуване по време

В края на 2011 г. историческото предприятие въведе така наречените „допълнителни пакети“, отнасящи се до определени абонаментни планове:

- „+ Fix Europe 30“, „+ Fix Europe 90“, „+ Fix Europe 180“, включващи определен обем минути за международни разговори първа група<sup>105</sup>;
- „+ BIZ Call 100“, „+ BIZ Call 400“, „+ BIZ Call 1000“, „+ BIZ Call 6000“, включващи определен обем минути за селищни и междуселищни разговори във фиксираната мрежа на БТК и международни разговори 1-ва зона<sup>106</sup>;
- „+ World 500“, „+ World 1000“, включващи определен обем минути за международни разговори към 2-ра и 3-та международна зона.

Конкурентните предприятия също предлагат пакети, които включват „достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение“ и „обществено достъпни национални и международни телефонни услуги“. За разлика от условията, които предлага БТК, някои конкурентни предприятия предлагат абонаментни планове, включващи неограничен брой минути за провеждане на разговори в мрежата на съответното предприятие. Други прилагат символична (0,01 лв. и по-малко) цена за провеждане на разговор в собствената мрежа.

Предприятията, предоставящи фиксирани телефонни услуги все повече прибягват до предлагането на пакетни услуги за привличане на нови клиенти. В раздел IV, т.5, на настоящия документ, бе представена подробна информация за развитието на пакетните услуги на пазара на електронни съобщения в България, в частност на тези, с включена фиксирана телефонна услуга.

Въз основа на горната информация и взимайки под внимание високите дялове на историческото предприятие на пазарите на „достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение“ (виж т. 3.1. от настоящия раздел) и „обществено достъпни национални и международни телефонни услуги“ (виж. т. 4.1. от настоящия раздел), КРС е на мнение, че липсата на регулация може да създаде условия за ограничаване на конкуренцията от страна на историческото предприятие чрез предоставянето на свързани и/или пакетни услуги.

<sup>105</sup> Отнасят се за следните абонаментни планове: „VIVACOM Super Fix“, „У Дома 50“, „У Дома 150“, „У дома 250“, „Минимум“, „План за инвалиди 160“, „План за инвалиди 300“.

<sup>106</sup> Отнасят се за следните абонаментни планове: „Офис 300+“, „Офис 450+“, „Офис 8500+“, „Офис 1500+“, „Стандартен бизнес план“, „ISDN 2B+D“, „ISDN 30B+D“, „VIP Business“.

#### **4.5. Определяне на предприятие със значително въздействие върху съответните пазари**

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

- изключително високи пазарни дялове на БТК, изчислени на база трафик (изговорени минути) и приходи от предоставяне на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, както и високите стойности на индекса на Херфиндал – Хиршман и коефициенти на концентрация, които свидетелстват 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 и
  - вертикална интеграция, наблюдавана при осъществяването на дейността на историческото предприятие;
- липса на потребители със силни позиции при водене на преговори, които имат възможност чрез своята покупателна способност да окажат въздействие върху условията и цените, по които БТК предоставя обществено достъпни национални и международни телефонни услуги и
- наличие на възможност за ограничаване на конкуренцията от страна на БТК чрез предоставянето на свързани и/или пакетни услуги,

КРС стига до извода, че следва да определи „Българска телекомуникационна компания” АД за предприятие със значително въздействие на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, и по-конкретно на:

- *Пазар на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители в определено местоположение;*
- *Пазар на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители в определено местоположение.*

## **VII. Определяне на специфични задължения**

### **1. Изводи относно необходимостта от регулаторна намеса**

Въпреки въведените в първия кръг на пазарния анализ мерки, резултатите от втория кръг на анализа на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение сочат, че БТК запазва позицията си на предприятие със значително въздействие на съответните пазари. КРС отчита обстоятелството, че новонавлизащите предприятия, както и предприятията имащи собственост върху мрежи с регионално покритие се нуждаят от достъп до мрежата на БТК, за да предоставят или да разширят предоставянето на услуги на пазарите на дребно. В качеството си на предприятие със значително въздействие БТК е собственик на мрежа с национално покритие, чието дублиране би изисквало прекалено големи разходи, което от своя страна е икономически необосновано. В този смисъл, с изключение на мобилните предприятия, които ползват изградената си мобилна мрежа и за предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, достъпът до мрежата на БТК представлява бариера за навлизане на пазара и при липса на регулация това би създавало условия за потенциално антиконкурентно поведение от страна на историческото предприятие, с цел изтласкване на конкуренцията и затваряне на свързаните пазари на дребно.

Наличието на предприятие със значително въздействие на съответните пазари е основание за КРС да наложи, продължи или измени специфичните задължения, с оглед възпиране на възможностите за антиконкурентно поведение и в полза на потребителите.

### **2. Цели и принципи при избор на специфични задължения**

В съответствие с резултатите от настоящия кръг на пазарния анализ и с оглед премахване на установените пазарни дефекти КРС счита че специфичните задължения следва да са насочени към постигане на следните основни цели:

- Подкрепа интересите на гражданите, да извличат максимална полза от избора, цената и качеството на електронните съобщения;
- Развитие на конкуренцията – предотвратява нарушаването или ограничаването на конкуренцията в сектора на електронните съобщения, включително при преноса на съдържание;
- Равнопоставено третиране, при наличие на сходни обстоятелства, на предприятия, предоставящи електронни съобщителни мрежи и/или услуги, и на категориите крайни потребители.

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, да са мотивирани и необходими;
- Пропорционалност – да са посочени причините за налагане на специфичните мерки за всяко предприятие, като тежестта на задължението се съобразява с целения резултат;

- Въздържане от регулаторна намеса на нововъзникващи пазари, дори и при установено наличие на пазарен участник или участници с големи пазарни дялове.

### **3. Текущи задължения**

С Решение № 650/25.06.2009 г. КРС определи БТК като предприятие със значително въздействие на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение (пазари 1 – 6 от Препоръката за съответните пазари на ЕК от 2003 г.). Решение № 650/25.06.2009 г. беше обжалвано от БТК и е влязло в сила с окончателното произнасяне на Върховния административен съд с Решение № 12164 от 19.10.2010 г. по ад. № 8448/2010 г. по описа на ВАС, 5 чл. с-в. До произнасянето на съда с окончателното решение, Решение № 650/25.06.2009 г. на КРС подлежеше на предварително изпълнение по силата на ЗЕС.

С решението КРС наложи следните задължения, относими към съответните пазари, предмет на настоящия анализ:

#### **3.1. Задължения на ниво предоставяне на услуги на едро:**

- Задължение за предоставяне на услугата „избор на оператор” – § 201 от ПЗР на ЗЕС, който запазва наложеното на основание чл. 135, ал. 1 от ЗЕС (отм.) задължение до влизане в сила на настоящото решение;
- Задължение за достъп до и използване на специфични мрежови съоръжения като задължава БТК да предоставя услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”;
- Задължение за прозрачност;
- Задължение за равнопоставеност;
- Задължение за изготвяне и публикуване на типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро;
- Ценови ограничения, включително задължение за разходоориентираност.

В изпълнение на Решение № 650/25.06.2009 г., с писмо вх. 04-04-451 от 09.07.2009 г. БТК внесе проект на типово предложение за сключване на договор за отдаване на абонатни линии под наем на едро. В съответствие с разпоредбата на чл. 167, ал. 7 от ЗЕС, с решение № 1338/ 05.11.2009 г. КРС откри процедура по обществени консултации. След приключване на обществените консултации с Решение № 712/29.06.2010 г. КРС одобри типовото предложение с указания за неговото изменение. Решението не беше обжалвано и влезе в сила, като в изпълнение на задълженията БТК публикува типовото предложение на страницата си в интернет.

#### **3.2. Задължения на ниво предоставяне на услуги на дребно:**

- Задължения за равнопоставеност, включително забрана за обвързване на услугите в пакет в случай, че потребителите нямат възможност да използват услугите в ценовия пакет самостоятелно;
- Забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет – чл. 216, ал. 2 от ЗЕС;
- Задължения за прозрачност;

- Ценови ограничения, включително задължение за разходоориентираност.

#### 4. Оценка на ефекта от наложените мерки

Данните от анализа сочат, че констатираната в първи кръг тенденция на намаляване на пазарния дял на историческото предприятие на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, продължава, но с бавни темпове. Това намаление на пазарния дял на предприятието се дължи на:

- Навлизане на пазарите на мобилните предприятия, които предоставят достъп и фиксирана телефонна услуга чрез мобилните си мрежи;
- Нарасналото търсене на пакетни услуги;
- Ефект от наложените ценови мерки на ниво услуги на дребно.

##### 4.1. Ефект от наложените мерки на ниво услуги на едро

Мерките за достъп на ниво услуги на едро, наложени в резултат от първи кръг на пазарния анализ целяха да насърчат създаването на ефективна конкуренция на пазарите на дребно. Наложените задължения за предоставяне на достъп на едро позволяват на конкурентните предприятия да предлагат услуги на пазара на дребно чрез закупуване на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”, наричани за краткост „избор на оператор” и отдаване на абонатни линии под наем на едро (WLR).

В условия на икономическа криза дейността по предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна мрежа чрез услугата „избор на оператор” прекратиха две предприятия<sup>107</sup>, по тяхно искане. Както е отбелязано в анализа, едно предприятие<sup>108</sup> е декларирало, че за 2011 г. няма дейност, а друго предприятие<sup>109</sup> е представило данни, че към 31.12.2011 г. има дейност, но няма абонати. Това, от своя страна намери негативно отражение в нивото на конкуренция и в развитието на услугата, както това е отбелязано в пазарния анализ.

През разглеждания в анализа период конкурентните предприятия не се възползваха и от възможността да навлязат на пазарите на достъп в определено местоположение като ползват вече изградената инфраструктура на историческото предприятие. В изпълнение на наложените в първия кръг на анализа специфични задължения БТК изготви Типовото предложение за отдаване на абонатна линия под наем на едро, одобрено с решение на КРС № 712/29.06.2010 г. Въпреки това нито едно от конкурентните предприятия не се възползва от възможността да предоставя услуги на пазарите на дребно, като ползва услугите на едро от историческото предприятие. В резултат на обвързаните от регулатора ценови условия за ползване на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” с цените на предлаганите от БТК услуги на дребно, предприятието едностранно инициира две намаления<sup>110</sup> на месечната цена на услугата. Предприетите от страна на БТК едностранни намаления на цените за месечен абонамент не доведоха до интерес към услугата от страна на конкурентните предприятия. В допълнение, следва да се отбележи, че с Решение на КРС №

<sup>107</sup> „Транс Телеком” АД и „Ай Ти Ди Нетуърк” АД

<sup>108</sup> „Нексом-България” ЕАД

<sup>109</sup> „БТК НЕТ” ЕООД

<sup>110</sup> Съответно с 11 % през март 2011 г. и с 13 % през юни 2011 г.

