



КОМИСИЯ
ЗА РЕГУЛИРАНЕ
НА СЪОБЩЕНИЯТА

Определяне, анализ и оценка на
ПАЗАРА НА ДОСТЪП ДО ОБЩЕСТВЕНА ТЕЛЕФОННА МРЕЖА В
ОПРЕДЕЛЕНО МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ ЗА ДОМАШНИ И БИЗНЕС
ПОТРЕБИТЕЛИ,
ПАЗАРА НА ОБЩЕСТВЕНО ДОСТЪПНИ НАЦИОНАЛНИ ТЕЛЕФОННИ
УСЛУГИ, ПРЕДОСТАВЯНИ НА ДОМАШНИ И БИЗНЕС ПОТРЕБИТЕЛИ В
ОПРЕДЕЛЕНО МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ
И
ПАЗАРА НА ОБЩЕСТВЕНО ДОСТЪПНИ МЕЖДУНАРОДНИ
ТЕЛЕФОННИ УСЛУГИ, ПРЕДОСТАВЯНИ НА ДОМАШНИ И НА БИЗНЕС
ПОТРЕБИТЕЛИ В ОПРЕДЕЛЕНО МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ

РЕЗЮМЕ.....	4
I. Въведение	5
1. Правна рамка	5
1.1. Европейска регулаторна рамка	5
1.2. Национално законодателство	7
2. Ред, условия и процедура за определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция	8
2.1. Определяне на пазарите	8
2.2. Анализ и оценка на съответния пазар	9
2.3. Определяне на предприятие със значително въздействие върху пазара и налагане на специфични задължения	10
II. Обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение ..	12
1. Въведение.....	12
2. Участници на пазара	13
3. Инфраструктура на участниците на пазара (мрежи за достъп)	18
4. Развитие на обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение	21
III. Ефект от наложените специфични задължения в предходния кръг на пазарен анализ	39
IV. Определяне на продуктови и географски обхват на пазарите.....	43
1. Въведение.....	43
2. Пазар на достъп до обществена телефонна мрежа	43
2.1. Определяне на продуктов пазар	43
2.2. Определяне на географски пазар	53
2.3. Заключение.....	54
3. Пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение	54
3.1. Определяне на продуктов пазар	55
3.2. Определяне на географски пазар	66
3.3. Заключение.....	67
V. Прилагане на теста на трите критерия.....	68
1. Прилагане на теста на трите критерия по отношение на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение	68

1.1. Наличие на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара.....	68
1.2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията.....	74
1.3. Недостатъчна ефективност на конкурентното право	81
1.4. Заключение относно теста на трите критерия.....	81
2. Прилагане теста на трите критерия по отношение на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги	82
2.1. Наличие на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара.....	82
2.2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията	87
2.3. Недостатъчна ефективност на конкурентното право.....	93
2.4. Заключение относно теста на трите критерия	94
VI. Отмяна на наложените задължения.....	95
VII. Обществено обсъждане и консултации с Европейската комисия.	
Сътрудничество с Комисията за защита на конкуренцията	99
VIII. Приложение	100

РЕЗЮМЕ

Съгласно действащата нормативна уредба националният регулаторен орган в лицето на Комисията за регулиране на съобщенията (КРС/регулатора) е длъжен периодично да анализира и установява наличието или липсата на ефективна конкуренция на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, с което да осигури подходяща регулация в условията на променяща се пазарна среда.

Настоящият документ представлява трети преглед на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители (пазар 1 от Препоръка 2007/879/ЕО), пазара на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение (пазар 3 и пазар 5 от Препоръка 2003/311/ЕО) и пазара на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение (пазар 4 и пазар 6 от Препоръка 2003/311/ЕО).

В него се определят продуктовият и географският обхват на разглежданите пазари и се прави оценка дали тези пазари подлежат на *ex ante* регулиране. Оценката за състоянието на пазарите и развитието на условията за конкуренция на тях е извършена на база данни за периода от 2012 до 2015 г. В резултат от прилагане на теста на трите критерия КРС стига до заключението, че разглежданите пазари не удовлетворяват трите кумулативно приложени критерия, вследствие на което не подлежат на *ex ante* регулиране.

Във връзка с изложеното по-горе КРС отменя всички специфични задължения, наложени на „Българска телекомуникационна компания“ ЕАД с Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС.

I. Въведение

1. Правна рамка

1.1. Европейска регулаторна рамка

Определянето, анализът и оценката на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги, които държавите-членки на Европейския съюз (ЕС) извършват, са инструмент, чрез който се доразвива започналата през 1998 г. политика на либерализация на пазарите на електронни съобщения. Хармонизираният подход при провеждане на тази политика в целия ЕС е гарантиран 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” (Европейска регулаторна рамка). С разпоредбите, заложили в този основен пакет, е съобразена националната политика в областта на електронните съобщения на всяка държава-членка на ЕС.

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. Въвеждането на хармонизиран подход в регулацията на електронния съобщителен сектор изисква от държавите-членки на ЕС да съобразят регулаторните си актове и с конкурентното право на ЕС.

Европейската регулаторна рамка въвежда механизъм за постоянен, периодичен преглед на пазарите, на които са наложени регулаторни задължения. Съгласно чл. 16(б) от Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно общата регулаторна рамка за електронните съобщителни мрежи и услуги (Рамкова директива), националните регулаторни органи (НРО) извършват анализ на съответния пазар и изпращат нотификация относно съответния проект за мярка в рамките на три години от приемането на предходна мярка за същия пазар, съответно в рамките на две години от приемането на преработена препоръка за съответните пазари за пазари, които по-рано не са били предмет на нотификация пред Европейската комисия (ЕК).

Съгласно чл. 15(3) от Директива 2002/21/ЕО при определянето на съответните пазари НРО отчитат максимално препоръката на ЕК за съответните пазари, приета на основание чл. 15(1) от същата директива. ЕК е приела своята нова (трета) Препоръка от 9 октомври 2014 г. относно съответните пазари на продукти и услуги в сектора на електронните комуникации, подлежащи на *ex ante* регулиране в съответствие с Директива 2002/21/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно общата регулаторна рамка за електронните съобщителни мрежи и услуги (Препоръка 2014/710/ЕС)¹. С нея се редуцира списъкът от пазари, за които ЕК счита, че има основания да бъдат предмет на *ex ante* регулиране. Както и при предишните варианти на препоръката, ЕК е публикувала Разяснителна бележка към Препоръката за съответните пазари от 2014 г.² Тя на свой ред съдържа мотивите на ЕК, довели до

¹ COMMISSION RECOMMENDATION of 9 October 2014 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

² EXPLANATORY NOTE accompanying the document Commission Recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance

приемането на Препоръка 2014/710/ЕС, както и насоки към НРО за прилагането на новата препоръка за съответните пазари.

От друга страна разпоредбата на чл. 15(3) на Директива 2002/21/ЕО дава право на 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 членове 6 и 7 от същата директива.

В процеса на преглед на регулаторната рамка по отношение на пазарите, подлежащи на *ex ante* регулиране, шестте съответни пазара на дребно съгласно Препоръка 2003/311/ЕО³ (Препоръка за съответните пазари от 2003 г.), свързани с предоставянето на достъп до обществена телефонна мрежа и на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение, бяха сведени до един съответен пазар в Препоръка 2007/879/ЕО⁴ (Препоръка за съответните пазари от 2007 г.), който обхваща двата пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители. В последствие, с последната ревизия на Препоръката за съответните пазари от 2014 г. и този пазар отпадна от списъка с пазари, подлежащи на *ex ante* регулиране. Към момента нито един от пазарите на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, които са предмет на настоящия анализ, не е включен в списъка на съответните пазари в актуалната препоръка за съответните пазари на ЕК.

Предвид изложеното, предмет на настоящото решение е трети кръг на анализ на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители (пазар 1 от Препоръка 2007/879/ЕО), пазара на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение (пазар 3 и пазар 5 от Препоръка 2003/311/ЕО) и пазара на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение (пазар 4 и пазар 6 от Препоръка 2003/311/ЕО).

Насоките за извършване на пазарни анализи⁵ определят принципите, на които НРО трябва да базират определянето и анализа на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция и определяне на предприятия със значително въздействие на съответния пазар. 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 дейност в сектора на електронните съобщения, как НРО следва да извършват своята оценка за значително въздействие върху пазара съгласно Рамковата директива с цел

with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services

³ COMMISSION RECOMMENDATION of 23 July 2003 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services

⁴ 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

⁵ Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (2002/C 165/03)

постигане на максимална прозрачност и правна сигурност при прилагане на специалните нормативни актове в сектора.

На основание чл. 19(1) от Директива 2002/21/ЕО и като отчита в максимална степен становището на Органа на европейските регулатори в областта на електронните съобщения (ОЕРЕС), ЕК приема препоръки за хармонизираното прилагане на разпоредбите от Европейската регулаторна рамка с оглед подпомагане постигането на нейните цели. ЕК приема тези актове, в случай че стигне до заключението, че различията в осъществяването на регулаторните задачи могат да създадат бариера в рамките на вътрешния пазар. Съгласно чл. 19(2) от Директива 2002/21/ЕО НРО имат за задължение да отчитат в максимална степен тези препоръки при изпълнение на своите задачи. Когато НРО предпочете да не следва дадена препоръка, той уведомява ЕК, като мотивира своята позиция. С други думи, когато с оглед националните особености на разглеждания пазар КРС прецени, че препоръчаният от ЕК подход не следва да се прилага, регулаторът излага изрични мотиви за това на съответното място. Към момента на приемане на настоящото решение няма относими препоръки на ЕК по отношение на регулаторните подходи спрямо пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, пазара на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение, и пазара на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение.

В допълнение, като член на ОЕРЕС, КРС отчита и прилага в максимална степен и при съобразяване с националните особености на разглежданите пазари общите позиции на ОЕРЕС по относими към настоящото решение въпроси. Съгласно чл. 3(3) от Регламент (ЕО) № 1211/2009, НРО и ЕК отчитат в най-висока степен всяко становище, препоръка, насока, консултативна помощ или най-добра регулаторна практика, приети от ОЕРЕС.

1.2. Национално законодателство

Регулаторната рамка е въведена в българското законодателство със Закона за електронните съобщения (обн., ДВ, бр. 41 от 22.05.2007 г.) (ЗЕС). За определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги на национално ниво се прилагат разпоредбите на ЗЕС (глава девета „Пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги”) 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 (приета с Решение № 2076 от 23.10.2012 г. на КРС и обн., ДВ, бр. 89 от 13.11.2012 г.) (Методиката).

Съгласно разпоредбите на глава девета от ЗЕС КРС периодично определя, анализира и оценява съответните пазари на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция в съответствие с общите принципи на конкурентното право и специфичните национални условия, определя предприятия със значително въздействие върху пазара и след преценка на необходимостта от това налага, продължава, изменя и/или отменя специфични задължения на предприятията, предоставящи обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги на съответните пазари, за постигане целите на този закон (чл. 150, ал. 1 във връзка с чл. 30, т. 1-4 от ЗЕС).

КРС осъществява своите правомощия в съответствие с общите принципи на конкурентното право и специфичните национални условия. 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.

Съгласно чл. 43а, ал. 1 от ЗЕС, КРС се съобразява с препоръките на ЕК, когато е установено, че има различие при изпълнението на регулаторните функции, които могат да създадат бариери за единния пазар на ЕС. В случай че КРС не се съобрази с препоръките, тя уведомява ЕК, като мотивира своята позиция (чл. 43а, ал. 2 от ЗЕС).

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, чл. 150-157б от ЗЕС и приложимите разпоредби на Методиката. Съгласно чл. 152, ал. 1 от ЗЕС, КРС определя съответните пазари в съответствие с изискванията на правото на Европейския съюз и националните условия. При изпълнение на тази разпоредба КРС е задължена да отчита в максимална степен актуалната към момента препоръка за съответните пазари 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.

Съгласно 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 актуалната към момента препоръка за съответните пазари. КРС може да определи и други съответни пазари – обект на *ex ante* регулиране, различни от определените в актуалната препоръка, 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 съответният 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 в Насоките за извършване на пазарни анализи ЕК посочва, че съответният пазар на продукти или услуги включва всички онези продукти или услуги, които са взаимозаменяеми или заместими в достатъчна степен не само поради техните обективни характеристики, благодарение на които са особено подходящи за задоволяване на постоянните нужди на потребителите поради техните цени, характеристики и 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 в относително неголяма степен, не спадат към един и същи пазар. Следователно КРС следва да започне 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 пазарите КРС се ръководи 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 държави (например общоевропейски пазари, пазари, съвпадащи с територията на Европейското икономическо пространство или глобални пазари).

Съгласно разпоредбите на чл. 152, ал. 5 от ЗЕС при определяне на съответен пазар, различен от посочените в приложимия акт на ЕК, КРС се ръководи от принципите на конкурентното право и изследва кумулативното наличие на следните три 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 2014 г. и Насоките за извършване на пазарни анализи, и е въведено в българското законодателство.

Съгласно чл. 152, ал. 6 от ЗЕС КРС 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

В случаите, в които разглежданите пазари подлежат на *ex ante* регулиране, регулаторът следва да пристъпи към анализ и оценка на съответните пазари. Целта на анализа и оценката на съответния пазар е да се установи наличието или липсата на

ефективна конкуренция, т.е. да се 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).

2.3. 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 извършва подробен и цялостен анализ на икономическите характеристики на съответния пазар, преди да се произнесе за наличието на предприятия със значително въздействие върху даден пазар. В този смисъл ЕК отбелязва, че НРО може да установи възможността на едно предприятие да следва поведение до голяма степен независимо от своите конкуренти, клиенти и потребители, като за целта използва набор от критерии, посочени в т. 78 от Насоките за извършване на пазарни анализи.

В Методиката е посочено, че изборът на критерии и тежестта на всеки от тях в общата оценка на пазара зависи от особеностите на съответния 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 (4) от Рамковата директива, в случай, че дадено предприятие бъде определено като предприятие със значително въздействие върху пазара, КРС 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.

Съгласно чл. 154, ал. 1 от ЗЕС, КРС анализира ефективността на конкуренцията на съответния пазар в съответствие с методите и принципите на конкурентното право. 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 (чл. 154, ал. 2 от ЗЕС).

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. Ако вече 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).

II. Обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

1. Въведение

В настоящия раздел КРС разглежда състоянието и развитието на обществените телефонни услуги (достъп и обществено достъпни телефонни услуги (национални и международни)), предоставяни в определено местоположение за периода 2012 – 2015 г. За целите на сравнението е представена и информация за 2011 г., която е последната година от анализирания период 2009 – 2011 г. при втория кръг на анализ на разглежданите пазари на дребно. Настоящият анализ се основава на събраната и обобщена информация от отчетите за дейността по предоставяне на обществена телефонна услуга в определено местоположение през съответните години (представени съгласно Решения №№ 119/19.01.2012 г., 80/24.01.2013 г., 40/23.01.2014 г., 23/22.01.2015 г. и 42/28.01.2016 г. на КРС).

КРС поддържа без изменение позицията си от предходния кръг на анализ, че като част от пазарите на обществени телефонни услуги в определено местоположение следва да 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.

Последната от изредените характеристики е свързана с възможността за ползване на ограничен ресурс – номера от Националния номерационен план на Република България (ННП), предоставяни от КРС на предприятията, осъществяващи електронни съобщителни услуги след издаване на съответно разрешение. Съгласно 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 имена⁶, КРС предоставя за ползване на предприятията два типа национално значими номера от ННП – с географски и с негеографски национални кодове за направление.

Достъпът до обществена телефонна мрежа и обществените 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. 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.

За разглеждания период 2012 – 2015 г. на настоящия анализ не са налице изменения във видовете абонатен достъп в сравнение с определените в рамките на втория кръг на анализ на разглежданите пазари на дребно. Видовете достъп, и видът на

⁶ Обн. ДВ, бр.64 от 17 август 2010 г., изм. ДВ, бр. 12 от 8 февруари 2011 г., изм. и доп. ДВ, бр.74 от 28 септември 2012 г., изм. и доп. ДВ, бр. 28 от 28 март 2014 г., изм. и доп. ДВ, бр. 91 от 24 ноември 2015 г., в сила от 24 ноември 2015 г.

инфраструктурата, чрез която се предоставят, са описани подробно по-долу в т. 3 от настоящия раздел.

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 (селищни и междуселищни);
- повиквания към други обществени телефонни мрежи, чрез които се предоставят услуги в определено местоположение (селищни и междуселищни);
- повиквания към мобилни наземни мрежи;
- повиквания към мрежи в чужбина;
- повиквания към номера за комутируем достъп до Интернет;
- повиквания с цел пренос на факсимилни съобщения;
- повиквания към негеографски номера от типа 700XYZZZ (за достъп до услугата „персонален номер“), 800XYZZZ (услуги с безплатен достъп), 90XYTZZZ (за достъп до услуги с добавена стойност), кратки номера за спешни повиквания (112 – единен европейски хармонизиран номер за достъп до спешни повиквания, 150 – за достъп до служба „Спешна медицинска помощ“, 160 – за достъп до служба „Пожарна безопасност и защита на населението“, 166 – за достъп до служба „Полиция“), повиквания към номера 118XX и др.

Видовете повиквания, които абонатите на услугата „избор на оператор“ могат да осъществят, са:

- национални (селищни и междуселищни) повиквания;
- повиквания към мобилни наземни мрежи;
- повиквания към негеографски номера за предоставяне на услуги с код 700 за достъп до услугата „персонален номер“ и с код 90 за достъп до услуги с добавена стойност;
- международни повиквания.

Включването на видовете достъп и видовете повиквания в продуктивния обхват на разглежданите пазари се извършва въз основа на изследване на взаимозаменяемостта между тях от гледна точка на крайния потребител (търсене) и от гледна точка на доставчиците (предлагане). Подробният анализ на взаимозаменяемостта от гледна точка на търсенето и предлагането на услугите, относими към разглежданите пазари е част от Раздел IV „Определяне на продукти и географски обхват на пазарите“.

2. Участници на пазара

Като участници на пазара на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, се разглеждат предприятията, предоставящи обществени електронни съобщителни услуги, отговарящи на характеристиките, посочени в т. 1 чрез видовете достъп, описани в т. 3.

Общият брой на предприятията, които имат разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера, за осъществяване на обществени електронни съобщения, както и на тези, осъществявали дейност в периода 2012 – 2015

г., е относително постоянен. През 2015 г. броят на предприятията, които имат разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – номера, възлиза на 37, включително „Българска телекомуникационна компания“ ЕАД (БТК) – историческото предприятие на българския пазар на обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, определено за предприятие със значително въздействие върху съответните пазари, определени с Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС. Справка с информация относно конкурентните на БТК предприятия, притежаващи индивидуално определен ограничен ресурс – номера и предоставящи услуги на крайни потребители чрез тези номера в периода 2011 – 2015 г., е представена в таблица 1.

Таблица 1

Справка на конкурентните предприятия, оторизирани да осъществяват дейност по предоставяне на обществена гласова телефонна услуга чрез фиксирана мрежа (чрез географски и/или негеографски номера от ННП) и/или достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата "избор на оператор"

Наименование на предприятието	2011 г.		2012 г.		2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Отори- зиран ¹	Действа- щи ²	Отори- зиран ¹	Действа- щи ²	Отори- зиран ¹	Действа- щи ²	Отори- зиран ¹	Действа- щи ²	Отори- зиран ¹	Действа- щи ²
	брой предприятия									
Общо:	36	18	37	22	40	23	37	24	36	24
"669С" ЕООД			☒		☒		☒	☒	☒	☒
"АЛФА ТЕК" ООД					☒		☒		☒	
"БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД" ЕАД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"БТК НЕТ" ЕООД	☒		☒		☒		☒		☒	
"БУЛСАТКОМ" АД	☒		☒		☒	☒	☒	☒	☒	☒
"БЪЛГАРСКИ ТЕЛЕКОМ И ТЕЛЕВИЗИЯ" АД	☒		☒		☒					
"ВАРНА НЕТ" ООД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ВЕСТИТЕЛ БГ" АД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ВИМОБАЙЛ" АД	☒		☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ВОЙСКОМ" АД ³			☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ГЛОБЪЛ КОМЮНИКЕЙШЪН НЕТ" АД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ" АД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ЕСКОМ" ООД	☒		☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ" АД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ИНТЕРБИЛД" ООД	☒	☒	☒	☒	☒		☒			
"ИНТЕРУУТ БЪЛГАРИЯ" ЕАД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ИНФОХЕЛП" ЕООД	☒		☒		☒					
"ИП ЛЪРЛД КОМЮНИКЕЙШЪНС" ЕООД	☒		☒		☒	☒	☒		☒	
"КАБЕЛ САТ-ЗАПАД" ООД	☒		☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"КУЛБОКС" АД ⁴	☒	☒	☒		☒	☒	☒	☒	☒	☒
"МАКС ТЕЛЕКОМ" ООД									☒	
"МОБИТЕЛ" ЕАД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ" ЕАД ⁵	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"НЕТ 1" ЕООД	☒		☒		☒	☒	☒	☒	☒	☒
"НЕТ ИС САТ" ООД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"НЕТ-КЪНЕКТ ИНТЕРНЕТ" ЕООД	☒		☒		☒		☒		☒	
"НЕГУЪРКС-БЪЛГАРИЯ" ЕООД	☒		☒		☒		☒		☒	
"НЕТФИНИТИ" ЕООД ⁶	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"НОВАТЕЛ" ЕООД					☒		☒		☒	
"ОРБИТЕЛ" ЕАД ⁷	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒		
"РОНХИЛ БЪЛГАРИЯ" ЕООД	☒									
"РУТЕЛКОМ" ООД									☒	
"СКАТ ТВ" ООД	☒	☒	☒							
"СПЕКТЪР НЕТ" ЕАД ⁷	☒	☒	☒	☒						
"ТЕКСБРИДЖ ТЕЛЕКОМ СЪРВИСЪЗ" ЕООД ³	☒		☒		☒		☒		☒	
"ТЕЛЕДАТА" АД	☒		☒		☒					
"ТЕЛЕКАБЕЛ" АД	☒		☒		☒		☒		☒	
"ТЕЛЕКОМ 1" ООД	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ ВАРНА" ЕАД					☒		☒	☒	☒	☒
"ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ" ЕАД ⁸	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ТЕРА КОМЮНИКЕЙШЪНС" АД ³	☒		☒	☒						
"ТЕРАВОЙС" ЕАД ³					☒	☒	☒	☒	☒	☒
"ТРАНС ТЕЛЕКОМ" АД	☒									
"ТРИТЕЛ" ООД					☒		☒		☒	
COMPATEL LIMITED					☒		☒		☒	
PREMIUM NET INTERNETIONAL S.R.L.			☒		☒		☒	☒	☒	☒
ВОКСБОУН ЕС ЕЙ (VOXBONE S.A./N.V.)	☒		☒		☒		☒			

¹ Предприятия, притежаващи регистрация за предоставяне на услугата през съответната година и разрешение за индивидуално определен ограничен ресурс — номера от ННП.

² Предприятия, предоставящи услугата на крайни потребители (абонати) по данни за отчет на дейността им през съответната година (представен, съгласно Решения №№ 119/19.01.2012 г., 80/24.01.2013 г., 40/23.01.2014 г., 23/22.01.2015 г. и 42/28.01.2016 г. на КРС).

³ Предприятието предоставя телефонни услуги само чрез негеографски номера.

⁴ През 2015 г. (19.10.2015 г.) предприятието "АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК" АД се преименува на "КУЛБОКС" АД.

⁵ Предприятието не е предоставило отчет на дейността си през 2014 г., съгласно Решение № 23/22.01.2015 г. на КРС.

⁶ С решение № 869/21.11.2013 г. на КРС в издаденото на "НЕТФИНТИ" ЕООД разрешение за номера № 01591/19.11.2009 г. наименованието на дружеството от "НЕТФИНТИ" ЕООД е изменено на "НЕТФИНТИ КОМЮНИКЕЙШЪНС" ЕООД; със същото Решение разрешението е прехвърлено от "НЕТФИНТИ КОМЮНИКЕЙШЪНС" ЕООД на "НЕТФИНТИ" ЕАД.

⁷ През месец ноември 2012 г. и месец октомври 2014 г. предприятията "СПЕКТЪР НЕТ" ЕАД и "ОРБИТЕЛ" ЕАД се вливат в "МОБИЛТЕЛ" ЕАД.

⁸ През 2014 г. (28.10.2014 г.) предприятието "КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ" ЕАД се преименува на "ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ" ЕАД.

Освен БТК, през 2015 г, още 36 предприятия (вж. таблица 1), имат предоставен индивидуално определен ограничен ресурс – номера, като част от тях притежават както географски номера, така и кодове за достъп до услугата „избор на оператор“, и негеографски номера за достъп до услуги. Разпределението на броя на предприятията, в зависимост от вида на предоставения номерационен ресурс, е както следва:

- Предоставен индивидуално определен ограничен ресурс – географски номера, имат общо 31 предприятия. През 2015 г. КРС оторизира две предприятия („МАКС ТЕЛЕКОМ“ ООД и „РУТЕЛКОМ“ ООД) за предоставяне на фиксирана телефонна услуга чрез географски номера. Разрешението на предприятието „COMRTEL LIMITED“ за предоставяне на фиксирана телефонна услуга чрез географски номера е прекратено в началото на 2015 г. поради изтичане на срока, за който е поискано. Прекратено е разрешението и на „669С“ ЕООД за ползване на ограничен ресурс – географски номера, по искане на самото предприятие. В резултат, към края на 2015 г. броят на конкурентните предприятия, които имат географски номера, възлиза на 29. През 2016 г. е прекратено разрешението на предприятието „ИП ЛЪРЛД КОМЮНИКЕЙШЪНС“ ЕООД;
- Предприятията, които имат предоставен индивидуално определен ограничен ресурс – код за достъп до услугата „избор на оператор“, са 9 на брой, като през 2015 г. три от тях – „669С“ ЕООД, „АЛФА ТЕК“ ООД и „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД (МОБИЛТЕЛ), се отказаха от този вид номера. През 2015 г. нито едно предприятие не е проявило интерес към получаване на кодове за достъп до услугата „избор на оператор“. В резултат, към края на годината, броят на тези предприятия възлиза на 6. В таблица 2 е представена информация за изменението на броя на предприятията, които имат предоставени кодове за достъп до услугата „избор на оператор“ за периода 2011 – 2015 г.;
- Общият брой на предприятията, които имат географски номера, както и негеографски номера за достъп до услуги (700, 800 и 90), е 20. Едва 3 на брой са предприятията, които имат предоставени само негеографски номера за достъп до услуги, като в края на 2015 г. едно от тези предприятия – „ТЕКСБРИДЖ ТЕЛЕКОМ СЪРВИСИЗ“ ЕООД, се отказа от предоставения му номерационен ресурс.

През 2015 г., освен БТК, 24 предприятия, които имат предоставен ограничен ресурс – номера, са декларирали дейност по предоставяне на обществена телефонна услуга на крайни потребители. От тях, към 31.12.2015 г., 21 предприятия⁷ са

⁷ „669С“ ЕООД прекратява дейност през годината и към 31.12.2015 г. няма абонати и не осъществява дейност. „ВОЙСКОМ“ АД и „ТЕРАВОЙС“ ЕАД предоставят само услуги с негеографски номера от обхват 90х.

декларирали абонати на обществена телефонна услуга чрез географски номера: „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБАНД“ ЕАД (БЛИЗУ)⁸, „БУЛСАТКОМ“ АД (БУЛСАТКОМ), „ВАРНА НЕТ“ ООД, „ВЕСТИТЕЛ БГ“ АД, „ВИМОБАЙЛ“ АД, „ГЛОБЪЛ КОМЮНИКЕЙШЪН НЕТ“ АД, „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ“ АД, „ЕСКОМ“ ООД, „ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ“ АД, „ИНТЕРУУТ БЪЛГАРИЯ“ ЕАД, „КАБЕЛ САТ-ЗАПАД“ ООД, „КУЛБОКС“ АД, „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД (МОБИЛТЕЛ), „НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ“ ЕАД, „НЕТ 1“ ЕООД, „НЕТ ИС САТ“ ООД, „НЕТФИНИТИ“ ЕООД, „ТЕЛЕКОМ 1“ ООД, „ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ ВАРНА“ ЕАД, „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ ЕАД (ТЕЛЕНОР) и PREMIUM NET INTERNATIONAL S.R.L.

В сравнение с 2011 г. общият брой на активните предприятия, предоставящи достъп на крайни потребители чрез географски номера се е увеличил общо с 3 броя и през 2015 г. възлиза на 22, вкл. БТК. Стартиралите дейност в периода след края на 2011 г. до 2015 г. предприятия, са 7: БУЛСАТКОМ, „ВИМОБАЙЛ“ АД, „ЕСКОМ“ ООД, „КАБЕЛ САТ-ЗАПАД“ ООД, „НЕТ 1“ ЕООД, „ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ ВАРНА“ ЕАД, И PREMIUM NET INTERNATIONAL S.R.L. Предприятията, които са прекратили дейност по предоставяне на обществена телефонна услуга чрез географски номера на крайни потребители, за същия период, са 4: „ИНТЕРБИЛД“ ООД, „СКАТ ТВ“ ООД, „ОРБИТЕЛ“ ЕАД И „СПЕКТЪР НЕТ“ ЕАД, като прекратяването на дейността на последните две от тях е поради вливането им в МОБИЛТЕЛ.

Две от действащите през 2015 г. предприятия са осъществявали дейност единствено чрез негеографски номера за достъп до услуги с добавена стойност („ВОЙСКОМ“ АД и „ТЕРАВОЙС“ ЕАД).

По отношение на услугата „избор на оператор“ в периода на настоящия анализ 2012 – 2015 г., в сравнение с 2011 г. се наблюдава намаление на броя на активните предприятия, които предоставят услугата достъп до обществена телефонна услуга чрез код за избор на оператор на крайни потребители.

⁸ През 2015 г. „МОБИЛТЕЛ“ ЕАД придоби едноличен контрол върху дружеството „БУЛТЕЛ КЕЙБЪЛ БЪЛГАРИЯ“ ЕАД, а чрез него и на непряк контрол върху „БЛИЗУ МЕДИА ЕНД БРОУДБЕНД“ ЕАД

Таблица 2

Справка за предприятията, оторизирани и осъществяващи дейност по предоставяне на достъп до обществена гласова телефонна услуга чрез услугата "избор на оператор" за периода 2011 – 2015 г.

Наименование на предприятието	2011 г.		2012 г.		2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Оторизирани ¹	Действащи ²	Оторизирани ¹	Действащи ²	Оторизирани ¹	Действащи ²	Оторизирани ¹	Действащи ²	Оторизирани ¹	Действащи ²
Общо:	9	5	11	4	11	3	11	4	9	2
"669С" ЕООД			✗		✗		✗	☞	✗	
"АЛФА ТЕК" ООД					✗		✗		✗	
"БТК НЕТ" ЕООД ³	✗	☞	✗		✗		✗		✗	
"ВЕСТИТЕЛ БГ" АД	✗		✗		✗		✗			
"ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ" АД	✗	☞	✗	☞	✗	☞	✗	☞	✗	☞
"ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ" АД	✗	☞	✗	☞	✗	☞	✗	☞	✗	☞
"ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ" ЕАД	✗		✗		✗		✗		✗	
"КУЛБОКС" АД										
"НЕКСКОМ-БЪЛГАРИЯ" ЕАД	✗		✗		✗		✗		✗	
"НЕГУЪРКС - БЪЛГАРИЯ" ЕООД	✗		✗		✗		✗		✗	
"ОРБИТЕЛ" ЕАД	✗	☞	✗	☞	✗	☞	✗	☞		
"СПЕКТЪР НЕТ" ЕАД	✗	☞	✗	☞						
"МОБИЛТЕЛ" ЕАД ⁴			✗		✗		✗		✗	

¹ Предприятия, притежаващи регистрация за предоставяне на услугата през съответната година и разрешение за индивидуално определен ограничен ресурс — код за избор на оператор.

² Предприятия, предоставящи услугата на крайни потребители (абонати) по данни за отчет на дейността им през съответната година (представен, съгласно Решения №№ 119/19.01.2012 г., 80/24.01.2013 г., 40/23.01.2014 г., 23/22.01.2015 г. и 42/28.01.2016 г. на КРС).

³ Към 31.12.2011 г. "БТК НЕТ" ЕООД няма абонати на услугата.

⁴ През 2015 г. МОБИЛТЕЛ се отказва от предоставения му код за достъп до услугата "избор на оператор" (Решение № 101/24.02.2015 г. на КРС)

От четирите активни предприятия през 2012 г., в края на 2015 г. едва две предприятия имат абонати на тази услуга – „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ“ АД и „ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ“ АД. Две от предприятията, предоставящи достъп на най-голям дял от абонатите на услугата „избор на оператор“ през 2011 г. – „СПЕКТЪР НЕТ“ и „ОРБИТЕЛ“ ЕАД се вляха в МОБИЛТЕЛ, съответно през 2012 г. и 2014 г., а впоследствие, през 2015 г., МОБИЛТЕЛ върна на КРС индивидуално определения ограничен ресурс – код за избор на оператор. Други две предприятия – „669С“ ЕООД и „АЛФА ТЕК“ ООД получиха индивидуално определения ограничен ресурс – кодове за избор на оператор, съответно през 2012 г. и 2013 г., но и двете предприятия върнаха предоставения им ресурс през 2015 г.

3. Инфраструктура на участниците на пазара (мрежи за достъп)

В България към момента обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, се осъществяват посредством обществена комутируема телефонна мрежа (PSTN мрежата на историческото предприятие), цифрови мрежи с интеграция на услугите (ISDN мрежи), мрежи за достъп до интернет и мобилни наземни мрежи. Видът на достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение се дефинирана на основата на интерфейса при крайния потребител.

Към края на 2015 г. в България предприятията, историческото и конкурентните – декларирали дейност по предоставяне на обществена телефонна услуга на крайни

потребители чрез предоставения им ограничен ресурс – географски номера, предлагат следните видове достъп:

○ **Аналогов (PSTN) достъп**

Аналоговият (PSTN) достъп се използва, когато обществената телефонна услуга, предоставяна на крайни потребители, изисква не повече от един гласов канал за достъп. Чрез него се предоставят теснолентови услуги като гласова телефонна услуга, факсимилна услуга и/или услуга 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 се осъществява по стандарт ETSI EN 300 001, в който 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.

Историческото предприятие разполага с най-добре изградена медна абонатна мрежа за достъп на национално ниво, като предоставянето на гласови телефонни услуги чрез аналогов PSTN достъп продължава да се осъществява по същата.