246/22.02.2011 г.<sup>111</sup> на БТК е наложено задължение за предоставяне на необвързан достъп до абонатна линия, включително самостоятелен и съвместен, като условията за предоставяне на услугите се уреждат в Типово предложение, одобрено от КРС. Със същото решение е наложено задължение за предоставяне на битстрийм достъп на регулирани цени. Независимо, че услугите за предоставяне на необвързан и битстрийм достъп са обект на регулиране те не се развиват успешно. За използването на необвързания достъп има сключен само един договор, като предприятието, сключило договора, ползва линията за собствени нужди.

#### 4.2. Ефект от наложените мерки на услуги на дребно

Въз основа на задълженията на ниво услуги на дребно, наложени в първи кръг на пазарния анализ цените за повиквания към други национални фиксирани мрежи намаляха и достигнаха до нивата на цените за повиквания в мрежата на БТК, а цените за повиквания към мобилни мрежи са редуцирани с процент, равен на процента на намаление на цените на свързаните пазари на едро<sup>112</sup>.

С решение № 1236/01.10.2009 г. КРС прие, че предложените от БТК цени за достъп и за повиквания в собствената мрежа, без ограничения на обема на минутите за осъществените повиквания, както и цените за повиквания към други национални фиксирани мрежи отговарят на наложените от регулатора в първи кръг на пазарния анализ мерки. За разглеждания в анализа период тези цени не са променяни. Цените за повиквания към мобилни мрежи се определяха в съответствие с наложения ценови таван, като таванът намаляваше в съответствие с графика за постепенно намаление на цените за генериране/терминиране на повиквания от/в определено местоположение на обществени телефонни мрежи и на цените за терминиране в индивидуални мобилни мрежи. Същевременно броят на абонатите на БТК, ползващи услугите достъп и повиквания, необвързани в пакет, в края на 2011 г. е 7,44% от общия брой абонати на фиксираната телефонна услуга на предприятието. Приходите от всички предлагани от предприятието пакети<sup>113</sup> са 85,34% от общите приходи за месечен абонамент на БТК.

Наред с предлаганите още в първи кръг на пазарния анализ пакети, включващи само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания, през разглеждания период БТК предложи една нова оферта, предназначена за домашни абонати, както е посочено по-долу:

**Таблица 10**

| <b>Планове за домашни абонати</b> | <b>Месечен абонамент в лв., с ДДС</b> | <b>Включени минути за разговори в мрежата на БТК</b> |
|-----------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------|
| VIVACOM Super Fix                 | 13,80                                 | 3600 минути                                          |

В съответствие с наложените специфични задължения новите оферти на БТК за пакети се оценяваха от регулатора с оглед спазване на изискванията да не съдържат

<sup>111</sup> Относно анализ на пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение и на пазара на предоставяне на широколентов достъп на едро

<sup>112</sup> Пазарите на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи и на терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи, както и пазар на терминиране на гласови повиквания в индивидуални мобилни мрежи

<sup>113</sup> Имат се предвид както приходите от пакетни услуги, разглеждани в т.5, Раздел IV на настоящия анализ, така и приходите от пакети, включващи само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания

елементи на ценообразуване, от които предприятието със значително въздействие върху съответния пазар би могло да се възползва. В долната таблица е представено сравнение на пакетите, включващи само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания, предлагани от БТК, и на конкурентните предприятия.

**Таблица 11**

|                                            |                                                 |                                                       |                                                                     |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>БТК<br/>(У дома 50)</b><br><b>11,50</b> | „ИНТЕРБИЛД” ООД<br>(Voice 60)<br><b>3,25</b>    | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>(Basic)<br><b>4,08</b>              | „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД<br>(Home Start)<br><b>4,08</b>          |
| <b>БТК<br/>(Super Fix)</b><br><b>11,50</b> | „ИНТЕРБИЛД” ООД<br>(Voice 3600)<br><b>0,00</b>  | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>(Standard)<br><b>8,25</b>           | „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД<br>(Home & Friends)<br><b>8,25</b>      |
| <b>БТК<br/>(Минимум)</b><br><b>6,50</b>    | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>(Basic)<br><b>4,08</b>        | Космо България<br>Мобайл (Home Start)<br><b>5,75</b>  |                                                                     |
| <b>БТК<br/>(Офис 300+)</b><br><b>23,00</b> | „ИНТЕРБИЛД” ООД<br>(Voice 200)<br><b>9,92</b>   | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>(Офис телефон 250)<br><b>19,90</b>  | „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД<br>(Globul Office Group)<br><b>8,90</b> |
| <b>БТК<br/>(Офис 450+)</b><br><b>30,00</b> | „ИНТЕРБИЛД” ООД<br>(Voice 400)<br><b>16,58</b>  | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>(Офис телефон 500)<br><b>29,90</b>  |                                                                     |
| <b>БТК<br/>(Офис 850+)</b><br><b>50,00</b> | „ИНТЕРБИЛД” ООД<br>(Voice 1000)<br><b>36,58</b> | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>(Офис телефон 1000)<br><b>49,90</b> |                                                                     |

Направеното сравнение включва оферти на конкурентните предприятия, предоставящи идентични или подобни на пакетите на историческото предприятие. Видно от данните, цените на пакетите на задълженото предприятие са по-високи от тези на конкурентите. Следва да се отбележи, че през 2011 г. спрямо 2010 г. разходите на БТК за предоставяне на фиксираната телефонна услуга намаляват, което при отчитане на намаляващия брой абонати, е индикатор за обновяване на мрежата на историческото предприятие. Последното създава възможности за предприятието да намалява цените си на пазарите на дребно.

Отчитайки нарасналия интерес на потребителите към пакетни услуги и за да репликира офертите на конкурентните предприятия, историческото предприятие стартира предлагането на пакети, включващи услуги от различни пазари. През 2009 г. БТК предлага 3 разновидности на пакети, включващи услуги от различни пазари, а в края на 2011 г. броят им достига 13. През 2012 г. предприятието оферира на пазара пакет, включващ повиквания за гласова фиксирана услуга, гласова мобилна услуга, интернет и телевизия.

Ориентацията на потребителите към пакети, включващи услуги от различни пазари, рефлектира в намаление на броя на абонатите на пакети на БТК, включващи достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания, които в края на 2011 г. намаляват с 22% спрямо абонатите на този вид пакети през 2009 г. Въпреки това следва да се посочи, че последните представляват 84% от общия брой абонати на фиксираната услуга на историческото предприятие към края на 2011 г.

За разлика от пакетите, включващи само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания, броят на абонатите на БТК на ценови пакети, включващи услуги от различни пазари нараства и в края на 2011 г. достига 9% от общия брой абонати на фиксираната услуга на предприятието.

Поради голямото разнообразие от оферти прецизно сравнение на офертираните от БТК и от конкурентните предприятия пакети, включващи услуги от различни пазари, е силно затруднено. Въпреки това, в долната таблица, КРС сравнява офертите на конкурентните предприятия, предоставящи пакети, включващи същите услуги и потребление сходно на потреблението, включено в пакетите на БТК.

**Таблица 12**

|                                                                        |                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| двоен пакет - фиксирана гласова услуга и достъп до интернет            | БТК<br>"VIVACOM Duo: Fix+Net"<br>3600 минути в собствена мрежа и 30 минути към други фиксирани и мобилни мрежи и I ва международна група<br><b>21,5</b>      | „ВАРНА НЕТ” ООД<br>"25Mbps + 100min"<br>безплатни разговори в собствена мрежа и 100 минути за разговори в други фиксирани мрежи (градски и междуградски)<br><b>20,00</b>              |                                                                                                                                                                          |
|                                                                        | БТК<br>"VIVACOM Link BIZ"<br>3600 минути за селищни, междуселищни и международни номера от Първа група<br><b>52,8</b>                                        | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>"Интернет и офис телефон"<br>2000 минути включени в собствена мрежа и 500 минути включени към фиксирани мрежи в страната и Европа<br><b>36,90</b>                   | „ВАРНА НЕТ” ООД<br>"45Mbps + 300min"<br>безплатни разговори в собствена мрежа и 300 минути за разговори в други фиксирани мрежи (градски и междуградски)<br><b>29,17</b> |
| двоен пакет - фиксирана гласова услуга и телевизия                     | БТК<br>"VIVACOM Duo: Fix+TV"<br>3600 минути в собствена мрежа и 30 минути към други фиксирани и мобилни мрежи и I ва международна група<br><b>18,17</b>      | „ВЕСТИТЕЛ БГ” АД<br>ТВ Стандарт + 50 мин. разговори<br>безплатни разговори в собствена мрежа и 50 минути за селищни разговори в други фиксирани мрежи<br><b>17,99</b>                 |                                                                                                                                                                          |
| двоен пакет - фиксирана гласова услуга и мобилна гласова услуга        | БТК<br>"VIVACOM Duo: Fix+Mobi"<br>3600 минути в собствена мрежа и 30 минути към други фиксирани и мобилни мрежи и I ва международна група<br><b>21,80</b>    | „МОБИЛТЕЛ” ЕАД<br>"Mtel COMBI Phone"<br>неограничени разговори между домашния и мобилния телефон и<br>безплатни разговори към номерата от групата Семейство и приятели<br><b>9,08</b> |                                                                                                                                                                          |
| троен пакет - фиксирана гласова услуга, достъп до интернет и телевизия | БТК<br>"VIVACOM Trio: Fix+Net+TV"<br>3600 минути в собствена мрежа и 30 минути към други фиксирани и мобилни мрежи и I ва международна група<br><b>33,80</b> | „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД” АД<br>"СМАРТ HD"<br>5000 минути в собствената мрежата и 1000 минути към фиксирани номера в България и Зона I<br><b>22,42</b>                              |                                                                                                                                                                          |

Видно от горната таблица, сравнимите оферти на предприятието със значително въздействие са с цени, по-високи от тези на конкурентните предприятия, което дава основание да се заключи, че БТК не се е възползвало от възможностите за прехвърляне на конкурентни предимства, с оглед изтласкване на конкурентите от съответните пазари на дребно. Отчитайки тенденциите на все по-нарастващо потребление на пакети, включващи услуги от различни пазари, високия дял на абонатите на конкурентните предприятия и ценовия натиск върху офертите на историческото предприятие от страна, както на мобилните предприятия (извън офертите им за обществени телефонни услуги в определено местоположение), така и на кабелните оператори, КРС е на мнение, че с оглед запазване на пазарните си позиции, БТК не би имала стимул от пазарно поведение насочено към прекомерно високи цени на предлаганите пакети, включващи услуги от различни пазари.