Много конкурентни предприятия продължават изграждането на мрежи за достъп от вида FTTC (Fibre to the Cabinet) и FTTB (Fibre to the Building) и въпреки използваната IP технология за пренос в собствените мрежи, също предоставят аналогов достъп на свои крайни потребители, в съответствие с интерфейса на крайните устройства на тези потребители.

○ **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)

Основният достъп позволява две едновременни повиквания за глас или данни (към един и същ или различни абонати), като 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. 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 учреденски 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.

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 учрежденска автоматична телефонна централа (УАТЦ) за фиксирана телефонна услуга или ISDN маршрутизатор – с цел осъществяване на комутируема връзка за пренос на данни.

Първичният ISDN достъп традиционно се предоставя чрез усукана метална двойка, като интерфейсът в крайната точка на мрежата следва да отговаря на изискванията на фамилия стандарти ETSI EN 300 011.

В периода 2012 – 2015 г., подобно на аналоговия абонатен достъп, основният и първичният цифрови достъпи се предоставят, както от историческото предприятие, така и от някои от конкурентните предприятия. Предоставянето се осъществява без оглед на използваната технология за пренос в опорната мрежа и в мрежата за достъп.

○ **IP-базиран достъп**

В края на 2015 г. голяма 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. Историческото предприятие също предлага фиксирана телефонна услуга чрез IP-базиран достъп (услугата „VIP Business“).

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. 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.

○ **Достъп чрез обществена наземна мобилна мрежа и географски номера**

Характерно за България е, че достъп в определено местоположение се предоставя и чрез мобилни наземни мрежи.

В края на 2015 г. три предприятия предоставят достъп в определено местоположение чрез обществени мобилни наземни мрежи, базирани 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 предоставяне 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.

За всеки от изброените по-горе видове достъп е налице техническа възможност за крайните потребители да използват пълен набор от обществени телефонни услуги, описани в т.1 на настоящия раздел. Както бе отбелязано, достъп в определено местоположение се предоставя чрез географски номера от ННП.

4. Развитие на обществените телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

Фиксирани телефонни постове

По данни, подадени в КРС от предприятията, предоставящи обществена телефонна услуга в определено местоположение, в края на 2015 г. броят на фиксирани телефонни постове възлиза на 1 587 364.

На фигура 1 е представена динамиката в развитието на показателя общ брой на фиксирани телефонни постове на абонати на фиксирана телефонна услуга в абсолютни стойности. Представени са тенденциите в развитието на показателя по отношение на БТК и на конкурентните предприятия.



Забележка: Данните за 2011 г. са актуализирани след провеждането на предходния кръг на пазарен анализ.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 1

За разлика от периода, обхванат от предходния кръг на пазарния анализ, данните, представени на фигура 1, показват, че е налице устойчива тенденция на спад в общия брой на фиксирани телефонни постове. Ежегодното намаление в общия брой на фиксирани телефонни постове варира в рамките на 6,1% и 9,0%, като за периода на настоящия анализ (2012 – 2015 г.) общото намаление на показателя е 23,5%. Данните сочат, че темпът на намаление на броя на фиксирани телефонни постове на историческото предприятие (между 9,3% и 12,3% на година) значително изпреварва общия темп на намаление на фиксирани телефонни постове на конкурентните предприятия (за 2012 г. е отчетен ръст от 1,9%, последван от ежегоден спад с между

2,4% и 7,9%). За периода на настоящия анализ броят на постове на БТК е намалял общо с 28,4%, докато общо за конкурентните предприятия този спад възлиза на 12,8%.

Съществен спад е отчетен и по отношение на достъпа до обществена телефонна мрежа, предоставян чрез услугата „избор на оператор“. В периода след втория кръг на анализа на пазарите на дребно, броят на доставчиците и на абонатите на тази услуга прогресивно намаляват.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 2

В края на 2011 г. основният дял от абонатите на услугата „избор на оператор“ се обслужва от две предприятия – „СПЕКТЪР НЕТ“ ЕАД и „ОРБИТЕЛ“ ЕАД. В периода 2012 – 2014 г. тези предприятия се вляха в МОБИЛТЕЛ и предоставянето на услугата е преустановено. Видно от фигура 2, в края на 2015 г. абонатите, ползващи гласова услуга чрез услугата „избор на оператор“, са едва 15, което е с 98,4% по-малко в сравнение с края на 2012 г.

Намалението на броя на фиксираните телефонни постове на историческото и на конкурентните предприятия намира отражение в развитието на показателя относителен дял, изчислен на база брой фиксирани телефонни постове.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 3

Данните на фиг. 3 сочат, че относителният дял на историческото предприятие, изчислен на база брой фиксирани телефонни постове, отбелязва спад, дължащ се на намалението на броя на фиксираните телефонни постове средно с около 10% на година. В същото време делът на конкурентните предприятия плавно нараства, въпреки отчетеното намаление в абсолютните стойности на фиксираните им телефонни постове през разглеждания период. Годишният ръст на общия дял на конкурентните предприятия е най-голям (2,5 процентни пункта) през 2015 г. спрямо 2014 г.

Разпределението на фиксираните постове на БТК и конкурентите му по отношение на вида на абонатите – домашни и бизнес, също се изменя.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 4



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 5

Общият спад на показателя брой постове на домашни абонати на всички участници на пазара възлиза на 25,2%, през 2015 г. в сравнение с 2012 г. За посочения период постове на историческото предприятие намаляват с 28,6%, а тези на конкурентните предприятия със 17,4%.

Видно от фигура 5, в края на 2015 г. броят на фиксираните телефонни постове на бизнес абонатите на БТК, в абсолютна стойност, почти се изравнява със сумарния брой на фиксираните телефонни постове на бизнес абонатите на конкурентните предприятия. Това се дължи най-вече на намалението на този показател за историческото предприятие с 27,8% от 2012 г. до 2015 г., тъй като за същия период увеличението на общия брой на фиксираните телефонни постове на конкурентните предприятия е с 4,8%.

Друг показател, който характеризира измененията в разпространението на фиксираната телефонна услуга и се изчислява въз основа на броя на фиксираните телефонни постове, е фиксираната телефонна плътност. Фигура 6 представя сравнение на изменението на фиксираната телефонна плътност (по население⁹ и по домакинства¹⁰) за периода 2011 – 2015 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 6

Отчетената низходяща тенденция в броя на фиксираните телефонни постове формира устойчива тенденция на намаление и на показателя фиксирана телефонна плътност (спад с 6,3 процентни пункта по население и с 14,5 процентни пункта по домакинства в периода 2012 – 2015 г.). Видно от горната фигура, през 2014 г. и 2015 г.

⁹ Показателят фиксирана телефонна плътност по население е изчислен като съотношение между общия брой на фиксираните телефонни постове (бизнес и домашни) и броя на населението по години. Данните за броя на населението са с източник НСИ:

http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/data/timeseries/Pop_6.1.1_Pop_DR.xls;

¹⁰ Показателят фиксирана телефонна плътност по домакинства е изчислен като съотношение между броя на фиксираните телефонни постове на домашните абонати и броя на обикновените домакинства (3005589) от „Преброяване на населението и жилищния фонд към 01.02.2011 г.“ на НСИ.

показателят фиксирана телефонна плътност по домакинства пада под 50%, което показва, че по-малко от половината от домакинствата в страната ползват фиксирана телефонна услуга.

Видове достъп

В периода след извършване на предходния пазарен анализ предоставянето на обществено достъпна гласова телефонна услуга в определено местоположение не се е променило от гледна точка на видовете достъп¹¹, които се ползват от абонатите. Както вече беше посочено, видът на достъпа се определя от интерфейса при крайния потребител, като използваните видове достъп са:

- Аналогов (PSTN) достъп;
- Цифров (ISDN) достъп;
- IP-базиран достъп;
- Достъп чрез обществена наземна мобилна мрежа и географски номера.

На фигура 7 е представено изменението на фиксираните телефонни постове по видове достъп в периода 2011 – 2015 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 7

Както е видно, основните видове достъп, чрез които се предоставя обществената гласова телефонна услуга в определено местоположение, са обикновени постове и фиксирани телефонни постове с достъп чрез мобилна наземна мрежа и географски номера.

¹¹ Подробно описание на видовете достъп е представено в т. 3. Инфраструктура на участниците на пазара (мрежи за достъп).

Предоставянето на обществено достъпна гласова телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилна мрежа и географски номера в България стартира още в периода на първия кръг на пазарен анализ, като в периода на втория кръг на пазарен анализ беше отчетено значително увеличение на фиксираните телефонни постове с този вид достъп. След 2012 г. и при фиксирания достъп чрез мобилна мрежа беше отчетена низходяща тенденция, но с по-бавни темпове на намаление в сравнение с намалението при обикновените телефонни постове. Спадът при фиксираните телефонни постове с достъп чрез мобилна наземна мрежа в края на 2015 г. в сравнение с 2012 г. е 16,5%, докато спадът при обикновените телефонни постове е 28,1%, за същия период, при общ спад на фиксираните постове от 23,5%.

Въпреки спада в броя постове на фиксиран достъп чрез мобилна мрежа, навлизането на мобилния достъп за предоставяне на гласова телефонна услуга чрез географски номера е един от важните фактори, които съществено раздвижиха пазара на достъп до обществена телефонна услуга в България. Националното покритие на мобилните мрежи на предприятията, които към момента предоставят фиксирана телефонна услуга чрез мобилен достъп и географски номера – БТК, МОБИЛТЕЛ и ТЕЛЕНОР, дава възможност за предоставянето на фиксирана телефонна услуга дори в слабо населените и отдалечените населени места, където мобилните мрежи на предприятията имат обхват.

На фигура 8 е представено изменението на общия брой фиксирани телефонни постове и пазарните дялове на предприятията, които предоставят този вид достъп в разглеждания период. По данни на предприятията в края на 2015 г. общият брой на фиксираните телефонни постове с достъп чрез мобилна наземна мрежа възлиза на близо 660 хил. бр., което е с 16,5% по-малко от броя на постове с този вид достъп, отчетени през 2012 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 8

Видно от представените данни относителните дялове на БТК, МОБИЛТЕЛ и ТЕЛЕНОР се запазват относително стабилни, особено през последните три години. БТК запазва най-висок относителен дял – 36,8%, следван от ТЕЛЕНОР с 34,6%.

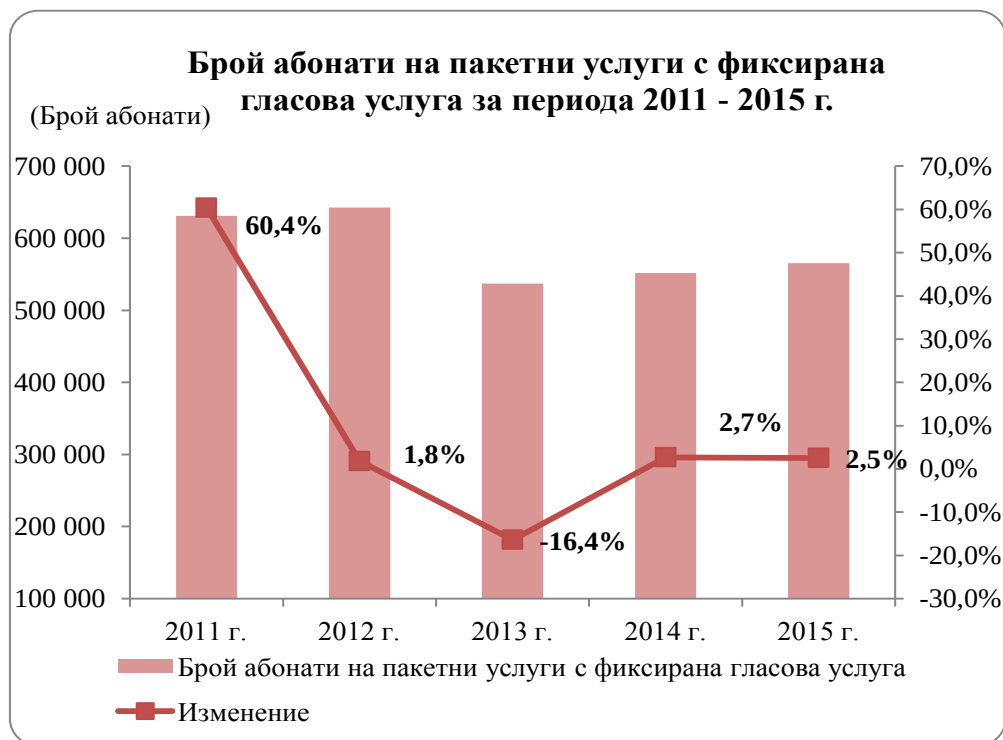
В резултат от намаляващия потребителски интерес към фиксираната телефонна услуга, като цяло и при този вид достъп се отчита спад в абсолютния брой на фиксираните телефонни постове. За БТК този спад е 19,8% през 2015 г. в сравнение с 2012 г., но в същото време делът на фиксираните телефонни постове с мобилен достъп, в общия брой фиксирани телефонни постове на абонатите на историческото предприятие се увеличава от 21,4% през 2012 г. на 24,0% през 2015 г. При МОБИЛТЕЛ намалението за същия период на този вид фиксирани телефонни постове е 29,5%, като относителният им дял в общия брой телефонни постове на предприятието се изменя от 98,1% през 2012 г. на 97,4% през 2015 г. Намалението на дела на този вид достъп се дължи на разнообразяването на видовете достъп на предприятието. До 2011 г. МОБИЛТЕЛ предлага фиксирана телефонна услуга чрез достъп през мобилна мрежа и IP. В периода след 2011 г., в резултат на вливането на „СПЕКТЪР НЕТ“ ЕАД и „ОРБИТЕЛ“ ЕАД, предприятието обслужва абонати и на останалите видове достъп. Всички абонати на фиксирана телефонна услуга на ТЕЛЕНОР ползват мобилен достъп до фиксирана гласова услуга. Данните, подадени от предприятието сочат, че броят им е нараснал през 2015 г. спрямо 2012 г. с 3,8%, но за последната година е отчетено намаление с 10,1%.

Пакетни услуги

Предлагането на фиксираната гласова услуга в пакет с други електронни съобщителни услуги¹² през последните години оказва съществено влияние върху развитието на пазара на обществена телефонна услуга в определено местоположение.

Пакетните услуги представляват важен инструмент за привличане на абонати от страна на предприятията, предоставящи обществени електронни услуги, тъй като те дават възможност на абоната да ползва отстъпка от цената за месечен абонамент и обслужване от един доставчик. На фигурата по-долу е представена информация за броя на абонатите на фиксирана телефонна услуга, включена в пакетна услуга, тяхното изменение в периода на настоящия анализ (2012 – 2015 г.) и сравнение с края на предходния кръг на анализ – 2011 г.

¹² Пакетната услуга включва две или повече електронни съобщителни услуги (фиксирана гласова услуга, мобилна гласова услуга, фиксиран достъп до интернет, мобилен достъп до интернет, телевизия и други), предлагани от дадено предприятие заедно (с обща цена).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 9

Видно от фигура 9, през разглеждания период се наблюдават колебания в броя на абонатите на тези услуги. След големия пик в броя им през 2011 и 2012 г., през 2013 г. се отчита спад в броя на абонатите, ползващи пакетна услуга с включена фиксирана гласова услуга с 16,4%, последван от сравнително малък, но ежегоден ръст на показателя през 2014 г. и 2015 г. В края на 2015 г. абонатите на фиксирана телефонна услуга, които я ползват в пакет с друга електронна съобщителна услуга възлизат на 566 хил. броя. В тази връзка следва да бъде отчетено, че в края на разглеждания период на пазара се появиха и оферти от типа „Комбинирай и спести“¹³, при които услугите не се предлагат с обща цена, а абонатът може да ползва различни комбинации от услуги и различни отстъпки от цената.

През 2015 г. броят на предприятията, предоставящи пакетни услуги, които включват фиксирана телефонна услуга, възлиза на 11, като основните доставчици на тези услуги са БТК, БЛИЗУ и МОБИЛТЕЛ. През 2015 г. относителният дял на абонатите на пакетни услуги с фиксирана телефонна услуга на БТК намалява с около 3 процентни пункта в сравнение с предходната година и достига 4,5%. Основна част от абонатите на фиксирана телефонна услуга, включена в пакетна услуга, се обслужват от МОБИЛТЕЛ и БЛИЗУ.

На фигура 10 е представена структурата на пакетите с включена в тях фиксирана телефонна услуга, които се ползват от абонати на пакетна услуга. Предвид голямото разнообразие на видовете пакети, на графиката по-долу в отделни групи са представени само пакетите, чиито абонати формират над 1% дял от общия брой на абонатите на тези

¹³ <http://www.vivacom.bg/bg/residential/ceni-i-uslugi/kombiniraj-i-spesti/kombiniraj>; <http://www.mtel.bg/mtel-NET-TV>;
<http://www.telenor.bg/bg/content/%D0%BF%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B8-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8-combo>

пакетни услуги. Абонатите на останалите видове пакети са включени в групата „други пакетни услуги, включващи фиксирана телефонна услуга“.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 10

Видно от данните на фигура 10, двата най-разпространени пакета за целия разглеждан период са: „фиксирана и мобилна гласови услуги“ и „фиксирана гласова услуга, фиксиран интернет и телевизия“.

Приходи от фиксирана телефонна услуга

През 2015 г. приходите, реализирани от предоставяне на фиксирана телефонна услуга в определено местоположение¹⁴, възлизат на 191 млн. лв., а тенденцията на спад се запазва устойчива за поредна година.

¹⁴ Приходите от предоставяне на фиксирани телефонни услуги включват: приходи от предоставяне на достъп (такси за откриване на телефонни постове и месечен абонамент, вкл. частта на приходите от месечен абонамент, отнасящи се до фиксирана телефонна услуга, ползвана в пакет с други електронни съобщителни услуги); приходи от реализирани повиквания (национални и международни разговори, вкл. приходи от пакетни услуги), приходи на едро (транзит, терминиране и генериране) и други приходи (физическа реализация на взаимно свързване и други нетрафикни приходи).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 11

Видно от фигура 11, в периода 2012 – 2015 г. общият обем на реализираните приходи намалява ежегодно с между 11,5% и 15,8%, като това намаление се дължи основно на намаляващите приходи от предоставяне на услугата на дребно.

Освен спад в абсолютна стойност в реализираните приходи от фиксирана телефонна услуга се отчита и намаление на дела, който тези приходи формират в общия обем на приходите от обществени електронни съобщения. За 2015 г. той възлиза на 7,6%, което е с 3,2 процентни пункта по-малко спрямо 2012 г., когато е възлизал на 10,8%. В сравнение с последната година от периода на предходния анализ – 2011 г., когато делът на тези приходи е възлизал на 11,7%, намалението е с малко над 4 процентни пункта.

Фигура 12 представя разпределението на общите приходи от фиксирана телефонна услуга в периода 2011 – 2015 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 12

Структурата на приходите в разглеждания период остава относително непроменена. Най-голям дял в нея формират приходите от достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение, които включват приходите от инсталационни такси и месечни абонаменти, включително и за частта за фиксираната телефонна услуга, включена в пакетна услуга. Този относителен дял нараства всяка година, основно за сметка на намалението на относителните дялове на приходите, реализирани от национални и международни повиквания, поради включването на все повече безплатни минути за разговори в абонаментните планове, които се предлагат от предприятията.

Въпреки че относителният дял на приходите от достъп нараства в общия обем реализирани приходи от фиксирана телефонна услуга, в абсолютна стойност и при тези приходи се наблюдава съществен спад – ежегодно с над 10%, а намалението за периода 2012 – 2015 г. е 31,0%. В резултат от ежегодното намаление на приходите от предоставяне на фиксирана телефонна услуга, общият обем на тези приходи през 2015 г. е със 107 млн. лв. по-малко в сравнение с 2012 г., като 58,3% от това намаление се дължи на спада в приходите от абонаменти и инсталационни такси и 32,0% на спада в приходите от проведени телефонни разговори.

В периода 2012 – 2015 г. се наблюдава намаление и в приходите от достъп за фиксирана телефонна услуга, включена в пакет с други електронни съобщителни услуги както в абсолютна стойност, така и като относителен дял към общите приходи от пакетни услуги. Докато сумата на общите приходи (инсталационни такси и месечни абонаменти) от пакетни услуги е нараснала два пъти, частта от тези приходи, относима към достъпа до фиксирана телефонна услуга, е намаляла с 49,9%. Съответно

относителният дял на частта от приходите за достъп до фиксирана телефонна услуга, включена в пакетни услуги, към общите приходи от пакетни услуги намалява от 11,7% през 2012 г. на 2,8% през 2015 г.

Трафик от гласова телефонна услуга

Данните за обема на изходящия трафик на абонати на фиксирана телефонна услуга в периода след 2011 г. също доказват, че е налице загуба на интерес към тази услуга. Общото намаление на този трафик, включително и от услугата „избор на оператор“, в периода 2012 – 2015 г. възлиза на 34,6%.

Едновременно с ежегодния спад в обема на изходящия гласов трафик от фиксирана телефонна услуга се наблюдава ръст в общия обем изходящ гласов трафик (общо от фиксирана и мобилна телефонни услуги). За периода 2012 – 2015 г., това увеличение възлиза на 3,0% и се дължи на ръста на обема изходящ трафик от мобилна гласова телефонна услуга.

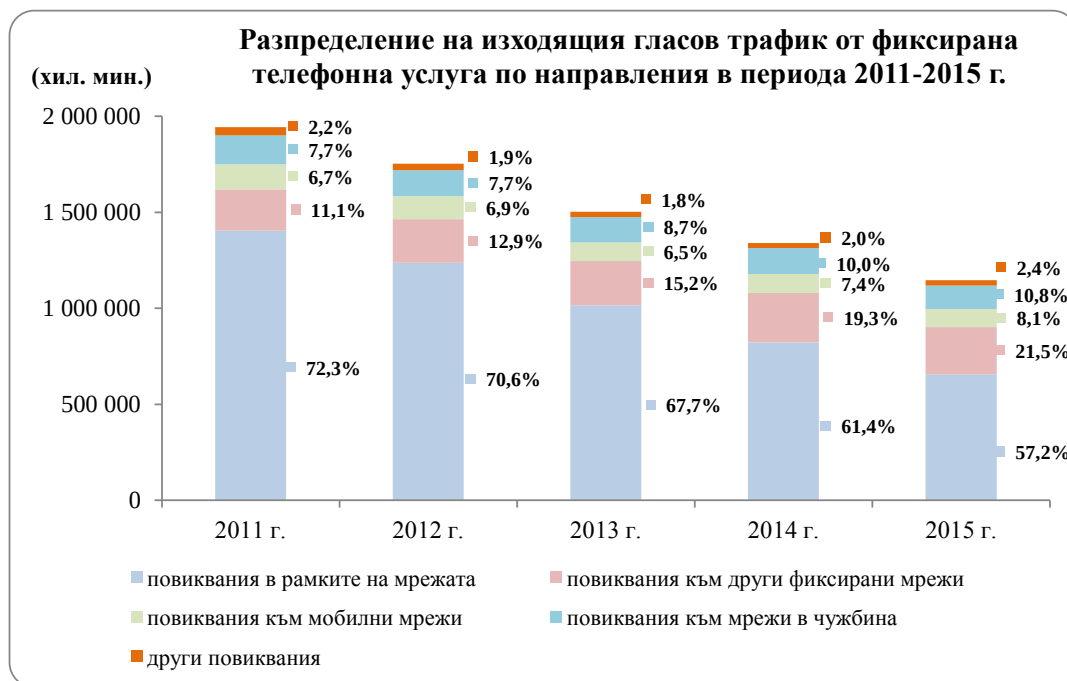


Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 13

Видно от фигура 13, в резултат на установените тенденции на ръст в обема на изходящия гласов трафик от мобилна телефонна услуга и спад в изходящия гласов трафик от фиксирана телефонна услуга се наблюдава намаление в дела на трафика от фиксирана телефонна услуга в общия обем на изходящия гласов телефонен трафик – от 9,8% в началото на разглеждания период до 6,2% в края на този период.

Фигура 14 представя разпределението на генерирания от абонатите изходящ телефонен трафик от фиксирана телефонна услуга. Данните сочат, че структурата на генерирания трафик се изменя основно при две от категориите – повиквания в рамките на собствената фиксирана мрежа и повиквания към други фиксирани мрежи. В края на разглеждания период тези два вида трафик формират 78,7% от изходящия гласов трафик на абонатите на обществена телефонна услуга в определено местоположение.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 14

В абсолютна стойност най-голямото намаление е отчетено при трафика от повиквания в собствената мрежа на предприятията, който за разглеждания период (2012 – 2015 г.) е намалял с 47,0%, следван от повикванията към мобилни мрежи, където спадът е с 22,3%.

Единственото направление, при което се отчита ръст на изходящия трафик в разглеждания период, е повикването към други фиксирани мрежи – общото нарастване е с 8,6%, въпреки, че през 2015 г. в сравнение с 2014 г. и при този трафик е отчетен спад – с 4,5%.

Фигура 15 представя съотношението между трафика от телефонни повиквания, генериран от абонати с директен достъп до мрежата на предприятието, и трафика от телефонни повиквания, генериран от абонати на услугата „избор на оператор“. Видно от графиката, обемът на генерирания трафик от услугата „избор на оператор“ е пренебрежим както в абсолютна стойност, така и като относителен дял в общия обем изходящ гласов трафик от гласова телефонна услуга в определено местоположение.

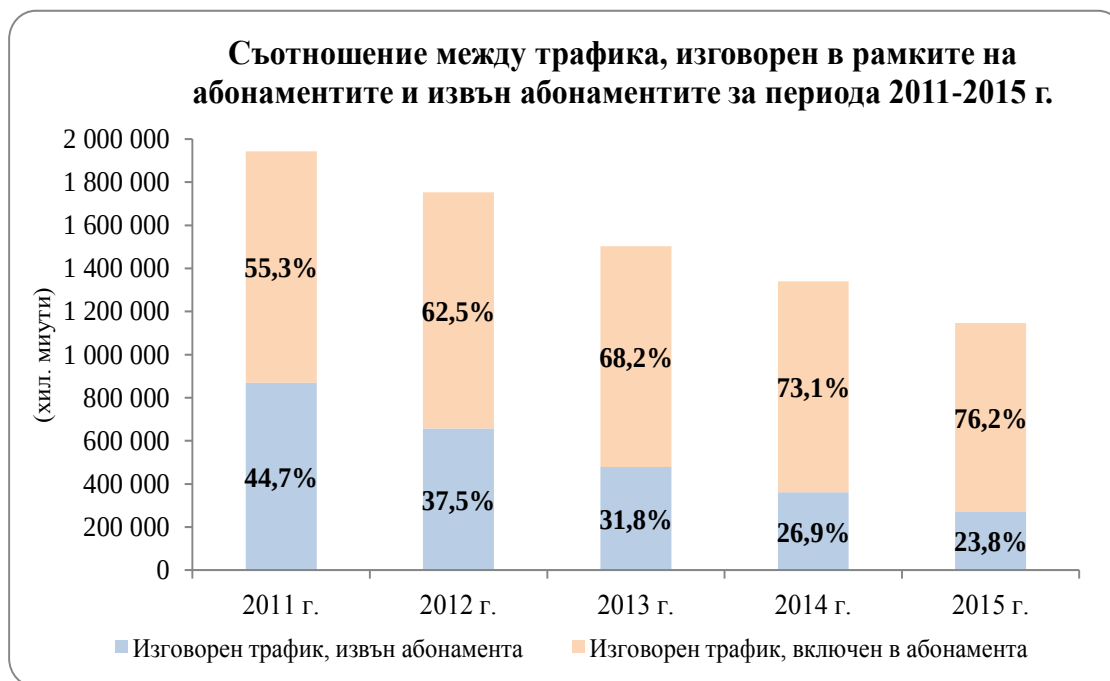


Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 15

В периода 2012 – 2014 г. се наблюдава ежегодното намаление в обема на трафика от услугата „избор на оператор“. През 2015 г. в сравнение с 2014 г. поради прекратяване на дейността на „ОРБИТЕЛ“ ЕАД спадът е с над 17 пъти, а за целият разглеждани период (2012 – 2015 г.) е 46 пъти.

В последните години на пазара на обществена телефонна услуга в определено местоположение се предлагат множество абонаментни планове с включени минути за разговори. Това до голяма степен оказва влияние и върху ползването на услугата „избор на оператор“. Данните, предоставени от предприятията, показват, че с всяка изминала година все по-голям е обемът на трафика, който се ползва в рамките на абонаментния план. Обемът на минутите, които са изговорени в рамките на абонаментните планове през 2015 г., възлиза на 76,2% от общия изговорен трафик и е нараснал с близо 21 процентни пункта, спрямо последната година на предходния анализ – 2011 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 16

Най-голям дял изговорени минути, включени в абонаментите за 2015 г., се формира от op net трафик – 65,4%, като този дял намалява в сравнение с 2012 г., когато е възлизал на 84,3%. Същевременно данните показват, че предприятията включват все по-голям обем минути в абонаментните планове. Посоченият обем включва не само трафик в собствените им мрежи, но и към други фиксирани мрежи, към мобилни мрежи и към мрежи в чужбина. При относителните дялове на генерираните обеми трафик, включен в абонамента, към другите направления се наблюдава ръст, както следва: към други фиксирани мрежи – от 7,0% през 2012 г. на 19,4% през 2015 г.; към мобилни мрежи – от 0,3% през 2012 г. на 4,1% през 2015 г. и към мрежи в чужбина – от 8,3% през 2012 г. на 11,0% през 2015 г.

Данните, подадени от предприятията сочат, че абонаментните планове с включени минути и абонаментите за пакетна услуга с включена фиксирана телефонна услуга са предпочитани от крайните потребители. В края на 2015 г. абонатите, които ползват достъп до обществена телефонна услуга като самостоятелна услуга, без включени минути в абонаментния план, възлизат едва на 4,5% от общия брой абонати на фиксираната телефонна услуга.

Цени на фиксирана телефонна услуга

Предприятията, предоставящи достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение, предлагат разнообразие от абонаментни планове (Приложение 1) и регулярни промоции за фиксирани телефонни услуги. Основно абонаментните планове включват: значителен или „неограничен“ обем минути за повиквания в собствената мрежа; определен брой минути за повиквания към други фиксирани, към мобилни наземни мрежи и към някои международни дестинации.

Отчитайки тази специфика, КРС изчислява следните два показателя, които кореспондират с тенденциите при развитието на фиксираната телефонна услуга:

- среден месечен приход от телефонен пост, който е изчислен на база общите приходи на дребно от достъп и изходящ трафик и средния годишен брой на активните телефонни постове¹⁵;
- среден приход на минута за повиквания извън абонамента, който е изчислен на база реализиран трафик извън абонамента и съответните приходи по основни направления (в собствената мрежа, към други фиксирани мрежи и към мобилни мрежи).

Данните за показателя среден месечен приход от фиксиран телефонен пост за периода 2011– 2015 г. са представени в таблица 3.

Таблица 3

Среден месечен приход от фиксиран телефонен пост за периода 2011 – 2015 г. (лв. без ДДС)

Предприятия	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
БТК	14,14	13,22	12,33	11,89	11,26
Конкуrentни предприятия	5,07	4,11	3,90	3,89	3,59
Общо	12,02	10,44	9,63	9,26	8,58

Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от представеното, в разглеждания период стойността на средния месечен приход намалява ежегодно. Общо намалението е 17,8% през 2015 г. спрямо 2012 г., съответно при БТК спадът е с 14,8% , при конкурентните предприятия с 12,7%. Основните причини за тази тенденция са спада в потреблението, видно от намаления обем изходящ трафик (фигура 16), и спада в приходите от месечен абонамент в резултат на различни видове отстъпки от цената.

Показателят „среден приход на минута“ е изчислен въз основа на трафика, реализиран извън абонамента и съответния приход от него. В тази връзка следва да бъде отчетено, че трафикът извън абонамента формира все по-малък относителен дял в общия обем на изговорения трафик, видно от фигура 16, за 2012 г. той възлиза на 37,5% през 2012 г., а през 2015 г. на 23,8%. Важно е също да се отбележи, че стойностите на този показател са осреднени, тъй като се влияят не само от цената за минута за съответното направление, но и от средната продължителност на разговорите, начините на таксуване¹⁶, прилагането на първоначална цена на свързване (call set-up) и часовата зона.

В таблицата по-долу са представени стойности на показателя среден приход на минута, изчислени за повиквания към собствената мрежа, към други фиксирани, към мобилни наземни мрежи и към мрежи в чужбина.

¹⁵ Показателят „среден годишен брой на активните телефонни постове“ е изчислен като сума на активните телефонни постове в началото и в края на годината, разделена на 2. Тъй като референтната дата за отчитане на годишния брой на активните телефонни постове е 31 декември на съответната година, за брой активни постове за начало на съответната година се приема броя на активните телефонни постове към 31 декември на предходната година.

¹⁶ Прилаганите начини на таксуване на разговорите са на минута или на секунда, което означава, че всяка започната минута от разговора се отчита като цяла (при отчитане на разговорите на минута), съответно при посекундното отчитане първоначално се тарифират 30/60 секунди, а след това разговорът се таксува на секунда.

Таблица 4

Среден приход на минута за повиквания извън абонамента, по направления, за периода 2011 – 2015 г. (лв. без ДДС)

Предприятия	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
<i>За повиквания в собствената мрежа</i>					
БТК	0,053	0,052	0,052	0,061	0,062
Конкурентни предприятия	0,020	0,015	0,010	0,011	0,019
Общо	0,052	0,051	0,051	0,060	0,061
<i>За повиквания към други фиксирани мрежи</i>					
БТК	0,055	0,059	0,062	0,081	0,076
Конкурентни предприятия	0,037	0,042	0,040	0,028	0,037
Общо	0,047	0,051	0,054	0,060	0,063
<i>За повиквания към мобилни наземни мрежи</i>					
БТК	0,241	0,239	0,256	0,284	0,255
Конкурентни предприятия	0,235	0,204	0,177	0,158	0,158
Общо	0,240	0,233	0,239	0,256	0,233
<i>За международни повиквания</i>					
БТК	0,358	0,359	0,355	0,402	0,401
Конкурентни предприятия	0,200	0,192	0,153	0,145	0,148
Общо	0,292	0,288	0,255	0,252	0,250

Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от таблица 4, при общите стойности на изчислените показатели по направления се отчита известен ръст за 2013 г. и 2014 г. Той се дължи основно на увеличение на стойностите на показателите при БТК, което до голяма степен е резултат от промените в начина на таксуване на трафика извън абонамента за част от плановите на историческото предприятие¹⁷ и промени в цените за таксуване на трафик извън абонамента.