## **5. Конкурентни проблеми**

Заклученията и от втория кръг на анализа на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение потвърждават наличието на предприятие със значително въздействие, което би имало стимули да прилага пазарно поведение, насочено срещу навлизането на конкурентите на разглежданите пазари. КРС запазва без изменение възприетия в първия кръг на анализа на посочените пазари подход, че специфични задължения могат да бъдат наложени не само, когато конкурентните проблеми са установени, но и когато е налице възможност, при определени обстоятелства, идентифицираните конкурентни проблеми да възникнат като потенциални. При наличието на подробно и изчерпателно описание на конкурентните проблеми в първия кръг на анализа на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, в настоящия кръг, КРС разглежда основните конкурентни проблеми, които биха възникнали при оттегляне на регулацията.

Към настоящия момент БТК е определена като предприятие със значително въздействие на следните пазари на едро, свързани с пазарите на дребно, обект на настоящия анализ:

- пазарите на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи и на терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи;
- на пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение и на пазара на предоставяне на широколентов достъп на едро.

Значителното въздействие на предприятието на посочените пазари на едро създава потенциални възможности то да прехвърля пазарната си мощ на свързаните пазари на дребно, като конкурентните проблеми, които биха могли да възникнат при евентуално оттегляне на регулацията могат да се групират, както следва:

### **5.1. Неценови конкурентни проблеми**

#### **5.1.1. Отказ за съвместна търговия/отказ на достъп**

Видно от анализа чрез мобилните и кабелните си мрежи, конкурентните предприятия предлагат достъп до обществената телефонна услуга в определено местоположение. Това обаче не означава, че не съществуват конкурентни проблеми по отношение на достъпа. Кабелните мрежи на конкурентните предприятия имат регионално покритие и обичайно, по икономически причини, те предлагат обществена телефонна услуга в определено местоположение в комбинация с достъп до интернет и телевизия. Две от конкурентните предприятия – „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД и „МОБИЛТЕЛ” ЕАД, осигуряват достъп до обществената телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилните си наземни мрежи. Не на последно място следва да се отбележи, че винаги има определена група от крайни потребители, чието търсене се свежда до традиционната фиксирана телефонна услуга, предоставяна от историческото предприятие. Тези крайни потребители имат сравнително по-малък избор на доставчици на достъп, в сравнение с крайните потребители, които са решили да закупят пакетни услуги, включващи и фиксирана телефонна услуга. В тази връзка КРС е на мнение, че при евентуално оттегляне на регулацията е налице възможност отказът на достъп да възникне като потенциален конкурентен проблем.

### **5.1.2 Прехвърляне на неценови вертикални/хоризонтални предимства**

Друг потенциален проблем, който може да окаже негативно въздействие върху конкуренцията, възниква, когато интегрирано предприятие има значително въздействие върху един пазар, свързан вертикално или хоризонтално с други пазари. Както е посочено в първия кръг на пазарния анализ прехвърлянето на неценови вертикални предимства може да включва редица прояви на дискриминационно поведение като дискриминационно използване или непредоставяне на информация; умишлено забавяне или отлагане; пакетни/свързани услуги; прекомерни изисквания; дискриминация по отношение на качеството; стратегическо планиране на продуктите характеристики, а по отношение на хоризонталното прехвърляне, относими са: предлагането на пакетни/свързани услуги и крос субсидирането.

Поради позицията си на вертикално интегрирано предприятие със значително въздействие, предоставящо услуги на съответните пазари на дребно, БТК би имало потенциал и стимул за прехвърляне на пазарна сила както на хоризонтално, така и на вертикално свързаните пазари. Това би могло да даде възможност на БТК да запази и/или укрепи позициите си на тези свързани пазари и потенциално да засили съществуващата си пазарна мощ. При отсъствие на регулация, БТК е в състояние да контролира използването на ресурси на едро (inputs) и ще има стимули да се възползва от възможността да прехвърли неценовите си предимства на пазарите на дребно надолу по веригата.

## **5.2. Ценови конкурентни проблеми, които могат да намерят израз в:**

### **5.2.1. Прилагане на прекомерно високи цени**

При липса на регулация БТК като предприятие със значително въздействие на пазара има стимул да прилага цена над нивото на цените, които биха били приложими на един конкурентен пазар, което представлява злоупотреба с господстващо положение. Последното важи в много голяма степен по отношение на услугите на едро, необходими за предоставяне на услугите на дребно, разглеждани в настоящия анализ, тъй като на практика няма конкурентен натиск и БТК може да действа независимо от другите предприятия. Предоставяйки услугите на едро на прекомерно висока цена, историческото предприятие би препятствало навлизането на конкуренти на пазарите на дребно. От друга страна следва да се посочи, че конкурентният натиск на ниво услуги на дребно прави много малко вероятно проявлението на този конкурентен проблем, тъй като потребителите биха пренасочили търсенето си към конкурентните предприятия.

### **5.2.2. Хищнически цени**

БТК, в качеството му на 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, като по този начин ограничава продажбите им и съответно ги изтласква от пазара. Подобна ситуация би могла да възникне при липса на регулиране, поради което КРС счита, че посоченият конкурентен проблем е относим към разглежданите пазари.

### **5.2.3. Ценова преса**

Ценовата преса възниква, когато разликата между цените на едро и цените на дребно е твърде малка. На БТК са наложени ценови специфични задължения по

отношение на услугата „избор на оператор”, предвиждащи прилагане на цена за генериране, изчислена въз основа разходите на ефективен оператор, а цената за услугата „отдаване на абонатна линия под наем на едро” се формира като разлика между цените на услугите на дребно, намалени с разходите, присъщи за реализиране на услугите на пазара на дребно. Цените на БТК на пазарите на едро вече са регулирани, като ценовите задължения са съчетани със задължения за равнопоставеност. В такава ситуация за БТК е налице само една възможност за прилагане на ценова преса – прилагане на хищнически цени на свързаните пазари на дребно, поради което КРС е на мнение, че този проблем е относим към съответните пазари.

#### **5.2.4.Обвързване и пакетизиране.**

Видно от анализа една малка част от абонатите на БТК ползват услугите достъп и повиквания като самостоятелни услуги, необвързани в пакет. Преобладаваща част от потребителите ползват пакетите на предприятието, включващи само достъп и повиквания. За да отговори на офертите на конкурентните предприятия, БТК започна предлагането на Double-play, Triple-play и Four-play пакети, включващи гласова услуга, мобилна гласова услуга, телевизия и интернет. Следва да се отбележи, че офертите на БТК за пакети срещат значителен конкурентен натиск, както от страна на мобилните предприятия, така и от страна на предприятията с изградени кабелни мрежи. Въз основа на посоченото, както и отчитайки, че цените на пакетите на БТК са по-високи от тези на конкурентите, КРС е на мнение, че при оттегляне на регулацията БТК ще може да намали цените на пакетите си, така че да има възможност да се конкурира с останалите предприятия. Това от своя страна би било от полза за развитието на конкуренцията, тъй като всички предприятия биха имали стимул да въвеждат иновационни технологии с цел разширяване на продуктовото предлагане. Последното е в интерес на крайните потребители, които ще имат по-голям избор от услуги.

Гореизложеното дава основания на КРС да заключи, че основните потенциални конкурентни проблеми, свързани със значително въздействие на БТК на съответните пазари, предмет на настоящия втори кръг на пазарен анализ, са свързани с отказ на достъп, прехвърляне на хоризонтални предимства и възможността да предоставя една услуга като я обвързва в пакет с други услуги, както и прилагането на хищнически цени с цел създаване на ценова преса.

### **6. 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 т. 5 на настоящия раздел, 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. 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 разгледаните конкурентни проблеми, 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.

## **6.1 Задължения, налагани на ниво предоставяне на услуги на едро**

Към настоящия момент на БТК са наложени задължения за предоставяне на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” („избор на оператор”) и за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” (wholesale line rental - WLR).

При липса на наложени специфични задължения за избор на оператор и за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” конкурентната позиция на страните на пазара на дребно до голяма степен се определя от тяхната позиция на пазара на едро. Въпреки че са налице възможности за алтернативен достъп до абонатите на ниво услуги на едро, без регулаторна намеса тези възможности не биха били достатъчни, за да се гарантира ефективна конкуренция на пазарите по веригата надолу.

### **6.1.1. Задължение за предоставяне на услугите „избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа” („избор на оператор”)**

Въз основа на гореизложеното КРС счита за необходимо да бъде продължено текущото задължение на БТК за предоставяне на услугите „избор на оператор” в качеството му на ключово за развитието на конкуренцията на пазарите на дребно. „Избор на оператор” е услуга, която позволява абонат на едно предприятие за някои от своите повиквания да избере друго предприятие посредством: избор на оператор за всяко повикване чрез избиране на код за избор на оператор (CS) и/или избор на оператор на абонаментна основа (CPS).

Под „избор на оператор за всяко повикване” се разбира услуга, която позволява абонат на едно предприятие да избере друго предприятие за осъществяване на някои от своите повиквания чрез избиране на код за избор на оператор.

Под „избор на оператор на абонаментна основа” се разбира услуга, която позволява на абонат на едно предприятие да избере предварително друго предприятие за осъществяване някои от своите повиквания, без да е необходимо да избира код за избор на оператор.

Задълженията на БТК за осигуряване услугата „избор на оператор се изразяват в следното:

- БТК осигурява на абонатите си достъп до обществените телефонни услуги на предприятията, чиито мрежи са взаимно свързани посредством:

1. избор на оператор за всяко повикване чрез избиране на код за избор на оператор;
2. избор на оператор на абонаментна основа.

- БТК посредством използване на услугата "избор на оператор" осигурява на абонатите си възможност да осъществяват следните видове повиквания:

1. национални (селищни и/или междуселищни повиквания в зависимост от предлаганите от предприятието);

2. повиквания към мобилни наземни мрежи;
3. повиквания към мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA);
4. повиквания към негеографски номера за предоставяне на услуги;
5. международни повиквания.

Посредством използване на услугата "избор на оператор" не се осъществяват следните повиквания:

1. повиквания към услуги за спешни повиквания;
2. повиквания към услуги с безплатен достъп;
3. към кратки национални кодове с първа цифра "1".
4. от обществени телефонни апарати.

По съображения за справедливост и своєвременност при ползване на услугата за достъп на едро, КРС определя следните допълнителни условия при предоставяне на услугата „избор на оператор“:

- БТК осигурява възможност на абонатите си ползващи услугата "избор на оператор на абонаментна основа", да ползват и услугата "избор на оператор за всяко повикване", като изберат код за избор на оператор за всяко отделно повикване;
- БТК, в зависимост от техническите възможности на мрежата, следва да осигури на абонатите си възможност чрез услугата за избор на оператор да извършват, заедно или поотделно посочените по-горе повиквания;
- БТК активира услугата "избор на оператор" при подадена от предприятие заявка, която следва да съдържа съгласието на абоната на БТК за ползване на услугата "избор на оператор", както и име и телефонен номер на абоната.
- БТК активира услугата "избор на оператор" не по-късно от 10 работни дни от датата на подаване на заявката и уведомява предприятието, подало заявката, за конкретната дата, на която ще се активира услуга, не по-късно от два работни дни преди активирането.