Видно от Приложение 1, конкурентните на БТК предприятия също предлагат множество абонаментни планове с включени минути в абонамента. Освен все по-големия обем минути, включени в абонаментните планове, се предлагат също и така наречените „допълнителни пакети“ с включени минути на абонаментен принцип¹⁸. Това дава възможност на абонатите да променят характеристиките на абонаментните планове според предпочитанието си и като резултат води до намаление на трафика, който се таксува извън абонамента и допълнителните пакети.

¹⁷ От месец септември 2013 г. за тарифни планове „Vivacom Mega Fix“, „Vivacom Uni Fix“, „У дома 50“, „У дома 150“, „У дома 250“, „Инвалиди 160“, „Инвалиди 300“, „Ограничен план“ и пакети с включена фиксирана услуга – „Vivacom Home“, „Vivacom Duo“ „Vivacom Trio“ се променя таксуването извън абонамента, като всяка започната минута се отчита като цяла. От месец май 2015 г., по същия начин се променя таксуването на планове „Минимум“ и „Vivacom Super Fix“.

¹⁸ <http://www.mtel.bg/mtel-PHONE>; <http://www.vivacom.bg/bg/residential/ceni-i-uslugi/domashen-telefon/abonamenten-plan>

Въз основа на изложеното в този раздел могат да бъдат направени следните изводи:

- *запазва се тенденцията от предходния кръг на анализа за намаляване на потребителското търсене на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на обществени телефонни услуги, както следва:*
 - *отчита се намаление в общия брой на абонатите, както и в тяхното потребление – намалява общият обем генериран трафик от национални и международни повиквания, като в периода 2012 – 2015 г. е отчетено увеличение в абсолютна стойност единствено при повикванията към други фиксирани мрежи;*
 - *обемът на приходите от предоставяне на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа и обществени телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, продължава да намалява;*
- *налице е голямо разнообразие от абонаментни планове за фиксирана телефонна услуга с включени все по-голям обем минути за разговори (в собствената мрежа, към други фиксирани мрежи, към мобилни мрежи и към определени международни дестинации), както и пакети и комбиниране на услуги, при които се правят отстъпки от месечните абонаменти;*
- *наблюдава се намаление на средния месечен приход от телефонен пост, изчислен на база общи приходи от достъп и изходящ трафик и среден годишен брой на активните телефонни постове в разглеждания период.*

III. Ефект от наложените специфични задължения в предходния кръг на пазарен анализ

В настоящия раздел е представен преглед на ефекта от наложените в предходния кръг на пазарни анализи мерки, както и оценка на конкуренцията спрямо хипотетична ситуация при липса на регулация на пазарите на обществени телефонни услуги в определено местоположение (достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни и бизнес потребители).

Към момента БТК е определено като предприятие със значително въздействие на следните пазари на едро, свързани с пазарите на дребно, обект на анализа:

- пазар на терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи (пазар 1 от Препоръка 2014/710/ЕС)¹⁹;
- пазар на предоставяне на локален достъп на едро в определено местоположение (пазар 3а от Препоръка 2014/710/ЕС)²⁰.

С Решение № 356/26.06.2016 г. на КРС пазарът на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи (пазар 2 от Препоръка 2007/879/ЕО, който е вертикално свързан с пазарите на дребно на достъп и обществено достъпни телефонни услуги (национални и международни) в определено местоположение, е определен като пазар, който не изпълнява кумулативно трите критерия за определяне на съответен пазар, подлежащ на *ex ante* регулиране, и следователно не подлежи на *ex ante* регулиране.

Тъй като ефекта от регулаторната намеса се разглежда за изминал период, следва да се вземе предвид наличието на действащи регулаторни мерки на други пазари, намиращи отражение върху конкуренцията на разглежданите пазари дребно на достъп и обществено достъпни телефонни услуги (национални и международни) в определено местоположение.

Предвид идентифицираните в рамките на втория кръг на анализа конкурентни проблеми на пазарите на дребно, с Решение № 195/14.03.2016 г. на КРС, на БТК в качеството му на предприятие със значително въздействие на съответните пазари бяха наложени задължения на ниво услуги на едро и на ниво услуги на дребно.

За да се насърчи конкуренцията на ниво услуги на дребно, бяха наложени задължения за прозрачно и предлагане на услугата „избор на оператор“ (избор на оператор за всяко повикване (CS) и избор на оператор на абонаментна основа (CPS)) и отдаване на абонатни линии под наем на едро (WLR). За да гарантира, че предоставянето на тези услуги е атрактивно за търсещите достъп, КРС наложи на БТК и ценови ограничения, които да противостоят на потенциални антиконкурентни ценови практики.

На ниво услуги на дребно предприятието със значително въздействие на съответните пазари бе задължено да предоставя услугите за достъп до обществена

¹⁹ Решение № 356/26.06.2016 г. на КРС

²⁰ Решение № 372/13.08.2015 г. на КРС

телефонна мрежа в определено местоположение (свързване и месечен абонамент) по равнопоставен и прозрачен начин, над разходите за отделните услуги, така че същите услуги да са възможни за печелившо възпроизвеждане от страна на конкурентните предприятия.

Данните, с които КРС разполага, показват, че в рамките на периода 2012 – 2015 г. нито едно от конкурентните предприятия не се е възползвало от възможността за предоставяне на достъп на дребно до обществени телефонни услуги в определено местоположение чрез абонатни линии под наем на едро. Отчетен е съществен спад по отношение на достъпа до обществена телефонна мрежа, предоставян посредством услугата „избор на оператор“ (CS/CPS). Нещо повече, както бе посочено в раздел II, в периода след втория кръг на анализа на пазарите на дребно броят на доставчиците и на абонатите на тази услуга прогресивно намаляват и на практика нейното използване е символично.

На фигура 17 са представени данни за приходите и трафика от предоставяне на дребно на услугата „избор на оператор“, които показват устойчив спад за наблюдавания период.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 17

КРС отчита, че намалението в стойностите при горепосочените показатели за периода 2012 – 2015 г. е близо 50 пъти.

Данните в Приложение 1 илюстрират възможностите на конкурентите да възпроизвеждат офертите на БТК. На разглежданите пазари участват достатъчно на брой доставчици, които предлагат многобройни и разнообразни оферти от които абонатите имат възможност за избор. За да отговорят на търсенето на крайните

потребители предприятия ориентираха предлагането си най-вече към пакетни услуги. Въведената през 2009 г. процедура за преносимост на номерата съществено улесни абонатите при смяна на доставчика. Последователната регулация на пазарите на терминиране редуцира затварянето на трафика в собствените мрежи и позволи на по-малките предприятия да се конкурират за потребители с БТК. Наложените мерки (ценови и неценови) на свързания пазар за терминиране на повиквания в определено местоположение на индивидуални обществени телефонни мрежи създават условия за отваряне на трафика към мрежите на другите предприятия. В резултат, делът на трафика от повиквания към други фиксирани мрежи в общия обем на трафика се увеличава от 12,9% през 2012 г. на 21,5% през 2015 г., а в абсолютна стойност увеличението е с 8,6%.

Отчитайки ефекта от наложените в предходния кръг на пазарния анализ специфични задължения КРС счита, че при хипотеза на оттегляне на наложените мерки конкурентите имат възможност да отговорят на търсенето на крайните потребители, като използват собствената си мрежа (в т.ч. собствената си мобилна мрежа), мрежата на други предприятия, регулираните условия за предоставяне на необвързан достъп до абонатна линия или за достъпа до каналната мрежа на БТК.

Предвид конкурентния натиск и предлагането на фиксирана телефонна услуга чрез мобилни наземни мрежи (с географски номера) и мрежи за широколентов достъп до интернет, БТК не би имало стимули да прилага антиконкурентно поведение и да повишава до прекомерни равнища цените на услугите на съответните пазари, тъй като подобно поведение би рефлектирало негативно върху ежегодно намаляващия му пазарен дял.

Регулаторът е на мнение, че евентуалното оттегляне на мерките на разглежданите пазари на дребно на достъп и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, няма да окаже негативно влияние върху конкуренцията предвид следното:

- не се очаква броят на конкурентните предприятия да се промени при оттегляне на регулаторната намеса, тъй като и двете предприятия, които предоставят услугата „избор на оператор“ и които ползват услугата на едро през 2015 г., имат и абонати на достъп до техни собствени мрежи;
- оттеглянето на регулаторната намеса няма да е причина за изменение на показателя брой на абонатите на гласови услуги на дребно, тъй като в края на 2015 г. абонатите на услугата „избор на оператор“ са едва 15 и няма абонати, които да ползват гласови услуги на дребно въз основа на WLR;
- през 2015 г. трафикът, генериран чрез услугата „избор на оператор“, съставлява едва 0,01% от общия генериран трафик на дребно при 0,19% през 2012 г.;
- приходите от услугата „избор на оператор“ на дребно не са съществени за нивото на конкуренция на пазара, тъй като формират 0,01% от общите приходи от предоставяне на обществена телефонна услуга през 2015 г. и съответно 0,18% през 2012 г.;
- дистрибуцията на фиксираната телефонна услуга се ориентира към предлагането на пакетни услуги, в които наред с фиксираната телефонна услуга могат да се ползват и други електронни съобщителни услуги, които не са обект на регулация;
- крайните потребители имат възможност да получават отстъпка от месечния абонамент, ако ползват фиксирана телефонна услуга в пакет с друга

електронна съобщителна услуга или като част от оферти за комбиниране на услуги.

Въз основа на горното, КРС счита, че оттеглянето на регулаторната намеса няма да повлияе негативно върху развитието на конкуренцията на съответните пазари на дребно, тъй като услугите могат да бъдат предоставяни на крайните потребители чрез различни технологии и различни форми на достъп и в условията на засилена конкуренция.

IV. Определяне на продуктови и географски обхват на пазарите

1. Въведение

В Раздел I от настоящия документ е направен преглед на европейското и националното законодателство в областта на електронните съобщения, както и на реда, условията и процедурата за определяне, анализ и оценка на пазарите на електронни съобщителни мрежи и/или услуги относно наличието на ефективна конкуренция.

Също така е посочено, че съгласно разпоредбите на чл. 152, ал. 5 от ЗЕС при определяне на съответен пазар, различен от посочените в приложимия акт на ЕК²¹, КРС се ръководи от принципите на конкурентното право и изследва кумулативното наличие на следните три 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.

Взимайки под внимание изложеното дотук и предвид необходимостта от достигане до заключение относно необходимостта от продължаване, изменение, допълнение или отмяна на наложените с Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС задължения, съгласно действащата нормативна уредба, при определяне на съответен пазар, който не е посочен в приложимия акт на ЕК, КРС трябва да изследва кумулативното наличие на критериите по чл. 152, ал. 5 от ЗЕС.

Преди прилагане теста на трите критерия, в следващите две точки КРС ще направи преглед на услугите, включени в обхвата на пазарите на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпни национални и международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение, приети при втория кръг на пазарни анализи, с цел да се оцени доколко те са актуални към момента, както и дали през разглеждания период 2012 – 2015 г. не са настъпили промени в пазарните условия, които да наложат изменение на този обхват.

При определяне на обхвата на пазарите КРС спазва принципа на технологична 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

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.

²¹ Препоръка 2014/710/ЕС, където разглежданите пазари не са включени в списъка на пазари, подлежащи на ex ante регулиране.

В предходния кръг на пазарен анализ, с цел определяне на продуктивния обхват на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, КРС оцени взаимозаменяемостта при търсенето и предлагането на следните видове услуги:

- 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 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 и чрез мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA);
- на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставян на домашни потребители, и на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставян на бизнес потребители.

В настоящия кръг на пазарен анализ КРС следва да оцени доколко продуктивният обхват на разглеждания пазар е актуален към момента, както и дали през разглеждания период 2012 – 2015 г. не са настъпили промени в пазарните условия, които да наложат изменение на този обхват.

В рамките на втория кръг анализ КРС разглежда наличието на взаимозаменяемост от гледна точка на търсенето и предлагането между достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и достъпа, предоставян чрез негеографски номера от ННП за достъп до мобилни наземни мрежи и чрез мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) и направи заключението, че достъпът до обществена телефонна мрежа в определено местоположение следва да се разглежда в отделен пазар. КРС счита, че в рамките на настоящия кръг на пазарен анализ няма основания да изследва тази взаимозаменяемост, поради факта, че предоставянето на гласови телефонни услуги чрез мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) е преустановено. „МАКС ТЕЛЕКОМ“ ООД (МАКС ТЕЛЕКОМ) уведоми комисията, че от 29.10.2013 г. преустановява предлагането на телефонни услуги на нови абонати в своята WiMax мрежа. Съгласно плановете на МАКС ТЕЛЕКОМ, клиентите на предприятието, ползващи услуги, базирани на WiMax технология за гласови услуги към, края на 2015 г. са мигрирани към мобилна гласова услуга. Поради тази причина КРС изследва взаимозаменяемостта единствено по отношение на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и услугите за мобилен достъп, предоставян чрез негеографски номера от ННП за достъп до мобилни наземни мрежи.

2.1.1. Взаимозаменяемост между 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)

В рамките на втория кръг на пазарен анализ, водейки се от принципа на технологична неутралност, КРС определи пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, който включва следните видове достъп: аналогов (PSTN), ISDN достъп, IP-базиран достъп и достъп чрез мобилни наземни мрежи и географски номера от ННП.

Въз основа на наличната информация относно вида на достъпа, подадена от предприятията, КРС счита, че в периода след втория кръг на пазарен анализ (2012 – 2015 г.) не са настъпили промени по отношение на технологиите и интерфейсите за предоставяне на обществена телефонна услуга в определено местоположение, които да водят до промяна на продуктивния обхват на пазара по отношение на видовете достъп. В периода на настоящия анализ 2012 – 2015 г., както и през последната година на предходния пазарен анализ (2011 г.), основните видове достъп, чрез които се предоставя обществената гласова телефонна услуга в определено местоположение са обикновени постове (аналогов достъп) и фиксирани телефонни постове чрез мобилен достъп.

В текста по-долу е разгледана взаимозаменяемостта на различните видове достъп, ползвани от абонатите на обществена телефонна услуга в определено местоположение, както от гледна точка на функционалните характеристики, така и от гледна точка на цената. За целите на сравнението за основен достъп е използван аналоговият достъп.

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

Видно от фигура 7, след аналоговия достъп до фиксирана телефонна услуга, най-широко разпространен е достъпът чрез мобилна мрежа и географски номера. В периода 2012 – 2015 г. броят на фиксирани телефонни постове и на двата вида достъп намалява, но при мобилния достъп с географски номера намалението е с по-малък темп (16,5%) в сравнение с намалението при обикновените постове (28,1%). В резултат на това дялът на фиксирани телефонни постове чрез мобилен достъп с географски номера нараства ежегодно и през 2015 г. достига до 41,5% при 38,0% през 2012 г.

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 предоставянето на телефонните услуги е в определено местоположение.

Този вид достъп се предоставя и от трите предприятия, предоставящи фиксирана телефонна услуга, които имат изградени мобилни наземни мрежи – БТК, МОБИЛТЕЛ и ТЕЛЕНОР. МАКС ТЕЛЕКОМ също има предоставен индивидуално определен ограничен ресурс – географски номера, но към 31.12.2015 г. не предоставя фиксирана телефонна услуга. През целия период на анализа дялът на БТК, изчислен на база брой фиксирани телефонни постове с мобилен достъп към общия брой на фиксирани телефонни постове с този вид достъп, е най-висок и през 2015 г. възлиза на 36,8%, следван от дела на ТЕЛЕНОР – 34,6%. Данните по отношение на БТК сочат, че за периода 2012 - 2015 г. се наблюдава намаление, както в абсолютна стойност (с 19,8%), така и в относителна стойност (делът намалява с 1,5 процентни пункта през 2015 г. в сравнение с 2012 г.), докато при ТЕЛЕНОР се отчита увеличение и при двата показателя, съответно с 3,8% и 6,8 процентни пункта.

По отношение на цената за достъп до фиксирана телефонна услуга, предоставяна чрез мобилна мрежа, видно от ценовите листи, БТК и МОБИЛТЕЛ не прилагат различни цени за месечен абонамент за обикновения (аналогов) достъп и за достъпа чрез мобилна мрежа. Като цяло цените за месечен абонамент за фиксирана телефонна услуга на предприятията, предоставящи този вид достъп, варират основно в зависимост от обема на включените в абонамента минути за разговор.

По отношение на цифровия (ISDN BRA и ISDN PRA) достъп КРС счита, че не са настъпили технологични изменения или промени на пазарните условия, които да обуславят изключването на този достъп от продуктивния обхват на разглеждания пазар. Регулаторът поддържа изводът, направен в рамките на предходния кръг на пазарен анализ, че от гледна точка на търсенето аналоговият и цифровият ISDN достъп (ISDN-BRA и ISDN-PRA) следва да се разглеждат на един пазар, тъй като чрез цифровия ISDN достъп 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).

В периода след втория кръг пазарен анализ броят на фиксираните телефонни постове с ISDN BRA и ISDN PRA достъп намаляват съществено, като спадът за периода 2012 – 2015 г. е общо 27,6% за всички предприятия, предоставящи ISDN достъп. При фиксираните телефонни постове на историческото предприятие с цифров достъп отчетеният спад е по-голям от общия (29,6%). Но, като цяло този вид достъп запазва дела си в общия брой на фиксираните телефонни постове, който е около 1%.

Предвид факта, че през периода и на предходния пазарен анализ, и на настоящия анализ, основната част от фиксираните телефонни постове с цифров достъп се ползват от абонати на БТК (около 90% през 2015 г.), за целите на взаимозаменяемостта КРС разглежда цените на историческото предприятие. При сравнението на цените за инсталация и месечен абонамент, следва да се отчете факта, че цифровият ISDN достъп предоставя на крайния потребител възможност за ползване на 2 гласови канала или 30 гласови канала, т.е. сравненията на цената на цифров достъп с аналогов достъп следва да бъдат правени по отношение на един гласов канал.

Таблица 5

Сравнение на цената на достъп чрез обикновени абонатни линии и чрез цифрови линии на БТК за 2015 г. и средния годишен разход на абонат за гласов канал (лв. без ДДС)

Вид достъп	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Общ годишен разход
(домашни абонати)			
Стандартен план	20,00	10,00	140,00
ISDN BRA - 2 гласови канала	70,00	15,00	250,00
1 гласов канал от ISDN BRA	35,00	7,50	125,00
(бизнес абонати)			
Стандартен план	70,00	18,00	286,00
ISDN BRA - 2 гласови канала	100,00	35,00	520,00
1 гласов канал от ISDN BRA	50,00	17,50	260,00
ISDN PRA - 30 гласови канала	600,00	670,00	8 640,00
1 гласов канал от ISDN PRA	20,00	22,33	288,00

Източник: Данни, подадени в КРС

В таблицата по-горе е изчислен общият годишен разход на абонат за ползване на един гласов канал при едногодишен договор. Изчисленият показател включва една инсталационна такса за 1 гласов канал и 12 месечни абонамента за 1 гласов канал. Видно от информацията стойностите на общия годишен разход на абоната за 1 гласов канал не се различават съществено и в случай, че цената за гласов канал на единия вид достъп се повиши с 10%, абонат, който ползва повече от един гласов канал би могъл да смени вида на достъпа. Предвид това, КРС поддържа становището си от предходния кръг на анализ, че цифровият ISDN достъп принадлежи към разглеждания пазар, още повече че цените на историческото предприятие по отношение разглежданите видове достъп не са се променили от предходния анализ.

Въз основа на изложеното по-горе КРС счита, че от гледна точка на търсенето (по отношение на функционалност и цени) 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.

Другият вид достъп, който се използва от предприятията за предоставяне на обществена телефонна услуга в определено местоположение, както през предходния кръг на пазарен анализ, така и в периода 2012 – 2015 г., е IP-базираният достъп. Предприятията, които са декларирали предоставянето на такъв вид достъп през 2015 г., са 17 (включително историческото предприятие). В периода 2012 – 2015 г. общият брой на активните линии на абонати е нараснал с 53,2%.

По отношение на включването на този вид достъп в обхвата на разглеждания пазар, КРС поддържа заключението си от предходния кръг на анализ, че IP-базираният достъп е взаимозаменяем от гледна точка на търсенето с другите видове достъп, чрез които се предоставя обществена телефонна услуга в определено местоположение. С оглед на факта, че за предоставяне на обществена телефонна услуга в определено местоположение при този вид достъп се използват географски номера от ННП, 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 по отношение осигуряването на качество на услугата.

По отношение на цените за достъп и месечен абонамент може да се каже, че в периода на настоящия анализ в сравнение с предходния анализ не са настъпили съществени промени. При цените на историческото предприятие за услугата VIP Business няма изменение – цената (без ДДС) за откриване на 1 канал (не по-малко от 2 канала) е 50,00 лв. и 15,00 лв. за месечен абонамент, при цени за стандартен план за бизнес абонати, съответно: 70,00 лв. за откриване и 18,00 лв. за месечен абонамент. За 2 канала за услугата VIP Business цената за откриване и месечен абонамент в действителност е много близка до тази на ISDN BRA за бизнес абонати, т.е. тези услуги биха се възприели като взаимозаменяеми от гледна точка на търсенето. По отношение на алтернативните предприятия също няма съществени промени в цените за достъп, които да наложат изключването на този достъп от продуктовия пазар. Част от предприятията не разграничават вида на достъпа при определяне на цената на услугата. Обикновено цената за месечен абонамент се влияе от обема на включения трафик в абонамента. При други е видно от ценовите листи, че таксите за IP-базирания достъп не се различават от тези за аналоговия²².

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 географски номера, и IP-базираният достъп са достатъчно взаимозаменяеми и следва да се включат в един пазар на достъп.

По отношение на взаимозаменяемостта 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. КРС поддържа становището си от предходния кръг на пазарен анализ, 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).

В резултат на изследваната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането на услуги, относими към разглеждания пазар, и отчитането на националните особености при предоставянето на достъп в определено местоположение за осъществяване на входящи и изходящи повиквания, КРС стигна до извода, че продуктовия обхват на разглеждания пазар включва следните видове достъп, които са дефинирани на основата на интерфейса, предоставян в крайна точка на мрежата, независимо от използваната мрежова технология:

²²http://www.goldtelecom.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=117&lang=bg
<http://net1.bg/Общи%20условия;>

- Аналогов (PSTN) достъп;
- Цифров (ISDN) достъп;
- IP-базиран достъп;
- Достъп чрез обществена наземна мобилна мрежа и географски номера.

2.1.2. Взаимозаменяемост между услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

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 пазар²³. Тези две услуги следва да бъдат разгледани не само от гледна точка на техните характеристики и предназначение, но и от гледна точка на тяхното потребление.

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

През последните години, развитието на пазара на гласови телефонни услуги доведе до предлагането на абонаментни планове, включващи голям обем минути. По този начин трафикът, включен в месечния абонамент и изговорен от абоната, не се таксува отделно. Данните за периода 2012 – 2015 г. показват, че в края на 2015 г. едва 4,5% от абонатите на фиксирана телефонна услуга ползват абонаментни планове за фиксирана телефонна услуга (като самостоятелна услуга), които не включват минути за телефонни разговори, при 5,9% през 2012 г. Броят на тези абонати намалява и в абсолютна стойност с 33,0% за разглеждания период. Едновременно с това намалява и обемът на трафика, изговорен извън абонамента, не само като относителен дял към общия обем генериран трафик – от 37,5% през 2012 г. на 23,8% през 2015 г., но и в абсолютна стойност – с 58,5% за периода. При всички случаи обаче, за да осъществява или приема повиквания, крайният потребител се нуждае от достъп до обществена телефонна мрежа. От друга страна е безпредметно абонатът да ползва услугата достъп ако не прави и/или не получава телефонни повиквания. Ценовото сравнение на двете услуги няма практически смисъл, тъй като при услугата достъп абонатът заплаща предварително определена, фиксирана сума за инсталация и поддръжка на линията, а при повикванията основно се таксува потреблението и се заплаща по цена на минута генериран трафик в зависимост от направленията.

Предвид изложеното по-горе и 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 взаимнодопълващи се, а не като взаимозаменяеми.

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането

От гледна точка на предлагането КРС поддържа извода от предходния кръг на пазарен анализ, а именно че е налице липса на взаимозаменяемост между двете разглеждани услуги. Въпреки, че услугата „избор на оператор“ не е популярна, както

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

сред потребителите, така и сред доставчиците в България, теоретично 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.

2.1.3. Взаимозаменяемост между услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и за мобилен достъп, предоставян чрез негеографски номера от ННП за достъп до мобилни наземни мрежи

По отношение на взаимозаменяемостта между тези два вида достъп в Разяснителната бележка²⁴ към Препоръката за съответните пазари от 2014 г. ЕК отбелязва, че въпреки че чрез мобилните мрежи може до голяма степен да се репликират оферти, предоставяни чрез достъп в определено местоположение, двата вида достъп понастоящем не се считат за взаимозаменяеми от НРО на повечето държави-членки на ЕС. Предвид, че по-голямата част от потребителите на гласови телефонни услуги на ниво ЕС ползват едновременно достъп в определено местоположение и мобилен достъп до гласови телефонни услуги, тези услуги биха могли да се разглеждат по-скоро като взаимнодопълващи, се отколкото като взаимозаменяеми. В подкрепа на това са данните от последното към момента извършено проучване на Eurobarometer, публикувано през май 2016 г.²⁵, относно относителния дял на домакинствата в страната, които използват фиксирана и/или мобилна гласова услуга. От представените данни е видно, че към месец октомври 2015 г. за 34% от домакинствата фиксираната и мобилната гласова услуга не са взаимозаменяеми, а взаимно допълващи се, тъй като ги използват заедно.

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

Както вече нееднократно е посочвано в предходните кръгове на пазарен анализ, основната характеристика, която разграничава фиксираната от мобилната телефонни услуги е мобилността. Тази характеристика осигурява на потребителя изграждане, провеждане и прекратяване на телефонни разговори при движение, както и непрекъсваемост на връзката при преминаването му по време на разговор от зоната на покритие на една базова станция към зоната на покритие на друга базова станция. 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. 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

²⁴ Разяснителната бележка към Препоръката за съответните пазари, стр.21

²⁵ Special Eurobarometer 438, „E-Communications and Telecom Single Market Household Survey”: http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-22/sp438_eb84_2_ecomm_summary_en_15829.pdf

предпочетат да я заменят с фиксирана такава при относително малко, но трайно повишаване на цената на мобилната услуга, докато противоположният вариант е възможен. Тоест, направеният във втори кръг на анализ извод, че между достъпа до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и мобилния достъп е налице асиметрична взаимозаменяемост, остава в сила.

Данните за потреблението на тези услуги, измерено от гледна точка на изчислените показатели за фиксирана и мобилна плътност по население и домакинства сочат, че подобно на предходния кръг на пазарен анализ и в периода на настоящия (2012 – 2015 г.) двете услуги не се възприемат от потребителите като взаимозаменяеми.

Видно от информацията, представена на фигура 6 от Раздел II, фиксираната телефонна плътност, изчислена на база население и домакинства, следва трайна тенденция на намаление. Едновременно с това мобилната телефонна плътност, изчислена на база население, въпреки отчетения спад, продължава да е висока (между 148,0% и 128,5% в периода 2012 – 2015 г.). В допълнение, по данни за 2015 г., 69,9% от абонатите на фиксирана телефонна услуга, включена в пакет с друга електронна съобщителна услуга, ползват пакета фиксирана и мобилна гласова телефонна услуга (фигура 10). Следователно, може да се направи извода, че тези две услуги не се възприемат като изцяло взаимозаменяеми от потребителите.

В резултат на изложеното по-горе понастоящем КРС поддържа своето заключение от предходния кръг на пазарен анализ, че двете услуги не принадлежат на един пазар, тъй като, видно от данните, част от потребителите ползват и двете услуги едновременно и е малко вероятно потребителите на мобилни услуги да се откажат от уникалните характеристики на мобилния достъп и да предпочетат да го заменят с достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение при относително малко, но трайно повишаване на цената на мобилната услуга.

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането

Както беше описано по-горе, предприятията, притежаващи мобилна наземна мрежа, биха могли да 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 от ННП, не е налице достатъчна взаимозаменяемост по отношение на ползването на гласова телефонна услуга.

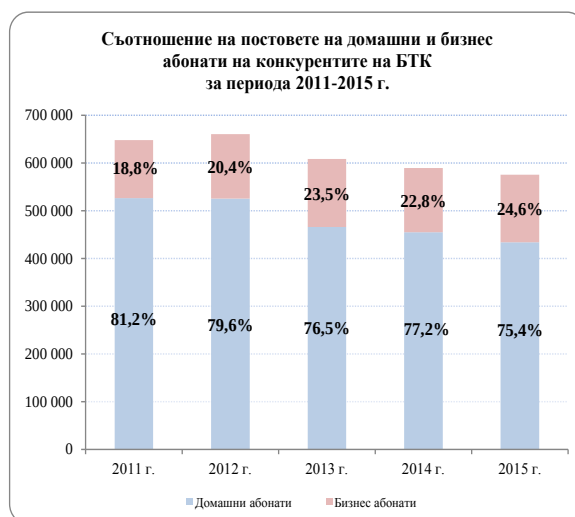
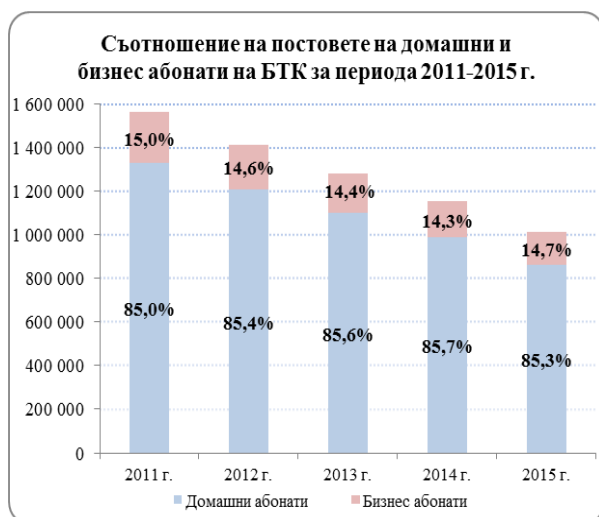
Въз основа на изследваната взаимозаменяемост от гледна точка на търсенето и предлагането КРС счита, че услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставяни чрез географски номера от ННП, и услугите за достъп до обществени мобилни наземни мрежи, предоставяни чрез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

2.1.4. Взаимозаменяемост между услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставян на домашни потребители, и за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, предоставян на бизнес потребители

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., при втория кръг на пазарен анализ 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 в рамките на един пазар.

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

Данните, предоставени от предприятията сочат, че за периода на настоящия анализ (2012 – 2015 г.) разпределението на постове на домашни и бизнес абонати на БТК и на конкурентите му не е претърпяло значително изменение в сравнение с предходния кръг на анализа.



Забележка: Данните за 2011 г. са актуализирани след провеждането на предходния кръг на пазарен анализ.

Източник: Данни, подадени в КРС

Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 18

Фигура 19

Видно от фигура 18, съотношението между фиксираните телефонни постове на домашни и бизнес абонати на БТК се запазва почти непроменено поради намалението в броя на постове и при двете групи потребители с приблизително еднакви темпове. Постове на бизнес абонатите на конкурентните на БТК предприятия нарастват плавно, но незначително с 4,2 процентни пункта в периода 2012 – 2015 г. (от 20,4% на 24,6%).

От информацията, представена в Приложение 1, е видно, че цената за месечен абонамент преобладаващо отчита обема на включените минути трафик, а не толкова вида на абоната. Налични са множество планове със сходни цени за домашни и бизнес потребители, а част от предприятията предлагат еднакви цени за домашни и бизнес

абонати. Предвид това, КРС поддържа мнението си от втория кръг на пазарен анализ, че от гледна точка на търсенето за разглеждания пазар, услугите за достъп за бизнес потребителите могат да бъдат разглеждани като взаимозаменяеми с тези за домашни потребители.

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането

По данни, подадени от предприятията, през 2015 г. от 22 предприятия, предоставящи достъп на крайни потребители, едва 3 имат само бизнес абонати, т.е. основната част от доставчиците на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение предлагат услугата и на двата вида потребители. Достъпът до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за бизнес потребители и 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 пазар, 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 включат в един пазар.

Въз основа на изложеното по-горе КРС счита, 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.

В допълнение КРС поддържа становището си от предходния кръг на пазарен анализ, че фиксираната телефонна услуга, включена в пакет с друга електронна съобщителна услуга, следва да се разглежда като част от обхвата на разглеждания пазар. Както вече беше посочено, предлагането на пакетни услуги с отстъпки от цените за достъп (месечен абонамент и инсталационна такса) е широко използван похват за привличане на абонати на фиксирана телефонна услуга. Функционалните характеристики и качеството на услугата не би следвало да се различават в зависимост от това дали тя се ползва като самостоятелна услуга или е обвързана в пакет. От гледна точка на цената, обаче, 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, особено ако се сравняват цените за достъп на самостоятелната услуга и общата цена на пакета. Но при евентуално трайно увеличение на цената за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, ползвана като самостоятелна услуга (с между 5% и 10% съгласно теста на хипотетичния монополист), абонатите на услугата биха могли лесно да я комбинират с друга електронна съобщителна услуга и да я ползват в пакет, тъй като при закупуването на услуги в пакет обичайно се ползва отстъпка.

2.2. Определяне на 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.

Регулаторът счита, че в периода след края на втория кръг на пазарен анализ не са настъпили промени по отношение на посочените по-горе критерии, които да наложат определяне на географски пазар, различен от национален. Историческото предприятие и основните му конкуренти експлоатират мрежи с национален обхват, а законовите и регулаторните изисквания за предоставяне на разглежданата услуга²⁶ се отнасят до предоставянето на услугата на цялата територия на Република България. Цените на услугите за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и условията, при които те се предоставят (общи условия за предоставяне на фиксирана телефонна услуга), са унифицирани на национално ниво и не зависят от обхвата и покритието на мрежите на отделните предприятия.

Вземайки предвид нормативните разпоредби и отчитайки националните условия за предоставяне на услугата достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, КРС определя територията на Република България за географски обхват на разглеждания пазар.

2.3. Заключение

В резултат на изследваната взаимозаменяемост на различните видове достъп до обществена телефонна мрежа, предоставян 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 (PSTN) 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 продуктов пазар е територията на Република България.

3. Пазари на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение

През 2013 г. КРС извърши втори кръг на анализ на пазарите на дребно на обществено достъпни (национални и международни) телефонни услуги в определено местоположение. Приложеният тест на трите критерия установи, че въпреки

²⁶ 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.

намаляващото влияние на структурните бариери за навлизане на разглежданите пазари, критериите са изпълнени и следователно пазарите подлежат на *ex ante* регулиране, независимо че същите не присъстват в списъка на съответните пазари, подлежащи на *ex ante* регулиране, от Препоръката за съответните пазари от 2007 г.