#### **6.1.2. Задължение за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” (wholesale line rental - WLR)**

Задължението за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” допълва задължението за предоставяне на услугата „избор на оператор”, тъй като чрез избора на оператор се предоставя възможност за достъп чрез закупуване на услугата „генериране”, а чрез услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” се предоставя достъп до самата абонатна линия. Отчитайки, прекалено високите и икономически неоправдани разходи, които биха имали новонавлизащи на пазара предприятия, КРС счита, че на настоящия етап оттеглянето на текущото задължение за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, в т.ч. на одобреното с решение<sup>114</sup> на КРС Типово предложение за условията, при които се реализира услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, е неоправдано.

---

<sup>114</sup> Решение на КРС № 712/29.06.2010 г.

В тази връзка КРС счита за необходимо да бъде продължено задължението на БТК за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, като:

- процедурата за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” следва да бъде съобразена с процедурата по реализиране на услугата „избор на оператор на абонаментна основа” по начин, по който се дава възможност двете услуги да започнат да се предоставят едновременно. Условието за предоставяне на услугата се уреждат в Типово предложение;

- следва да се допуска успоредно разглеждане на заявления за отдаване на абонатна линия под наем и активиране на услугата „избор на оператор на абонаментна основа” за същата линия, като заявленията следва да се разглеждат в едни и същи срокове;

- предоставянето на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” не изключва възможността за предоставяне на ширококоловови услуги по същата линия. В този смисъл наличието на активирана ширококоловова услуга на дребно не е пречка за отдаване на абонатната линия под наем на едро. Предприятието, което ползва услугата отдаване на абонатни линии под наем на едро за съответна линия, няма пречка да предоставя и ширококоловови услуги чрез същата линия. По линия, която е отдадена под наем, ширококоловови услуги могат да бъдат предоставяни от предприятието, което е отдало линията под наем, както и от трето алтернативно предприятие. Редът и условията за достъп с оглед предоставяне на ширококоловови услуги са предмет на специфични задължения, наложени на съответния пазар.

- БТК следва да уведомява писмено предприятията, с които води преговори за сключване на договор за отдаване на абонатни линии под наем на едро и/или за предоставяне на услуги, регламентирани във вече сключен договор за отдаване на абонатни линии под наем на едро, когато не може да сключи договора за отдаване на абонатни линии под наем на едро и/или да предостави услугата в срока, определен респективно в действащата нормативна уредба, Типовото предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро и/или вече сключен договор. Посоченото задължение ще спомогне процесите по сключване и допълнение на договори за отдаване на абонатни линии под наем на едро.

Като отчита, че задължението за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, в т.ч. и по отношение на Типово предложение за условията, при които се реализира услугата, е текущо, КРС счита, че продължаването на мярката не обременява предприятието със значително въздействие върху съответния пазар.

### **6.1.3. Задължение за равнопоставеност**

Задължението за равнопоставеност е текущо за БТК. Евентуалното оттегляне на задължението би създавало възможности предприятието със значително въздействие върху съответния пазар да третира неравнопоставено предприятията, като им предлага различни условия при сходни обстоятелства или като прилага по-благоприятни условия спрямо свързани предприятия или спрямо дейностите, извършвани от звена на самото предприятие на свързаните пазари на дребно. КРС счита, че с оглед осигуряване на ефективна и устойчива конкуренция на пазарите на дребно е необходимо задължението за достъп да бъде съчетано с продължаване на задължението за равнопоставеност. Като отчита, че задължението за равнопоставеност е текущо, КРС е на мнение, че задължението не поражда тежести за БТК.

Въз основа на горното, КРС счита, че задължението за равнопоставеност, наложено на БТК с Решение на КРС № 650/25.06.2009 г. следва да бъде продължено. Задължението за равнопоставеност се прилага както спрямо ценовите, така и към

неценовите условия, при които се предлагат услугите за достъп на едро, наложени с настоящото решение.

Задължението за равнопоставеност изисква от БТК:

- предоставянето на услугите „избор на оператор” и „отдаване на абонатни линии под наем на едро” да се осъществява при равностойни условия и цени за сходни обстоятелства, при които вече се предоставят тези 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 „отдаване на абонатни линии под наем на едро” се осъществява при същите условия и качество като тези, ползвани от предприятието със значително въздействие върху пазара при предоставяне на собствени услуги и услуги между различни свои мрежи, както и предлагани от предприятието със значително въздействие върху пазара на свързаните с него лица, както и на предприятията, с които вече е сключен договор.

Посоченото определя съдържанието на задължението за равнопоставеност съобразно разпоредбите на ЗЕС. КРС счита, че предимствата за конкуренцията и ползите за потребителите надвишават недостатъците от прилагането му, поради което задължението за равнопоставеност е справедлива и пропорционална мярка за БТК. Задължението за равнопоставеност ефективно кореспондира с идентифицираните конкурентни проблеми като премахва опасността от прилагане на дискриминационни практики при предлагане на услугите за достъп на едро.

#### **6.1.4. Задължение за прозрачност**

Наложено задължение за прозрачност гарантира на заинтересованите предприятия достатъчно информация и яснота в процеса на преговорите за реализиране на услугите „избор на оператор” и „отдаване на абонатни линии под наем на едро”. Също така следва да се отчете фактът, че задължението за прозрачност позволява на регулатора да следи за изпълнение на задължението за равнопоставеност. В тази връзка и отчитайки, че БТК е определено за предприятие със значително въздействие върху пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, КРС счита, че наличието на задължения, които ще осигурят възможност за предвидимост и прозрачност на условията за предоставяне на услугите „избор на оператор” и „отдаване на абонатни линии под наем 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. Всичко това оправдава незначителното нарастване на разходите за публикуване и поддържане на актуална информация от страна на БТК.

В тази връзка КРС счита, че задължението за прозрачност по отношение на услугите „избор на оператор” и „отдаване на абонатни линии под наем на едро” на БТК, изразяващо се в публикуването на определена информация, следва да бъде продължено и частично изменено.

С Решение № 650/25.06.2009 г. беше наложено задължението на БТК за изготвяне и публикуване на Типово предложение за „отдаване на абонатни линии под наем на едро”. Задължението за публикуване на Типово предложение гарантира достатъчна прозрачност на условията за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”.

Също така по силата на Решение 1361/31.05.2012 г. за БТК 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”. С оглед наложеното задължение за равнопоставеност в т. 6.1.3. и във връзка с чл. 167, ал. 3 от ЗЕС задължението за прозрачност по отношение на услугата „избор на оператор” на БТК 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 и терминиране

Предвид изложеното, задължението за прозрачност следва да включи единствено допълнителни изисквания, които не са предмет на Типовите предложения на БТК.

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

- Да публикува и актуализира, на официалната страница на предприятието в интернет и да уведомява регулатора за действащите цени и условия за предоставяне на услугите „избор на оператор” и отдаване на абонатни линии под наем на едро, включително за цените и условията, приложими към свързаните предприятия или дейностите, извършвани от самото предприятие на свързаните пазари на дребно. Това би допринесло да бъдат избегнати възможностите за крос субсидиране.

- Публикуването на информация в интернет страницата на предприятието следва да се извършва съобразно определените от КРС срокове и да се актуализира от предприятието в срок от три работни дни от настъпване на промяна, относима към някое от условията, както и да се актуализира съобразно дадени от комисията указания на основание чл. 167, ал. 2 от ЗЕС, в случай, че от комисията са дадени указания относно степента на подробност на публикуваната информация.

#### **6.1.5. Задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро**

Изхождайки от принципа за пропорционалност и като отчита, че във времевите рамки на този кръг на пазарния анализ не се очаква съществена редукция по отношение на пазарния дял на БТК, изчислен въз основа на броя абонатни постове, КРС счита че ефектът от задълженията за прозрачност и равнопоставеност ще се изпълни в максимална степен при запазване на наложеното задължение за изготвяне и публикуване на Типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро от предприятието със значително въздействие на пазара. Предварителното одобряване на условията за отдаване на абонатни линии под наем 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 продължено наложеното задължение на БТК за изготвяне и публикуване на Типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро.

По отношение съдържанието на Типовото предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро на БТК, КРС счита че е необходимо да определи минималното му съдържание както следва:

1. Описание на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, както и на допълнителни услуги, необходими за нейното предоставяне;
2. Срок за въвеждане на всички необходими изменения с цел реално предоставяне на услугата.



3. Условия и ред за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” и необходимите за нейното предоставяне допълнителни услуги, които регламентират най-малко:

- а) процедура и срокове за обработване на заявките за всяка една от услугите, включително срокове за отговор на заявките;
- б) срокове за активиране на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”;
- в) процедура за отстраняване на повреди и възстановяване на услугата и нейното качество;
- г) качествени параметри на услугата;
- д) условия за осигуряване на необходимата поддръжка на услугата;
- е) уведомяване за промени в характеристиките на предоставяните услуги, които могат да влошат качеството на услугите, предоставяни на другата страна или да влошат качеството на услугите, предоставяни от тази друга страна на нейните крайни потребители.

4. Цени и механизъм за калкулиране на цените за ползване на услугата – ценовите условия за отдаване на абонатни линии под наем на едро следва да бъдат определените съгласно наложените ценови ограничения;

5. Стандартни договорни условия, включително обезщетения при неизпълнение на задълженията по предоставяне на услугите;

6. Друга относима информация, необходима за осъществяване на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”.

Включването на други условия в Типовото предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро, различни от определеното минимално съдържание, не трябва да ограничават развитието на конкуренцията и да създава неравнопоставеност, както и да внасят неяснота при регламентиране на условията за реализиране на отдаването на абонатни линии под наем на едро.

КРС е на мнение, че не могат да съществуват допълнителни тежести при изпълнение на задължението, тъй като формулирането и съответно публикуването на Типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро е изпълнено във връзка с Решение № 650/25.06.2009 г. на КРС. Задължението на БТК ще бъде да отрази в съществуващото Типово предложение, промените, свързани с настоящия пазарен анализ.

КРС счита че ползите от налагането на задължението за публикуване на Типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем 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. Прозрачността и предвидимостта дават 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.

#### **6.1.6. Ценови ограничения на ниво услуги на едро**

Видно от т. 5 на настоящия раздел потенциалните конкурентни проблеми на съответните пазари са както неценови, така и ценови, спрямо цените за предоставяне на услугите „избор на оператор” и „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, свързани с прилагането на прекомерно високи цени. Наличието на вече изградена мрежа с национално покритие се явява бариера за навлизане на съответните пазари.

На база изложеното дотук, са редуцирани бариерите за навлизане на съответния пазар. Тази редукция обаче е ограничена и обхваща преди всичко мобилните предприятия, които предоставят достъп до фиксирана телефонна услуга в определено местоположение, и предприятията, които предлагат достъп до същата услуга посредством кабелните си мрежи. По отношение на новонавлизащи на пазара предприятия структурните бариери са все така високи.

Като отчита, че наложените задължения за равнопоставеност, прозрачност и публикуване на Типово предложение могат да се окажат недостатъчно 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 разходаориентираност.

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

#### **6.1.6.1. Разделно счетоводство**

Както е посочено в Раздел VII, т. 3 на БТК е наложено текущо задължение за водене на разделно счетоводство. Като отчита потенциалните конкурентни проблеми, както и че наред с фиксираната си мрежа БТК притежава наземна мобилна мрежа, чрез която предоставя обществени телефонни услуги в определено местоположение, КРС е на мнение, че без да бъде продължено действието на задължението за разделно счетоводство, регулаторът не би могъл да осъществява ефективен контрол върху задълженията за равнопоставеност и липсата на крос субсидиране.

В първи кръг на анализа на пазарите на дребно КРС е посочила, че не е необходимо изрично да налага задължение за разработване, въвеждане и поддържане на разделно счетоводство на анализирания пазар, тъй като мярката, наложена на пазарите на едро на генериране/терминирание на повиквания от/в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи, се отнася до цялостната дейност на предприятието. С Решение № 1361/31.05.2012 г. КРС продължи действието на наложеното с Решение № 237/17.03.2009 г. задължение за водене на разделно счетоводство на БТК, обхващащо цялостната дейност на предприятието. Задължението следва да се изпълнява от предприятието в съответствие с изискванията на определената с Решение на КРС № 1882/23.08.2012 г. „Форма и методология за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство”.

Във формите на регулаторните отчети, определени с Решение на КРС № 1882/23.08.2012 г. е предвидено да се предоставят финансово-счетоводни данни по отделно за услугите „избор на оператор” и „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, така че да се доказва изпълнението на задълженията за равнопоставеност и липсата на крос субсидиране.

В тази връзка КРС счита че продължаването на задължението за разделно счетоводство е необходимо и пропорционално и не би представлявало допълнителна тежест за предприятието.

#### **6.1.6.2. Ценови ограничения по отношение на услугата „избор на оператор”**

Задължението за предоставяне на услугата „избор на оператор” е текущо за БТК. Както вече бе посочено чрез услугата „избор на оператор”, се осигурява възможност на

конкурентните предприятия да предоставят гласови услуги на дребно посредством услугите „избор на оператор за всяко повикване” и/или „избор на оператор на абонаментна основа” като ползват инфраструктурата на предприятието със значително въздействие на съответните пазари. В тази връзка КРС отбелязва, че в съответствие с наложените задължения, за периода обхванат в анализа, при реализация на услугата „избор на оператор” БТК е прилагала единствено цената за генериране, определена в съответствие с наложените от КРС ценови ограничения на пазара за генериране на гласови повиквания към обществени телефонни мрежи. Както е посочено по-долу КРС счита, че услугата „избор на оператор” има съществено значение за развитието на конкуренцията в полза на потребителите, поради което КРС счита че наложените на БТК задължения за разходоориентираност на цените за реализиране на услугата „избор на оператор” следва да бъдат продължени, както следва:

а) по отношение на трафичните услуги БТК следва да прилага цените за генериране, съобразно ценовите ограничения, наложени с Решение № 1361/31.05.2012 г.<sup>115</sup>

б) по отношение на нетрафичните услуги, свързани с организиране на услугата „избор на оператор” БТК следва да прилага разходоориентирани цени, като представя документите за ценообразуването им по реда на чл. 217 – 219 от ЗЕС и посочва тези цени в одобреното от КРС Типовото предложение за взаимно свързване.

КРС още веднъж отбелязва, че задължението за предоставяне на „избор на оператор” е основополагащо, с оглед на ефективна конкуренция на пазарите на дребно. Чрез него се гарантират интересите на потребителите, с оглед възможностите им да избират доставчик за повикванията си, различен от БТК. Като отчита, че от една страна задължението за „избор на оператор” е текущо, поради което не поражда административни тежести за БТК, а от друга, че гарантира интересите на потребителите, КРС е на мнение, че наложеното в първи кръг на пазарния анализ задължение е пропорционално на констатираните конкурентни проблеми и действието му следва да бъде продължено.

#### **6.1.6.3. Ценови ограничения по отношение на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”**

Задължение за „отдаване на абонатни линии под наем на едро” е текущо за БТК. Отчитайки възможностите, при оттегляне на регулацията, предприятието със значително въздействие върху пазара да ограничи възможностите на новонавлизащи предприятия да предоставят услуги на пазарите на дребно като ползват изградената инфраструктура на историческото предприятие, КРС продължава действието на наложеното задължение, като месечната цена за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” се определя в съответствие с разпоредбите на чл. 220, ал. 4 от ЗЕС.

КРС видоизменя наложеното задължение, като определя цената на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” както следва:

---

<sup>115</sup> Окончателно решение на КРС във връзка с анализа на пазара на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи и пазар на едро на терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи (Пазари 2 и 3 от Препоръка на ЕК 2007/879/ЕО от 17 декември 2007г. );

- По отношение на услугите за достъп за домашни абонати месечната цена за услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” се определя въз основа на цената за месечен абонамент за абонаментен план „Стандартен план” за домашни абонати, като се редуцира с 20%;
- По отношение на услугите за достъп за служебни абонати, месечната цена за услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” се определя въз основа на месечната цена за достъп за всяка оферта за услуга за достъп за служебни абонати, като се редуцира с 21%.

Видно от данните в Раздел IV на настоящия анализ съотношението между домашните и бизнес абонати на конкурентните предприятия от 30,3% към 69,7%, относимо към първия кръг на пазарния анализ, се е променило на 72% в полза на домашните абонати. Това е индикатор, че конкурентните предприятия разширяват целевите групи на пазара. Последното дава основание на КРС да измени базата за определяне на цената на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” за домашни абонати, като същата следва да се определя въз основа на цената за месечен абонамент за абонаментен план „Стандартен план” за домашни абонати.

По отношение на услугите за достъп за служебни абонати следва да се посочи, че в зависимост от различния брой на линиите, предоставени чрез достъпа, цените за крайните потребители са различни. В тази връзка наложеното задължение цели да отчете различните начини за реализация на услугите за достъп, респективно техните цени.

Действащите еднократни цени, свързани с предоставянето на услугата са определени в Типовото предложение за отдаване на абонатна линия под наем на едро, одобрено с Решение № 712/29.06.2010 г. на КРС.

В случай, че БТК инициира промени по отношение на еднократните цени за свързване с оглед определянето им в съответствие с цената за предоставяне на съответните услуги на дребно, намалени с разходите за предоставяне им на крайни потребители, КРС счита, че е необходимо да се изчисли процентът на намаление на цената на дребно за свързване въз основа на разходите, които не биха били извършени с оглед предоставената на едро услуга. За тази цел БТК следва да внесе подробни разчети за разходите за предоставяне на услугата на дребно за свързване, заедно с описание на организацията и техническата реализация на услугата на дребно и на еквивалентната услугата на едро, като база за определяне на цената на услугата на едро ще бъде цената за откриване на телефонен пост в зависимост от групата абонати (домашни или служебни) и от вида на поста.

Определянето на цената на месечната цена на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” въз основа на цените на услуги, предоставяни на вертикално свързан пазар на дребно, 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. От друга страна това задължение не натоварва задълженото предприятие с допълнителни административни и финансови тежести, тъй като реализацията му не изисква ангажиране на ресурси или административен капацитет. В тази връзка КРС счита, че продължаването на задължението е подходяща и пропорционална специфична мярка, с оглед заложените в Раздел VII, т. 2 от настоящия анализ цели.

## **6.2. Задължения на ниво предоставяне на услуги на дребно**

Като отчита, че специфичните задължения, наложени на ниво услуги на едро са недостатъчни с оглед отстраняване на идентифицираните конкурентни проблеми, което е видно от настоящия анализ, КРС е на мнение, че е налице необходимост от

регулаторна намеса и на ниво услуги на дребно, с оглед стимулиране на конкуренцията и защита интересите на крайните потребители. В тази връзка съблюдавайки принципите и целите при налагане на специфични задължения на пазара на дребно, посочени по-горе, КРС счита, че специфичните задължения на ниво услуги на дребно, пропорционални на конкурентните проблеми, са:

#### **6.2.1. Задължения за равнопоставеност**

Задължението за равнопоставеност е текущо за БТК. Евентуалното оттегляне на задължението би създавало възможности за различно третиране на потребители или групи от потребители при еднакви или сходни обстоятелства, поради което регулаторът счита, че наложеното с Решение на КРС № 650/25.06.2009 г. задължение за равнопоставеност следва да бъде продължено. Мотивите за налагането на задължението на БТК са идентични на изложението в Решение № 650/25.06.2009 г. и са валидни и при настоящия кръг на пазарни анализи.

#### **6.2.2. Ценови ограничения и контрол на индивидуални тарифи**

В съответствие с посоченото в Раздел VII, т. 5 от анализа конкурентните проблеми, които биха могли да възникнат при липса на ex-ante регулиране, се свеждат до крос субсидиране, хищнически цени и ценова дискриминация. Като се отчита пазарната мощ на историческото предприятие и бариерите за навлизане на пазара, КРС е на мнение, че при липса на регулация БТК би имало мотиви да възприеме антиконкурентно поведение, прилагайки хищнически цени на пазара с цел засилване на пазарната си сила.

В тази връзка комисията счита, че следва да наложи на предприятието със значително въздействие върху съответните пазари ценови ограничения по отношение на цените за достъп като самостоятелна услуга, както и за цените на пакетите, включващи само достъп и определен обем включени минути телефонни повиквания, с което да се гарантира предотвратяване на възможностите за прилагане на антиконкурентни ценови практики от страна на историческото предприятие.

Съгласно чл. 219, ал. 1 от ЗЕС, предприятията със значително въздействие, на които са наложени ценови ограничения, внасят цените на регулираните услуги. Комисията за регулиране на съобщенията разглежда представените документи по реда на чл. 219 от ЗЕС за съответствие с наложените специфични задължения.

##### **6.2.2.1. Ценови ограничения по отношение на цените за достъп като самостоятелна услуга**

С решение № 650/25.06.2009 г. комисията наложи на дружеството ценови таван по отношение на цените за достъп (свързване и месечен абонамент) до определяне на разходоориентирани цени въз основа на изменената и допълнена в съответствие със задължението за разделно счетоводство, система за определяне на разходите на БТК. За разглеждания в анализа период предприятието не е инициирало промяна на цените за достъп и действащите към момента цени за домашни и служебни абонати, за откриване и месечен абонамент, са приети от КРС с Решение № 2205/28.10.2008 г. като съответстващи на действащите нормативни изисквания.