В съответствие с посоченото в т. 1. от настоящия раздел КРС прави преглед на услугите, включени в дефиницията на пазарите на дребно за обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, приета при втория кръг на пазарни анализи, с цел да се оцени доколко тя е актуална към момента, както и дали през разглеждания период 2012 – 2015 г. не са настъпили промени в пазарните условия, които да наложат изменение на тази дефиниция.

3.1. Определяне на продуктов пазар

Определянето на пазара, както беше посочено по-горе, е свързано с идентифицирането на продуктите и/или услугите, които се конкурират на един и същи пазар. При определянето се 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 търсенето и предлагането на следните видове услуги, като отчита тенденциите, установени в периода 2012 – 2015 г.:

- обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа;
- 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.

При провеждане на втори кръг на анализ на пазарите на дребно на обществено достъпни (национални и международни) телефонни услуги в определено местоположение беше изследвана и взаимозаменяемостта между обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мрежа за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA). КРС счита, че няма основания да извършва анализ на тази взаимозаменяемост, поради факта, че е преустановено предоставяне на гласови телефонни услуги чрез мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA) (виж по-горе).

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

В предходния (втори) кръг на анализа КРС изследва взаимозаменяемостта при търсенето и предлагането между обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа. Резултатите от направеното изследване установиха, че тези услуги не принадлежат към един пазар. Направените заключения при предходния пазарен анализ, обхващащ периода 2009 – 2011 г., са валидни и за разглеждания в настоящия анализ период (2012 – 2015 г.), поради следните причини:

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

В Разяснителната бележка към действащата Препоръка за съответните пазари ЕК посочва, че в разглеждания в препоръката период на ниво ЕС не се предвижда фиксираната и мобилната взаимозаменяемост да бъде достатъчно висока, за да оправдае идентифицирането на комбиниран пазар на услуги за достъп. Посочва се също, че при установяване на подобна взаимозаменяемост същата ще бъде установена и на пазара на повиквания и крайните потребители най-вероятно ще се откажат от абонамента за фиксиран глас²⁷. В допълнение ЕК отбелязва, че съществуват големи разлики между държавите-членки и фиксираното проникване е индикатор, който се нуждае от оценка, когато се извършва пазарен анализ на национално ниво (виж по-горе).

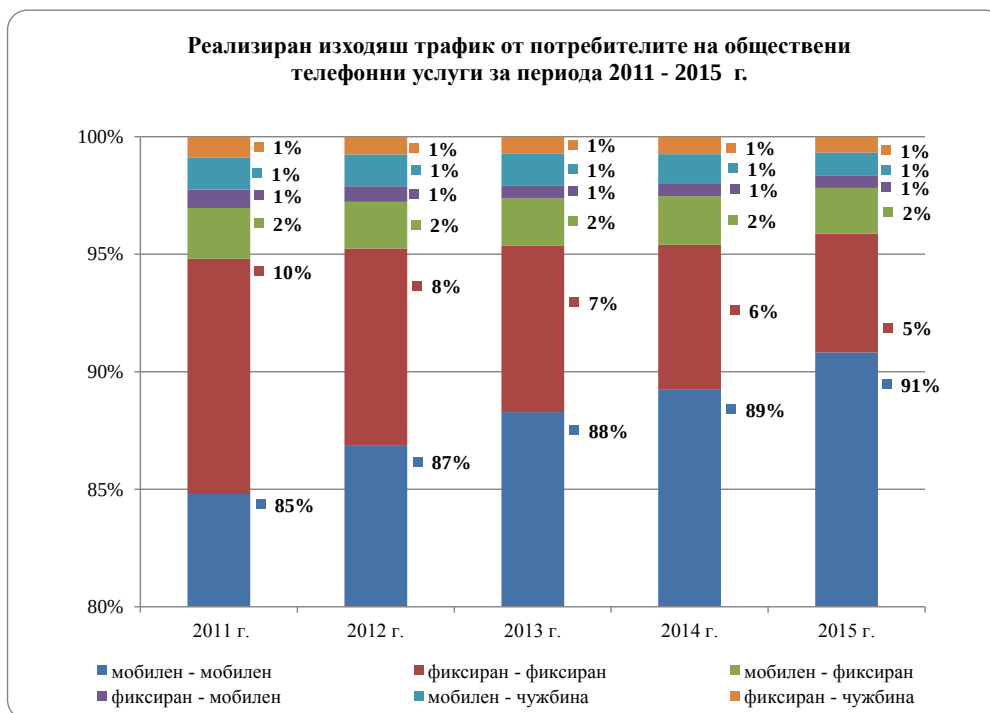
Фиксираната и мобилната телефонна услуга от потребителска гледна точка имат много общи характеристики, свързани с възможността за осъществяване и приемане на повиквания. Основната функция, която продължава да ги разграничава, е мобилността. Все още взаимозаменяемостта между двете услуги (телефонните услуги, предоставяни в определено местоположение и тези, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа) е асиметрична, тъй като същата се наблюдава само в едната посока – много малко вероятно е потребител на мобилни услуги да се откаже от уникалните характеристики на мобилната услуга и да предпочете да я замени с фиксирана такава, докато противоположният вариант е възможен.

Данните, с които КРС разполага за реализирания изходящ трафик от потребителите на обществени телефонни услуги за периода 2011 – 2015 г. (фигура 20), както и данните за броя на абонатите на пакетни услуги, включващи едновременно фиксиран и мобилен глас, за същия период (фигура 21), потвърждават направения извод при втория кръг на анализа, че телефонните услуги, предоставяни в определено местоположение, и тези, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа, са по-скоро допълващи се, отколкото взаимозаменяеми.

Представената на долната графика информация за реализирания гласов трафик от потребителите на обществени телефонни услуги в България за периода 2011 – 2015 г. показва, че относителните дялове на трафика от фиксирани мрежи към мрежи извън страната, от фиксирани мрежи към мобилни мрежи, от мобилни мрежи към мрежи извън страната и от мобилни към фиксирани мрежи се запазват непроменени през разглеждания в анализа период (2012 – 2015 г.). Данните за относителните дялове на

²⁷ Разяснителната бележка към Препоръката за съответните пазари от 2014 г., стр.25

изброените направления трафик не са променени спрямо предишния кръг на пазарен анализ²⁸.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 20

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 втория кръг на анализ на пазарите на дребно. Трафикът от фиксирана към фиксирана мрежа, за разлика от предишния кръг на анализа, в разглеждания период (2012 – 2015 г.) намалява с по-бързи темпове. Основната причина за това е естественото развитие на фиксираната гласова услуга, като цяло, която е достигнала етапа на „зрялост“. КРС счита, че друга причина за тази тенденция е все още наличие на потребители и на двете услуги (фиксирана и мобилна), които предпочитат да комуникират посредством мобилните си телефони, отколкото да осъществяват повиквания от фиксирана към мобилна мрежа.

На следващата графика (фигура 21) е представена информация за броя на абонатите на пакетни услуги, включващи едновременно фиксирана и мобилна гласова телефонни услуги, за периода 2011 – 2015 г.

²⁸ Приложение към Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС, стр. 120



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 21

През 2015 г. броят на абонатите на пакетни услуги, включващи едновременно фиксирана и мобилна гласови услуги, е близо 400 хил. или с 2,9% по-малко спрямо 2012 г. Въпреки отчетеното намаление за целия анализиран период (2012 – 2015 г.), през последните три години (2013 – 2015 г.) броят на тези абонати е нараснал с 11,2%. КРС счита, че тази тенденция се дължи на факта, че по-голяма част от потребителите на гласови услуги възприемат фиксираната гласова услуга и мобилната гласова услуга като допълващи се, а не взаимозаменяеми.

В таблица 6 по-долу е представена информация за средните цени на минута разговор по видове направления²⁹.

Таблица 6

Вид трафик - ФИКСИРАН	средна цена за повиквания (в лв./мин.) през 2015 г.	Вид трафик - МОБИЛЕН	средна цена за повиквания (в лв./мин.) през 2015 г.
в рамките на дадена фиксирана мрежа	0,061	в рамките на дадена мобилна мрежа	0,097
от фиксирана мрежа към друга фиксирана мрежа	0,063	от мобилна мрежа към друга мобилна мрежа	0,253
от фиксирана мрежа към мобилна мрежа	0,233	от мобилна мрежа към фиксирана мрежа	0,330
от фиксирана мрежа към мрежа извън страната	0,250	от мобилна мрежа към мрежа извън страната	0,812

Забележка: Средните цени са изчислени като отношение между приходите от абонати за проведени разговори (в лева) към реализирания трафик (в минути), извън абонаментна.

КРС разглежда ценовите равнища на двете услуги, тъй като различните характеристики и установената асиметрична взаимозаменяемост сами по себе си не са

²⁹ Изчисляването на този показател се налага поради наличието на изключително голямо разнообразие от абонаментни планове на участниците на пазара.

достатъчно основание за разглеждането им в различни пазари. Необходимо е да бъде разгледана и реакцията на потребителите към относителната промяна в цените.

От поместените в таблицата данни е видно, че средните цени за повиквания от фиксирана към мобилна мрежа и от мобилна към мобилна мрежа са съпоставими. Ценовите равнища на останалите видове трафик, генериран от фиксирани мрежи, са по-ниски от същите, генерирани от мобилни мрежи. Средната цена за минута трафик от фиксирана към друга фиксирана мрежа е над 5 пъти по-ниска от цената на трафика от мобилна към фиксирана мрежа, а при средните цени на международните повиквания разликата е над 3 пъти. На база на посоченото КРС счита, че при прилагане теста на хипотетичния монополист по отношение на цената на разговори извън включени в абонамента минути от фиксирана мрежа е по-вероятно даден потребител да допълни своя фиксиран достъп с мобилен, отколкото да го замени с него. По този начин този потребител ще оптимизира разходите си за осъществяване на телефонни повиквания (гласови услуги).

В допълнение, както беше посочено в частта за взаимозаменяемостта между достъпа до фиксирана и достъпа до мобилна мрежа, заключението на КРС се потвърждава и от резултатите от проведеното през месец март 2014 г. проучване на Eurobarometer. Данните от проучването показват, че на пазара се наблюдава засилване на взаимозаменяемостта между фиксирана и мобилна гласова услуга, но към октомври 2015 г. за 36% от домакинствата фиксираната и мобилната гласова услуга не са взаимозаменяеми, а допълващи се, тъй като ги използват заедно.

Представената по-горе информация потвърждава направеното от КРС заключение при втория кръг на пазарен анализ, 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 упражняват конкурентен натиск.

По отношение на взаимозаменяемостта 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, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа, без значителни допълнителни разходи.

През 2015 г. четири³⁰ предприятия осъществяват дейност по предоставяне на мобилни гласови услуги. Три³¹ от тях осъществят дейност и по предоставяне на обществени телефонни услуги в определено местоположение, като за целта използват мобилните си мрежи³². Четвъртото³³ предприятие също има предоставен ограничен ресурс – географски номера от ННП за осъществяване на обществени телефонни услуги в определено местоположение. 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 сравнително кратък период от време. В обратния случай, предприятие, предоставящо фиксирана телефонна услуга, е по-малко вероятно да започне да предоставя мобилна гласова

³⁰ БТК, МОБИЛТЕЛ, МАКС ТЕЛЕКОМ, ТЕЛЕНОР

³¹ БТК, МОБИЛТЕЛ, ТЕЛЕНОР

³² Едно предприятие предоставя услугата само чрез мобилната си мрежа. Две предприятия предоставят услугата чрез мобилната си мрежа и чрез обикновени абонатни линии

³³ МАКС ТЕЛЕКОМ

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.

Въз основа на горното КРС стига до заключението, че от гледна точка на предлагането през разглеждания период (2012 – 2015 г.) продължава да е налице недостатъчна взаимозаменяемост между двата вида обществено достъпни телефонни услуги.

Въз основа на изследваната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането между обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни чрез мобилна наземна мрежа, КРС счита че тези услуги не принадлежат към един пазар.

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

При втория кръг на пазарен анализ, КРС направи извода, че IP-базираният достъп 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. Въз основа на споменатото заключение, при предходния кръг на анализа (2009 – 2011 г.) бе изследвана взаимозаменяемостта между неуправляемите VoIP услуги и телефонните услуги с гарантирано качество по отношение на търсенето и предлагането. Изводите от това изследване³⁴ са валидни и за разглеждания в настоящия анализ период (2012 – 2015 г.), а именно:

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

Няма промяна във функционалните характеристики на неуправляемите VoIP услуги, за да могат те да бъдат считани като алтернатива на телефонната услуга с гарантирано качество. Неуправляемите VoIP услуги не се свързват с определено местоположение и за тяхното предоставяне не се използват номера от ННП. Макар през последните години тяхното качество да се подобрява, то все още не е гарантирано, както и не е гарантирана и сигурността на връзката.

Предвид горното КРС поддържа направения извод при втория кръг на пазарен анализ, а именно, че неуправляемите VoIP услуги не са взаимозаменяеми с телефонната услуга с гарантирано качество.

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането

КРС потвърждава направения извод при предходния кръг на пазарен анализ, че по отношение на двата вида услуги е налице недостатъчна взаимозаменяемост³⁵, тъй като предприятие, което предоставя само неуправляеми VoIP услуги, не би имало достатъчен стимул да навлезе на пазара на фиксирани телефонни услуги, вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на последните от хипотетичния монополист. На такова предприятие ще са му необходими инвестиции, за да осигури качество на услугата в съответствие с изискванията за предоставяне на обществена

³⁴ Приложение към Решение 195/14.03.2013 г. на КРС, стр. 123-124

³⁵ Приложение към Решение 195/14.03.2013 г. на КРС, стр. 123-124

телефонна услуга, както и разходи за закупуването на ограничен ресурс – номера от ННП. От друга страна предприятията, предоставящи обществена телефонна услуга чрез IP-базиран достъп, могат в кратък срок да започнат да предоставят неуправляеми VoIP услуги вследствие на малко (5 – 10%), но трайно увеличение на цената на същите.

Въз основа на изложеното по-горе КРС счита, че не е налице взаимозаменяемост между обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение и неуправляемите VoIP услуги и те не следва да бъдат отнесени към един и същ пазар.

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

При предходния кръг на пазарен анализ³⁶ КРС установи, че повикванията от фиксирана мрежа към географски номера и към негеографски номера са част от един и същи пазар на база ограничената взаимозаменяемост при търсенето и от гледна точка на взаимозаменяемостта при предлагането. КРС направи този извод след като изследва взаимозаменяемостта между повиквания от фиксирана мрежа към географски номера и повиквания към мобилни наземни мрежи. КРС не разгледа случаите на повиквания към други негеографски номера (номера за комутируем достъп до интернет, негеографски номера от типа 700XYZZZ, 800XYZZZ, 90XYTZZZ и кратки номера), поради слабото им използване, което е запазено и през 2015 г. – 2%.

В настоящия кръг на пазарен анализ КРС потвърждава направения извод, че между повиквания от фиксирана мрежа към географски номера и към негеографски номера съществува взаимозаменяемост, поради следните причини:

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

Повикванията към мобилна и повикванията към фиксирана мрежа 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.

Продължава тенденцията от предходния кръг на пазарен анализ за спад в обема на трафика от фиксирани към мобилни мрежи (21,7% за периода 2012 – 2015 г.), което е в подкрепа на наличието на ограничена взаимозаменяемост от страна на търсенето. Това може да се дължи на разликата в цените между повиквания от фиксирана към мобилна мрежа и повиквания от мобилна към друга мобилна мрежа. През разглеждания период се наблюдава голямо разнообразие от тарифни планове, поради което КРС взема предвид средните цени, които са изчислени като отношение между приходите от проведени разговори (в лева) към реализирания трафик извън абонамента (в минути), които са представени в таблица 6 по-горе. Вижда се, че посочените в таблицата цени на повикванията от фиксирана към мобилна мрежа и на цените от мобилна към друга мобилна мрежа са съпоставими. Следва да се отбележи и факта, че в рамките на една и съща мобилна мрежа цената на повикване при някои тарифни планове може да бъде обявена като 0,00 лв. В тази връзка потребители, имащи абонаменти и за двете услуги,

³⁶ Приложение към Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС, стр. 124-126

биха предпочели да осъществяват повиквания към мобилни мрежи от мобилния си телефон.

Вземайки предвид изложеното КРС счита, че от гледна точка на търсенето и през анализирания период не се установява достатъчна взаимозаменяемост между повикванията към географски и повикванията към негеографски номера.

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането

В периода на настоящия анализ не са се променили условията, при които дадено предприятие, предоставящо обществени телефонни услуги в определено местоположение чрез географски номера, може да предостави възможност на абонатите си да осъществяват повиквания към негеографски номера при малко, но трайно увеличение на цената. Това би могло да се осъществи в рамките на кратък период от време чрез подписване на договор за взаимно свързване със съответните предприятия, в мрежите на които следва да се терминират повикванията.

Въз основа на горното КРС потвърждава извода от предишния кръг на пазарния анализ, че от гледна точка на предлагането е налице взаимозаменяемост между повиквания към географски номера и повиквания към негеографски номера.

КРС счита, че въз основа на изследваната взаимозаменяемост между повикванията от фиксирана мрежа към географски номера и повикванията от фиксирана мрежа към негеографски номера и установената ограничена взаимозаменяемост при търсенето и взаимозаменяемостта при предлагането двата вида повиквания следва да са част от един пазар.

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

При предходния кръг на анализ КРС изследва наличието на взаимозаменяемост между обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги по отношение на търсенето и предлагането и стигна до извода, че двете услуги не са взаимозаменяеми³⁷.