Предвид разгледаните потенциални конкурентни проблеми, КРС счита за подходящо да наложи на БТК задължение да предоставя услугите за достъп на крайни потребители (свързване и месечен абонамент) като самостоятелни услуги на цени, които да не са под нивото на разходите за предоставянето им в съответствие с чл. 219,

ал. 6, т. 4 от ЗЕС. При инициране на промяна на цените за достъп в едномесечен срок преди промяната БТК следва да внесе в КРС отчетите от разделното счетоводство за последните 6 месеца, преди предложената промяна с цел доказване, че предложените цени са над разходите за предоставяне на съответните услуги с включена среднопретеглена цена на капитала, одобрена от КРС. Отчитайки обстоятелството, че цените за достъп на дребно са база за определяне на цените на кореспондиращите услуги на едро, КРС намира за необходимо да задължи БТК да осигури възможност на заинтересованите предприятия за ползване на кореспондиращите услуги на едро при ценови условия, които кореспондират със същите за предоставяне на услугите на дребно, предлагани от историческото предприятие. Изменения в цените на услугите на дребно могат да се предлагат на крайните потребители най-рано един месец след осигуряване на възможност за ползване на съответните услуги на едро от заинтересованите предприятия при цени, осигуряващи възможност за ефективна конкуренция.

Комисията счита, че ценовото ограничение спрямо цените за достъп за крайни потребители е подходяща и пропорционална мярка от гледна точка на факта, че не ангажира допълнителен административен и финансов капацитет за предприятието, тъй като задължението за разделно счетоводство се продължава. От друга страна чрез така формулираното ценово задължение КРС гарантира липсата на антиконкурентно крос субсидиране и предотвратява прилагането на хищнически цени от страна на историческото предприятие.

До въвеждането и прилагането на разделното счетоводство и изготвянето на регулаторните отчети в съответствие с изискванията на „Форма и методология за въвеждане и прилагане на разделно счетоводство”, определена с Решение на КРС № 1882/23.08.2012 г., в сила остават ценовите задължения, наложени на ниво услуги на дребно с Решение на КРС № 650 от 25.06.2009 г.

#### **6.2.2.2. Забрана за прилагане на цени, които пречат конкуренцията или навлизането на други предприятия на съответния пазар. Тест за ценова преса**

Като се отчита засиления потребителски интерес към пакетните услуги, видно от Раздел IV, т. 5 на настоящия анализ, и предвид броя на потребителите, ползващи услугите достъп и повиквания, като самостоятелни такива, КРС счита, че ценовата регулация трябва да е насочена към цените на пакетните услуги, включващи само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания, предлагани от предприятието със значително въздействие на съответните пазари.

Пакетните услуги по същество дават възможност на потребителите от една страна да ползват отстъпка от цената в сравнение с ползването на услугите извън пакет и от друга страна да контактуват с едно предприятие, доставчик на съответните услуги. Предлагането на пакетни услуги от предприятието със значително въздействие на съответните пазари крие рискове, свързани с прилагане на антиконкурентни практики под формата на ценова преса, с което да пречат репликирането им от конкурентните предприятия и да ги изтласка от пазара.

Ценовата преса възниква във връзка с предоставянето на услуги на дребно и кореспондиращите им услуги на едро, когато цените на последните са толкова високи, че не позволяват на конкурентните предприятия, репликирайки услугите, предоставяни на пазарите на дребно от предприятието със значително въздействие на съответните пазари, да реализират разумна печалба. За да се избегне подобен конкурентен проблем следва маржът между цените на услугите на дребно и цените на кореспондиращите им услуги на едро да бъде достатъчен, за да дава възможност на конкурентните предприятия да реализират разумна печалба.

Както е посочено в т. 4.2 от настоящия раздел 84 % от абонатите на БТК ползват пакети, включващи само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания, а едва 9 % от абонатите на историческото предприятие ползват пакети, които включват услуги от различни пазари. Не на последно място следва да се отбележи, че видно от изложеното в т. 5 на Раздел IV и т. 4.2 от Раздел VII конкурентните предприятия предлагат пакетни услуги, сходни на тези на БТК, на по-ниски цени, въпреки че за предоставянето им не ползват кореспондиращите им услуги на едро от историческото предприятие. Последното е индикатор, че предприятията ползват инфраструктура, различна от тази на предприятието със значително въздействие на съответните пазари, което дава възможност на конкурентите да предлагат пакети, включващи услуги от различни пазари, на цени върху които историческото предприятие не е в състояние да въздейства чрез пазарната си мощ. На практика историческото предприятие стартира предлагането на пакети, включващи услуги от различни пазари, за да репликира пакетите на конкурентните предприятия, които предоставят достъп и повиквания като допълнение към другите услуги. Не на последно място както е посочено и в Раздел IV, т. 1 от настоящия анализ, са извършени две сливания на предприятия, които оперират на разглежданите пазари, като първото е между две от най-големите конкурентни предприятия, предоставящи фиксирани телефонни услуги (чрез покупка на „ОРБИТЕЛ“ ЕАД от „МАДЯР ТЕЛЕКОМ“ и „СПЕКТЪР НЕТ“ АД) и през 2010 г. „МОБИЛТЕЛ“ АД, един от трите мобилни оператора в страната, придоби контрола върху „СПЕКТЪР НЕТ“ АД. В последствие през месец ноември 2012 г., съответно е извършено вписване в Търговския регистър на преобразуване чрез вливане в „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД на „СПЕКТЪР НЕТ“ АД и „МЕГАЛАН НЕТУЪРК“ ЕАД. По този начин едно от предприятията, които предоставят достъп в определено местоположение чрез мобилната си наземна мрежа, засилва пазарната си мощ, като разполага и с инфраструктура, която в значителна степен може да дублира тази на БТК. Видно от т. 5 на Раздел IV, същото предприятие има най-голям пазарен дял при предоставянето на пакетните услуги, а историческото предприятие е с най-нисък пазарен дял. В допълнение следва да се посочи, че няма пречка предприятията, които разполагат със собствена инфраструктура да ползват и тази на „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД, като добавят в офертите си пакети, включващи както фиксирана телефонна услуга, така и мобилна. В този смисъл може да се заключи, че БТК не може да се възползва от значителното си въздействие като собственик на инфраструктура с национално покритие, тъй като конкурентните предприятия имат възможност да ползват алтернативна инфраструктура. Последното в доста голяма степен ги прави независими от действията на историческото предприятие по отношение на търговската им политика. Предвид различните условия за развитие на конкуренцията комисията счита, че пакети, които включват услуги от различни от разглежданите в настоящия анализ пазари, следва да бъдат изключени от обхвата на регулираните пакетни услуги.

Като изхожда от значителния брой абонати на БТК, ползващи пакетни услуги, които включват само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания, КРС счита, че следва да наложи задължение на предприятието да не прилага цени, които да пречат конкуренцията или навлизането на други предприятия на съответния пазар.

Съгласно чл. 219, ал. 1 от ЗЕС БТК е длъжно да предоставя цените на регулираните услуги в комисията един месец преди тяхното публикуване, заедно с документите за тяхното ценообразуване. С оглед предвидимост на действията на КРС по отношение на оценката на предлаганите от БТК пакети, включващи само достъп и повиквания, КРС счита, че следва да се прилага тест за ценова преса. В тази връзка предприятието следва да представя в КРС цените на този вид пакети, заедно с документите, доказващи липса на ценова преса един месец преди ефективното им предлагане на крайните потребители.

Липсата на ценова преса се доказва чрез тест за ценова преса, който предприятието следва да прилага по следната формула:

$$P - R > 0$$

Където:

**P** Цена на услугата на дребно, предлагана от предприятието със значително въздействие върху пазара (ЗВП)

**R** Цена на услугата на едро, включително регулирана, необходима на конкурентните предприятия за предоставяне на услугата на дребно

Цената на едро R се определя както следва:

$$R = \sum_{i=1}^n r_i .$$

Където:

**n** Броят на услугите, включени в пакета, включващ само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания.

**r<sub>i</sub>** цена на едро на даден елемент от пакета в съответствие с приложимостта му към офертата на БТК, като са възможни следните опции:

**r<sub>1</sub>** Цена на едро за ползване на услугата „отдаване на абонатна линия под наем на едро” (Wholesale Line Rental) за месечен абонамент;

**r<sub>2</sub>** Цена на едро за селищни разговори във фиксирани мрежи, определена по формулата **r<sub>2</sub> = n<sub>1</sub> . (C<sub>1</sub>+C<sub>2</sub>)**

**r<sub>3</sub>** Цена на едро на междуселищните разговори във фиксирани мрежи, определена по формулата **r<sub>3</sub> = n<sub>2</sub> . (C<sub>1</sub>+C<sub>2</sub>)**

**r<sub>4</sub>** Цена на едро на международни разговори към първа международна група дестинации (фиксирани мрежи), определена по формулата **r<sub>4</sub> = n<sub>3</sub> . (C<sub>1</sub>+C<sub>3</sub>)**;

**r<sub>5</sub>** Цена на едро на разговорите от фиксираната мрежа на БТК към национални мобилни мрежи, определена по формулата **r<sub>5</sub> = n<sub>4</sub> . (C<sub>1</sub>+C<sub>5</sub>)**

**r<sub>6</sub>** Цена на едро на разговорите от домашен мобилен телефон към мобилната мрежа на БТК, определена по формулата **r<sub>6</sub> = n<sub>5</sub> . C<sub>6</sub>**

**r<sub>7</sub>** Цена на едро на разговорите от домашен мобилен телефон към други мобилни мрежи, определена по формулата **r<sub>7</sub> = n<sub>6</sub> . C<sub>7</sub>**



Където:

*$n_1$  – прогнозирано потребление за включения в пакета елемент „селищни разговори“;*

*$n_2$  – прогнозирано потребление за включения в пакета елемент „междуселищни разговори“;*

*$n_3$  – прогнозирано потребление за включения в пакета елемент „международни разговори“;*

*$n_4$  – прогнозирано потребление за включения в пакета елемент „разговори към национални мобилни мрежи“;*

*$n_5$  – прогнозирано потребление за включения в пакета елемент „разговори от домашен мобилен телефон към мобилната мрежа на БТК“;*

*$n_6$  – прогнозирано потребление за включения в пакета елемент „разговори от домашен мобилен телефон към други мобилни мрежи“;*

*$C_1$  – среднопретеглена през трафика цена за генериране в локален и национален сегмент, ако са приложими такива сегменти и цени;*

*$C_2$  – среднопретеглена през трафика цена за терминиране в локален и национален сегмент, ако са приложими такива сегменти и цени;*

*$C_3$  – средна цена за международни разплащания, определена като частно на сумата, платена от БТК на международни оператори за международни разговори, разделена на броя на минутите за такива разговори, проведени през периода, обхванат в теста;*

*$C_4$  – среднопретеглена през трафика цена за терминиране на повиквания в индивидуални мобилни мрежи в часове на силен и слаб трафик, когато са приложими такива цени;*

*$C_5$  – цена за 1 мин. разговор в мобилната мрежа на БТК, в съответствие с „Цени на едро“ за MVNO<sup>116</sup>;*

*$C_6$  – цена за 1 мин. разговор към други мобилни мрежи, в съответствие с „Цени на едро“ за MVNO<sup>1</sup>.*

Комисията запазва правото си да оценява и да се произнася относно използваното от БТК прогнозно потребление при прилагане на теста за ценова преса по отношение на пакетните услуги, включващи само достъп и определен обем включени минути за телефонни повиквания.

КРС е на мнение, че налагането на задължение за прилагане на тест за ценова преса е подходяща и пропорционална мярка, с оглед заложените в Раздел VII, т. 2 от настоящия анализ цели и не създава допълнителни разходи и административни тежести за задълженото предприятие. С наложеното задължение КРС предотвратява възможността за злоупотреба със значително въздействие върху съответните пазари от страна на историческото предприятие и дава възможност на конкурентните предприятия да репликират офертите на дружеството, като реализират разумна печалба.

---

<sup>116</sup> До доказване от страна на БТК на условия за прилагане на отстъпки за закупени определен обем минути, публикуваните цени за 1 мин. се прилагат без отстъпка.

### **6.2.2.3. Забрана за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет.**

Забраната за необосновано обвързване на предоставяните услуги в ценови пакет е текущо задължение за БТК, наложено с Решение № 650/2009 г. на КРС. Евентуалното оттегляне на мярката би могло да създаде условия за ограничаване развитието на конкуренцията, като чрез обвързване на достъпа до фиксираната гласова телефонна услуга с определен обем и определен обем включени минути телефонни повиквания срещу фиксиран месечен абонамент, или с предлагането само на пакети, при които се обвързва достъпа до фиксираната гласова телефонна услуга с предоставянето на други електронни съобщителни услуги, конкурентите ще бъдат ограничени да предоставят на потребителите си желаните и търсени от тях услуги.

Въз основа на горното и отчитайки, че БТК е определена за предприятие със значително въздействие върху пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и върху пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение КРС счита, че наложеното задължение следва да бъде продължено. Мотивите за налагането на задължението на БТК са идентични на изложението в Решение № 650/25.06.2009 г. и са валидни и при настоящия кръг на пазарни анализи.

## **7. Отмяна на специфични задължения**

С Решение № 650/25.06.2009 г. на КРС бяха наложени ценови ограничения и задължение за прозрачност по отношение на услугите на дребно. КРС счита, че ценовите ограничения следва да се отменят частично като се изменят, съобразно изложеното по-горе. По отношение на задължението за прозрачност, КРС счита, че действащия ЗЕС създава изключително подробни задължения за осигуряване на прозрачност на условията за предоставяне на услуги на дребно, които следва да се прилагат от всички предприятия на дребно. Същите постигат същата цел като изричното наложеното задължение за прозрачност на БТК, поради което дублирането на законовите разпоредби от специфичното задължение не е необходимо. КРС ще следи за изпълнението на законовите разпоредби, които изискват прозрачност на ценовите и неценови условия за ползване на услугите чрез своите контролни правомощия за спазване на закона.

## **8. 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***

КРС счита, че налагането на специфични задължения е оправдано и няма да бъде прекомерно. Изхождайки от значителното въздействие и все още големия пазарен дял, който има предприятието, КРС счита, че е от изключителна важност при налагането на специфични задължения да се отчита желания ефект върху развитието на конкуренцията на пазара, както и защитата на интересите на крайните потребители. КРС е на мнение, че това не би било възможно на съответните пазари, ако не бъдат наложени предложените специфични задължения.

В същото време, следва да се отбележи, че с настоящия кръг на анализа, поради отмяна на част от регулаторните мерки, се намалява регулаторната тежест за

предприятието. Намаляването на регулаторната тежест на ниво на дребно би допринесла за повече свобода при предлагането на оферти на дребно, което в крайна сметка цели развитие на конкуренцията и увеличаване възможностите за избор на потребителите, чрез нарастване на разнообразието на предлаганите услуги.

## **9. 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. Очакваното въздействие от предложените специфични задължения може да бъде обобщено както следва:

- продължаване действието на задължението за предоставяне на услугите за „избор на оператор” („избор на оператор за всяко повикване” и „избор на оператор на абонаментна основа”) осигурява възможност за навлизане на пазара на нови предприятия и подобряване на конкурентната среда. Доколкото за новонавлизащо предприятие дублирането на мрежата на БТК не е икономически обосновано и е свързано с прекалено високи разходи, с налагането на задължение за достъп чрез услугите за избор на оператор се цели премахване на бариерите за навлизане на пазара. Едновременно с това се гарантират интересите на потребителите, с оглед възможностите им да избират доставчик за повикванията си, различен от БТК;

- продължаване действието на задължението за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро”, аналогично на задължението за „избор на оператор”, би дало възможност за навлизането на пазара на алтернативни фиксирани предприятия, като създаде възможност конкурентните предприятия да предоставят на крайните потребители услуги, сходни с тези, предоставяни в момента от БТК. Комбинацията от услугите „абонатни линии под наем на едро” и „избор на оператор” от гледна точка на крайния потребител предлага предимството на контактуването с един доставчик, обединяващ фиксирания достъп и повикванията;

- с продължаване на задължението за равнопоставеност се 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;

- посредством задължението за прозрачност на заинтересованите лица се предоставя достатъчно информация и яснота относно предлаганите от историческото предприятие 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 с наложеното задължение за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро” се изпълнява в максимална степен с изготвяне на Типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро от предприятието със значително въздействие на пазара, като предварителното одобряване на условията за отдаване на абонатни линии под наем 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;

- разделното счетоводство е задължение, което позволява на регулатора да наблюдава приходите и разходите на задълженото предприятие, разпределени по услуги, с цел да бъдат илюстрирани по един прозрачен начин връзките между разходите и цените. По този начин се осигурява възможност за осъществяването на

ефективен контрол по отношение изпълнението на наложеното задължение за равнопоставеност. Чрез това задължение КРС гарантира разнообразието, качеството и цената на услугите за крайните потребители, както и липсата на антиконкурентно крос субсидиране от страна на предприятието със значително въздействие на разглеждания пазар.

- продължаването на задължението за разходоориентираност на цените за услугите за „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;

- с продължаването на ценовите ограничения по отношение на услугата „отдаване на абонатни линии под наем 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 прилагането на методологията „Retail-minus” не натоварва допълнително задълженото предприятие, както това е отбелязано в т. 6.1.6.3. на настоящия раздел ;

- забраната за необосновано обвързване на предоставяните услуги в пакет осигурява възможност за ползване на пълния обхват на услугите от потребителите, по отделно или заедно, както и възможност конкурентите да предоставят сходни на предлаганите от историческото предприятие услуги;

- с продължаването на задължението за равнопоставеност, заедно със забраната на необоснованото обвързване на услугите в пакет, се осигурява възможност на крайните потребители да правят своя информиран избор между цялата гама предлагани услуги;

- задължението за предоставяне на достъп на дребно по цени, които са над разходите цели да ограничи възможностите за прилагането на хищнически цени и в крайна сметка в дългосрочен план до изтласкване на конкурентите от пазара;

- с прилагането на тест за ценова преса, с цел предотвратяване на антиконкурентни практики, водещи до затваряне на пазарите, регулаторът създава благоприятна среда за репликиране на пакетите, предоставяни от историческото предприятие, така допринасяйки за развитието на конкуренцията и за защитата на крайния потребител;

- не следва да се очаква нарастване на административните разходи на БТК предвид текущия характер на по-голямата част от задълженията, и частичната отмяна на такива, които в момента са наложени и са в сила за предприятието.

Като цяло, чрез специфичните мерки може да се очаква преодоляване на пазарните недостатъци, свързани с наличието на предприятие със значително въздействие на пазарите на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, в ущърб на конкурентите и с оглед гарантиране на интересите на потребителите.

## VIII. Приложения

### Приложение 1

**Цени за абонаментни планове за достъп до фиксирана телефонна услуга, актуални към 31.12.2011 г. (лв. без ДДС)**

| Предприятие                        | Наименование на плана                               | Инсталационна такса | Месечен абонамент | Обем включени минути в абонаментния план                                                                                                                                           | Вид достъп                                                                                                                          | Вид потребител                                                               |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| БТК                                | Минимум                                             | 20,00               | 6,50              | 30 минути селищни разговори                                                                                                                                                        | Аналогов достъп / Достъп чрез мобилна мрежа.                                                                                        | За домашни абонати                                                           |
|                                    | Стандартен                                          | 20,00               | 10,00             |                                                                                                                                                                                    | Аналогов достъп / Достъп чрез мобилна мрежа.                                                                                        |                                                                              |
|                                    | ISDN BRA                                            | 70,00               | 15,00             |                                                                                                                                                                                    | Цифров достъп                                                                                                                       | За домашни абонати                                                           |
|                                    | Стандартен                                          | 70,00               | 18,00             |                                                                                                                                                                                    | Аналогов достъп / Достъп чрез мобилна мрежа.                                                                                        | За бизнес абонати                                                            |
|                                    | Абонаментен план "Офис 300+"                        | 70,00               | 23,00             | 300 минути национални фиксирани мрежи и международни към 1-ва група                                                                                                                | Аналогов достъп / Достъп чрез мобилна мрежа.                                                                                        |                                                                              |
|                                    | ISDN BRA                                            | 100,00              | 35,00             |                                                                                                                                                                                    | Цифров достъп                                                                                                                       | За бизнес абонати                                                            |
|                                    | ISDN PRA                                            | 600,00              | 670,00            |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | VIP Business 4                                      | 100,00              | 50,00             | Услугата "VIP Business" представлява достъп до фиксираната мрежа на БТК, посредством SIP trunk, като дава възможност за провеждане на съответно на 1-ца канал, но не по-малко от 2 | Достъп посредством SIP trunk.                                                                                                       | За бизнес абонати                                                            |
|                                    | VIP Business 8                                      | 200,00              | 90,00             |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | VIP Business 30                                     | 300,00              | 400,00            |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                                              |
| на 1-ца канал, но не по-малко от 2 | 50,00                                               | 15,00               |                   |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                                              |
| "Мобилтел" ЕАД                     | Voicebox Basic                                      | 0,00                | 4,08              | 30 минути към национални фиксирани мрежи.                                                                                                                                          | Достъп чрез мобилна наземна мрежа                                                                                                   | За домашни потребители                                                       |
|                                    | Voicebox Standart                                   | 0,00                | 8,25              | 150 минути към национални фиксирани мрежи, 150 минути към номера от група "Семейство и приятели" и 100 минути към САЩ, Канада и фиксирани в ЕС                                     |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | Voicebox Business Light                             | 0,00                | 12,90             | 100 минути към фиксирани национални мрежи и 300 минути към 10 мобилни номера на предприятието.                                                                                     | Достъп чрез мобилна наземна мрежа                                                                                                   | За бизнес абонати                                                            |
|                                    | Voicebox International                              | 0,00                | 22,00             | 400 минути към фиксирани национални мрежи, фиксирани мрежи в Европа, фиксирани и мобилни мрежи в САЩ и Канада и 2000 минути към 5 номера на предприятието или мобилен VPN          |                                                                                                                                     |                                                                              |
| "Космо България Мобайл" ЕАД        | Globul Home Start                                   | 0,00                | 4,08              | 30 минути за национални фиксирани и международни повиквания - Зона 1                                                                                                               | Достъп чрез мобилна наземна мрежа                                                                                                   | За домашни потребители                                                       |
|                                    | Globul Home & Friend                                | 0,00                | 8,25              | 30 минути за национални фиксирани и международни повиквания - Зона 1. Неограничени разговори към 1 номер и 150 минути разговори към група "За приятели"                            |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | Globul OfficeZone                                   | 0,00                | 2,50              | 40 минути към национални фиксирани мрежи                                                                                                                                           | Достъп чрез мобилна наземна мрежа                                                                                                   | За бизнес абонати                                                            |
|                                    | Office Call Manager                                 | 0,00                | 29,90             | 250 мин към национални фиксирани и международна 1 зона                                                                                                                             |                                                                                                                                     |                                                                              |
| "Близу Медиа Енд Броудбанд" ЕАД    | Blizoo 2 NET 15 & Call 200                          | 57,50               | 16,58             | 200 минути към национални фиксирани мрежи и международни към 1-ва зона                                                                                                             | Пакетна услуга, включваща широколентов достъп до интернет и фиксирана телефонна услуга. Достъпът при крайния потребител е аналогов. | Не е посочено, дали планът е предназначен за домашни или бизнес потребители. |
| "Орбител"ЕАД                       | POTS (обикновен пост) Абонаментен план "Стандартен" | 30,00               | 25,00             | От 1 до 4 порта. Цената за месечен абонамент е за 1 порт, за всеки следващ цената нараства с 10 лв.                                                                                | Аналогов достъп.                                                                                                                    | За бизнес абонати                                                            |
|                                    | ISDN BRA Абонаментен план "Стандартен"              | 30,00               | 70,00             | За 1 порт                                                                                                                                                                          | Цифров достъп                                                                                                                       |                                                                              |
|                                    | ISDN PRA Абонаментен план "Стандартен"              | 50,00               | 85,00             | За 2 порта. Ценовата листа съдържа цени до 9 броя порта включително.                                                                                                               |                                                                                                                                     |                                                                              |
| "Спектър Нет" ЕАД                  | Super_5                                             | 20,00               | 4,17              | Цените за повиквания (лв./минута) са различни за всеки от плановете.                                                                                                               | Аналогов достъп.                                                                                                                    | Не е посочено, дали планът е предназначен за домашни или бизнес потребители. |
|                                    | B_Talking                                           | 20,00               | 7,50              |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | Пакет 200                                           | 5,00                | 10,00             | 200 минути градски, междуградски, международни фиксирани 1-ва зона                                                                                                                 |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | ISDN BRA                                            | 40,00               | 20,83             | При план Super_5                                                                                                                                                                   | Цифров достъп                                                                                                                       | За бизнес абонати                                                            |
|                                    | ISDN BRA Пакет 900                                  | 10,00               | 38,00             | Включени 900 минути градски, междуградски, международни фиксирани към 1-ва зона                                                                                                    |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | ISDN PRA                                            | 600,00              | 158,33            | При план Super_5                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                     |                                                                              |
|                                    | ISDN PRA Пакет 9000                                 | 150,00              | 450,00            | Включени 9000 минути градски, междуградски, международни фиксирани към 1-ва зона                                                                                                   |                                                                                                                                     |                                                                              |

продължение

продължение

| Предприятие                              | Наименование на плана                | Инсталационна такса | Месечен абонамент | Обем включени минути в абонаментния план                                                                                    | Вид достъп                                                                                                                                                                                                                                                                  | Вид потребител                                                                                                                                         |
|------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| "Ай Ти Ди Нетуърк" АД                    | FIX Basic POTS                       | 20,00               | 20,00<br>4,00     | 500 минути към фиксирани мрежи в България, Европейски съюз, САЩ и Канада и мобилни мрежи в САЩ и Канада                     | Интерфейсите са заплащат като допълнителни услуги към абонаментната цена, което е отчетено при представяне на цената в настоящата таблица. Включва 1 телефонна линия, предоставена на аналогов телефонен интерфейс (POTS) с включен Voice Gateway и до 10 телефонни номера. | Услугата е предназначена за всички крайни клиенти                                                                                                      |
|                                          | FIX Basic ISDN BRA                   | 20,00               | 20,00<br>29,00    | Gateway ISDN BRA с включени допълнителни 20 номера.                                                                         | Интерфейсите са заплащат като допълнителни услуги към абонаментната цена, което е отчетено при представяне на цената в настоящата таблица.                                                                                                                                  |                                                                                                                                                        |
|                                          | IFIX Basic SDN PRA                   | 20,00               | 20,00<br>229,00   | Gateway ISDN PRI с включени допълнителни 90 номера.                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
| "Вестител БГ" АД                         | Телефон 50                           | 25,00               | 4,16              | 50 минути селищни разговори                                                                                                 | Аналогов достъп.                                                                                                                                                                                                                                                            | За домашни абонати                                                                                                                                     |
|                                          | Телефон                              | 0,00                | 2,50              | При услугата Телефон, предлагана чрез SIP протокол не се начислява инсталационна такса.                                     | Предлага се чрез SIP протокол                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                        |
|                                          | Фиксирана телефонна услуга тип POTS  | 41,67               | 7,50              | Цената е за 1 POTS.                                                                                                         | Аналогов достъп.                                                                                                                                                                                                                                                            | За бизнес абонати                                                                                                                                      |
|                                          | ISDN BRA                             | 41,67               | 25,00             | Цената за месечен абонамент се формира от сумата на фиксираната                                                             | Цифров достъп                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                        |
|                                          | ISDN PRA                             | 166,67              | 150,00            | месечна такса и таксата за телефонен номер, която е 0.40 лв.                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
| "Интербидл" ООД                          | IB Classic                           | 16,67               | 4,00              |                                                                                                                             | Аналогов достъп.                                                                                                                                                                                                                                                            | За домашни абонати                                                                                                                                     |
| "Некском-България" ЕАД                   | POTS (обикновен пост)                | 50,00               | 10,00             |                                                                                                                             | Аналогов достъп.                                                                                                                                                                                                                                                            | Не е посочено, дали цените са за домашни или бизнес потребители.                                                                                       |
|                                          | ISDN BRA                             | 75,00               | 29,17             |                                                                                                                             | Цифров достъп                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                        |
|                                          | ISDN PRA                             | 417,00              | 417,00            |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
| "Нет Ис Сат" ООД                         | Домашен телефон план "Оптимал"       | 25,00               | 4,16              | Цените за повиквания (лв./минута) са различни за всеки от плановете.                                                        | IP- базиран достъп                                                                                                                                                                                                                                                          | За домашни абонати                                                                                                                                     |
|                                          | Домашен телефон план "Комфорт"       | 25,00               | 12,50             |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
|                                          | E11-1                                | 20,83               | 3,75              | 50 минути към фиксирани национални мрежи и международни повиквания към 1-ва зона                                            | POTS/IP Phone                                                                                                                                                                                                                                                               | Не е посочено, дали цените са за домашни или бизнес потребители.                                                                                       |
|                                          | E12-1                                | 25,00               | 6,00              | 90 минути към фиксирани национални мрежи и международни повиквания към 1-ва зона                                            | POTS - 2 линия                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                        |
| "Глобъл Комюникейшън Нет" АД             | Телефонна услуга с от 1 до 5 номера  | 0,00                | 8,00              |                                                                                                                             | IP-базиран достъп                                                                                                                                                                                                                                                           | За бизнес абонати                                                                                                                                      |
|                                          | Телефонна услуга с от 6 до 15 номера | 0,00                | 5,00              |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
|                                          | Телефонна услуга с над 15 номера     | 0,00                | 0,00              |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
| "Голд Телеком България" АД               | От 1 до 4 телефонни поста POTS       | 10,00               | 8,00              | Цените са за телефонен пост/линия                                                                                           | Аналогов достъп.                                                                                                                                                                                                                                                            | За бизнес абонати                                                                                                                                      |
|                                          | Над 10 телефонни поста POTS          | 8,00                | 6,00              |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
|                                          | Телефонна услуга                     | 0,00                | 8,00              |                                                                                                                             | IP Trunk - включен 1 телефонен номер                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                        |
|                                          | ISDN BRA                             | 40,00               | 30,00             | Включва 5 телефонни номера                                                                                                  | Цифров достъп                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                        |
|                                          | ISDN PRA                             | 500,00              | 200,00            | Включва 30 телефонни номера                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
| "Източна телекомуникационна компания" АД | Абонаментен план Икономичен          | 0,00                | 5,00              | Цените за повиквания (лв./минута) са различни за всеки от плановете.                                                        | Аналогов достъп / IP-Базиран достъп                                                                                                                                                                                                                                         | За домашни абонати                                                                                                                                     |
|                                          | Абонаментен план Стандарт            | 0,00                | 10,00             |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
|                                          | FREE 400                             | 0,00                | 23,33             | 400 минути за селищни междуселищни и международни фиксирани номера от САЩ, Канада и всички страни от Европейския съюз.      |                                                                                                                                                                                                                                                                             | За бизнес абонати                                                                                                                                      |
|                                          | Абонаментен план Бизнес              | 0,00                | 20,00             | Цената е за 1 POTS.                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |
| "Варна Нет" ООД                          | 25 Mbps + 100 минути                 | 16,67               | 20,00             | 100 минути селищни и междуселищни разговори към национални мрежи                                                            | Пакетна услуга, включваща широколентов достъп до интернет и фиксирана телефонна услуга. IP-базиран достъп.                                                                                                                                                                  | Конкретния план е за домашни абонати. Има планове, които са с еднакви параметри и цени и се предлагат, както за домашни, така и за бизнес потребители. |
| "НЕТФИНТИ" ЕООД                          | HomeConnect TALK                     | 0,00                | 4,90              | 100 минути към всички фиксирани национални мрежи, 10 минути към мобилни мрежи в страната и 10 минути към международни мрежи | 1 броя SIP линии<br>Доплащане за 1 бр. допълнителни номера и линии по SIP протокол - 2,90 лв.<br>Месечен абонамент за PSTN интерфейс (за всеки втори 50% отстъпка) - 7,50 лв.                                                                                               | За домашни абонати                                                                                                                                     |
|                                          | Business Connect Starter             | 0,00                | 9,90              | 250 минути към фиксирани национални мрежи<br>25 минути към мобилни национални мрежи<br>25 минути към международни мрежи     | 1 броя SIP линии<br>Доплащане за 1 бр. допълнителни номера и линии по SIP протокол - 1,90 лв.<br>Месечен абонамент за PSTN интерфейс (за всеки втори 50% отстъпка) - 8,00 лв.                                                                                               | За бизнес абонати                                                                                                                                      |

**Източник:** Ценови листи, подадени от предприятията в КРС и публична информация, публикувана на интернет страниците на предприятията