КРС потвърждава, че направеният извод, че националните телефонни услуги и международните телефонни услуги не принадлежат към един и същи пазар, е валиден и за периода на настоящия анализ, поради следните причини:

По отношение на взаимозаменяемостта при търсенето

През анализирания период (2012 – 2015 г.) не се наблюдава промяна на начина, по който потребителите възприемат националните и международните телефонни повиквания, а именно, че предназначението на двете услуги е различно, тъй като едните повиквания се терминират в национална, а другите – в международна мрежа. Също така тарифите на националните повиквания, като цяло, продължават да са по-ниски от тарифите на международните повиквания, като последните са групирани в зависимост от дестинацията, за която е предназначено повикването.

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането

³⁷ Приложение към Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС, стр. 126-127

Условията, при които дадено предприятие трябва да започне да предлага национални/международни услуги, при малко, но трайно увеличение на цената на международните/националните телефонни услуги, не са се променили и през разглеждания период на настоящия анализ. Предприятието трябва да гарантира свързаност от край до край чрез взаимно свързване, което е съпроводено с разход на време и би попречило на предприятието да навлезе за кратък период на интересувания го пазар. Също така предприятието трябва да инвестира в изграждане на допълнителна собствена инфраструктура за физическа реализация на международното свързване или наемането/закупуването на услуги на едро, чрез които то да бъде осъществено. Като допълнение, следва да се отбележи, че предприятията, които предоставят национални повиквания на пазара на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, предоставят също и международни повиквания. Малко вероятно е 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.

Въз основа на анализираната взаимозаменяемост при търсенето и предлагането на обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги, КРС счита, че те не принадлежат към един и същ 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

Направеното изследване от КРС при предходния кръг на пазарни анализи относно наличието на взаимозаменяемост между обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на домашни потребители и обществено достъпните телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение на бизнес потребители установи, че двата вида услуги принадлежат към един и същ пазар³⁸.

КРС счита, че и за периода на настоящия анализ на разглежданите пазари съществува взаимозаменяемост между фиксираните телефонни услуги, предоставяни на домашни потребители и фиксираните телефонни услуги, предоставяни на бизнес потребители както при търсенето, така и при предлагането, поради следното:

По отношение взаимозаменяемостта при търсенето

Фиксираните телефонни услуги, предоставяни на домашни и на бизнес потребители, все още са взаимозаменяеми от гледна точка на функционалните си характеристики поради факта, че предприятията ги предоставят чрез една и съща инфраструктура и имат еднакви качествени характеристики. Все още съществува различен маркетингов подход от страна на някои предприятия към двете групи потребители – различни процентни отстъпки и срокове за обслужване, което създава условия за ограничаване степента на взаимозаменяемост при търсенето между фиксираните телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители. КРС продължава да е на мнение, че е въпрос на избор и предпочитание от страна на крайните потребители да станат абонати или на предприятие, което диференцира

³⁸ Приложение към Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС, стр. 127-130

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. В таблица 7 е представена информация за цените по тарифни планове за предоставяне на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение на домашни и бизнес потребители на четирите предприятия с най-високи пазарни дялове, изчислени на база фиксирани телефонни постове.

Цени към 31.12.2015 г., 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 7

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		към собствената мрежа		към други мрежи			
	силен трафик	слаб трафик	силен трафик	слаб трафик	силен трафик	слаб трафик	силен трафик	слаб трафик	силен трафик	слаб трафик	силен трафик	слаб трафик		
БТК														
Стандартен - за домашни потребители	0,015	0,00	0,07	0,00	0,015	0,00	0,07	0,00	0,21	0,17	0,21	0,17		
Стандартен - за бизнес потребители	0,042	0,00	0,042	0,00	0,042				0,125		0,242			
ISDN 30B+D за бизнес потребители	0,042	0,00	0,042	0,00	0,042				0,125		0,242			
МОБИЛТЕЛ														
Мтел домашен телефон S	0,04				0,04				0,21				250 мин. към национални фиксирани и мобилни мрежи	
Бизнес Телефон Basic	0,07				0,09				0,20				50 мин. към всички фиксирани мрежи в страната и международни фиксирани мрежи в Зона 1	
ТЕЛЕНОР														
Home Start	0,008				0,04		0,07		0,27				50 мин. към фиксирани номера от всички национални мрежи и зона 1	
Office Number Plus	0,00				0,042				0,23				1 мобилен номер; 500 мин от фиксирания номер към фиксирани номера от всички национални мрежи и Зона 1 за международни разговори и 100 минути към мобилни номера от мрежата на Telenor на месец	
БЛИЗУУ														
blizoo Talk Free Single	0,00				0,037				0,082				без включени минути	
Blizoo Talk Fix 400 Single	0,00				0,037				0,082				400 мин. към всички фиксирани мрежи в България	
Blizoo Talk All 400 Single	0,00				0,037				0,082				400 мин. към всички фиксирани и мобилни мрежи в България	

Източник: Данни, подадени в КРС

Видно от представената информация, 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 терминираща повикването.

Предоставената информация за цените още веднъж потвърждава направения извод от КРС, че по отношение на взаимозаменяемостта при търсенето различията между двете категории крайни потребители се определят основно от различните им потребности.

По отношение на взаимозаменяемостта при предлагането

През 2015 г. три са предприятията, които предоставят обществена телефонна услуга в определено местоположение единствено на бизнес потребители. Останалата част от активните предприятия предлагат оферти както за бизнес, така и за домашни потребители. Предприятията използват едни и същи съоръжения за реализирането на повикванията, независимо от вида на абоната, който иска да ги осъществи. В тази връзка не съществуват технологични предимства при реализирането на услугата повикване в определено местоположение при предоставянето и на различни категории потребители. КРС счита, че е много вероятно, 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, 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 горното 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 продължават да принадлежат към един пазар, тъй като не е налице промяна по отношение на взаимозаменяемостта между тях, както при търсенето, така и при предлагането.

3.2. Определяне на географски пазар

Съгласно критериите, посочени по-горе 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 над 80% от населените 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 население, като тарифите, на които се предоставя услугата също са унифицирани на национално ниво;

- останалите предприятия предоставят обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение на територията на по-малък брой населени места, но с уеднаквени тарифи, в обхвата на разгърнатите собствени мрежи за достъп.

3.3. Заключение

В резултат на представената информация по-горе и потвърдените изводи, направени при предходния кръг на пазарен анализ относно взаимозаменяемостта между различните видове обществено достъпни телефонни услуги, КРС определя 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.

V. Прилагане на теста на трите критерия

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, още при приемане на Препоръката за съответните пазари от 2007 г. С приемане на Препоръката за съответните пазари от 2014 г. пазарът за достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители също отпадна от този списък.

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.

1. Прилагане на теста на трите критерия по отношение на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение

КРС прилага теста на трите критерия по отношение на този пазар, с цел да оцени доколко развитието на пазара и разпространението на услугата „достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение“ чрез мрежи, различни от традиционната PSTN мрежа на историческото предприятие е повлияло на бариерите за навлизане на разглеждания пазар и развитието на конкуренцията, и съответно дали така определеният пазар подлежи на *ex ante* регулиране.

1.1. 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 на пазара и навлизащите предприятия на пазара, затрудняващи или възпрепятстващи тяхното навлизане на конкретния пазар. Като структурни бариери могат да бъдат разгледани критериите: контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана, наличие на икономии от мащаба и обхвата и наличие на вертикална интеграция. 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.

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

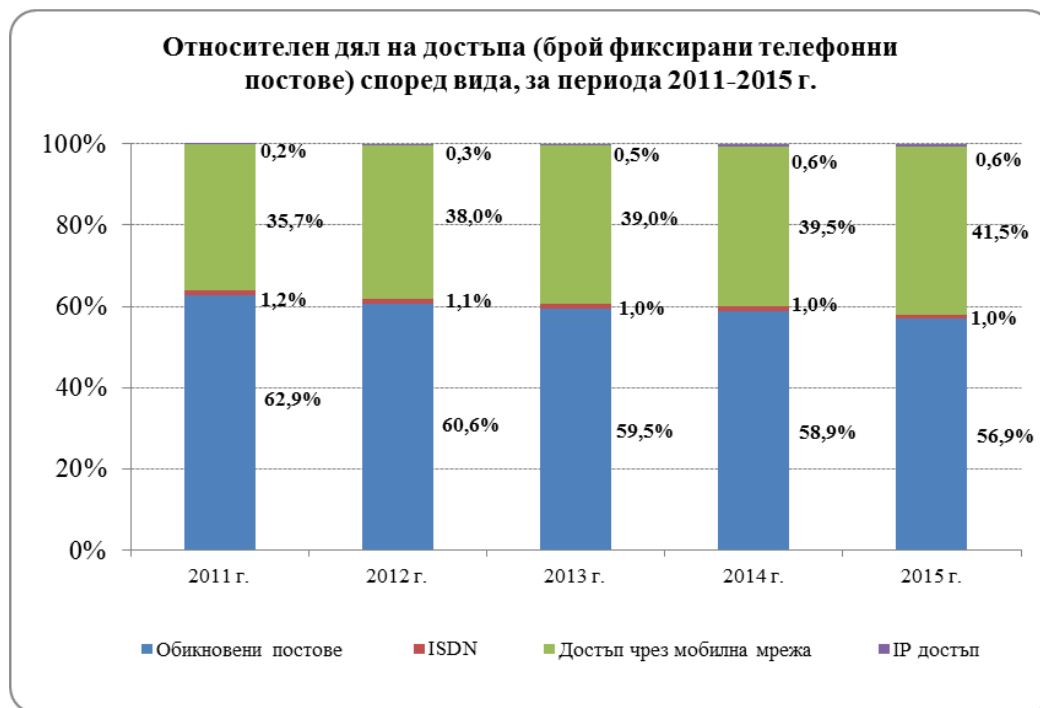
При оценката съгласно критерия контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана, на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, се отчита дали дадено предприятие има право на собственост или контрол върху електронна съобщителна мрежа, за изграждането 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.

Както беше посочено в анализа от предходния кръг и в анализа на свързания пазар на генериране на повиквания от определено местоположение, всяко предприятие, което има желание да навлезе на пазарите на дребно на обществени телефонни услуги, има следните възможности:

- да предоставя на крайните потребители достъп и обществено достъпни телефонни повиквания чрез собствена мрежа за достъп;
- да предоставя обществено достъпни телефонни услуги на крайни потребители чрез мрежата на друго предприятие, използвайки услугите „избор на оператор“, „абонатни линии под наем на едро“ (WLR) или „необвързан достъп до абонатна линия“.

Видно от представената информация в т. 3 от Раздел II, конкурентните на БТК предприятия предоставят услугите достъп и обществено достъпни телефонни повиквания чрез мобилни мрежи (наземни мрежи с ползване на радиочестотен спектър) и мрежи за достъп до интернет.

Предоставянето на достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилна мрежа и географски номера стартира в периода на първия кръг на пазарен анализ и вече е широко разпространено сред абонатите. Видно от фигура 7 от Раздел II, в абсолютна стойност, броят на постове на този вид достъп се запазва относително стабилен в периода 2012 – 2015 г., като относителният му дял към общия брой на фиксираните телефонни постове дори нараства с 3,5 процентни пункта за същия период.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 22

Предоставянето на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение чрез мобилна мрежа освен, че предоставя възможност за предлагането на пакетни и комбинирани услуги, включващи фиксирана телефонна услуга, също така улеснява свързването на абонатите в отдалечените и слабо населени места. В разглеждания период предприятията, които предоставят достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение чрез мобилна мрежа са три – историческото предприятие, МОБИТЕЛ и ТЕЛЕНОР. Освен посочените три активни на този пазар предприятия, още две предприятия (БУЛСАТКОМ и МАКС ТЕЛЕКОМ) имат разрешения за ползване на ограничен ресурс – географски номера и радиочестотен спектър и наземни мрежи с ползване на радиочестотен спектър. В действителност БУЛСАТКОМ започна да предоставя достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение през 2013 г., но не през мобилна наземна мрежа, а през оптичната си мрежа.

По отношение на останалите видове достъп, в периода след предходния кръг на пазарен анализ до края на 2015 г., седем предприятия са стартирали дейност по предоставяне на услуги за достъп и обществени телефонни услуги в определено местоположение на абонати – БУЛСАТКОМ, „ВИМОБАЙЛ“ АД, „ЕСКОМ“ ООД, „КАБЕЛ САТ– ЗАПАД“ ООД, „НЕТ 1“ ЕООД, „ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ ВАРНА“ ЕАД и PREMIUM NET INTERNATIONAL S.R.L. Пет от тези предприятия предоставят и други електронни съобщителни услуги на крайни потребители (като достъп до интернет в определено местоположение и услуги за разпространение на радио- и телевизионни програми) и навлизат на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение след като са започнали да предоставят други услуги на крайни потребители. Видно от подадените от предприятията данни по отношение на предоставяните услуги за крайни абонати и конкретно по отношение на достъпа, през 2015 г. 17 от 22 активни предприятия предоставят на крайните абонати и услуги за достъп до интернет. Във връзка с това е

отчетено и проникването на фиксирания ширококолов достъп до интернет, който оказва влияние върху развитието на пазарите на достъп и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение, тъй като изградения ширококолов достъп до краен абонат би могъл да се използва и за предоставяне на достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение. На фигура 23 е представена информация за проникването на фиксиран ширококолов достъп в България в периода 2011 - 2015 г.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 23

Видно от представеното на фигурата по-горе, при проникването на ширококолов достъп се наблюдава тенденция на плавно нарастване. За периода 2012 – 2015 г. нарастването е с 9,2 процентни пункта при показателя, изчислен на база домакинства и с 4,4 процентни пункта по отношение на показателя, изчислен на база население. Докато при тези два показателя, изчислени по отношение на ширококоловия достъп, се наблюдава ежегоден ръст, при фиксираната телефонна плътност се наблюдава ежегоден спад. В резултат, през 2015 г. показателите за проникването на ширококоловия достъп по население и домакинства са по-високи от същите показатели по отношение на проникването на фиксирана телефонна услуга. Това се дължи на нарастващия брой абонати на ширококолов достъп до интернет при намаляващ брой абонати на фиксирана телефонна услуга. В края на 2015 г., в абсолютна стойност, общият брой на абонатите на фиксиран ширококолов достъп надвишава със 7,6% общия брой абонати на фиксирана телефонна услуга.

От гледна точка на инфраструктурата, предприятие, което няма изградена собствена мрежа за достъп може да навлезе на разглежданите пазари като ползва мрежа на друго предприятие чрез услугите на едро „избор на оператор“ (CS) и „отдаване на абонатна линия под наем на едро“ (WLR). Видно от таблица 2 от Раздел II, в периода 2012 – 2015 г. броят на предприятията, предоставящи услугата „избор на оператор“ на

крайни потребители, е съответно: 4 броя през 2012 г., 3 броя през 2013 г., 4 броя през 2014 г. и 2 броя през 2015 г. Следва да се отбележи, че двете предприятия, които предоставят достъп до обществена телефонна услуга чрез услугата „избор на оператор“ през 2015 г., предоставят достъп до услугата на крайни потребители и чрез собствени мрежи.

В разглеждания период нито едно предприятие не се е възползвало от възможността за предоставяне на достъп на дребно до обществени телефонни услуги в определено местоположение чрез наемане на абонатни линии на едро (WLR) или чрез закупуване на необвързан достъп до абонатна линия.

С оглед на горепосоченото КРС счита, че значението на исторически изградената мрежа за достъп на БТК (на базата на усукана метална двойка) като бариера за навлизане и разширяване на пазара е намаляло, вследствие на стартиране на услугата чрез мобилни наземни мрежи, както и в резултат от появата на мрежи за достъп до интернет с национално покритие (през 2015 г. такива са мрежите на БЛИЗУ и БУЛСАТКОМ).

1.1.2. Наличие на 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 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 икономиите 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.

Наличие на предприятие, което се възползва от значителни икономии от обхвата и мащаба на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение, може да представлява значителна бариера за навлизане на пазара за новонавлизащите предприятия, особено когато условията на този пазар се характеризират с недостатъчно търсене.

По отношение на тези критерии КРС е на мнение, че в резултат от развитието на пазара в периода след втория кръг на пазарен анализ, изразяващо се във все по-засиленото предлагане на няколко услуги през една мрежа, включително и фиксирана телефонна услуга през мобилна мрежа, реализирането на икономии от мащаба и обхвата вече не дават съществено конкурентно предимство на историческото предприятие на разглеждания пазар. Загубата на пазарен дял от страна на БТК на пазара на достъп в определено местоположение се дължи както на отчетения спад в търсенето на фиксирани гласови услуги в страната, така и на това, че конкурентните предприятия все по-успешно се позиционират на пазара и засилват конкурентния си натиск върху историческото предприятие. Това води до отслабване на позициите на историческото предприятие на пазара, свързани с извличане на ползи от икономии от мащаба и обхвата. Следва да се отбележи също, че МОБИЛТЕЛ и ТЕЛЕНОР също са в позиции да реализират съществени икономии от мащаба и обхвата. От икономии от мащаба и обхвата, разбира се в по-малка степен, биха могли да се възползват и преобладаващата част от останалите конкуренти на пазара, тъй като от една страна те

предоставят повече от една услуга през мрежите си (виж. т. 1.2.2.), а от друга страна имат възможност да се възползват от ефекта, свързан със съкращаване на разходите за единица продукт, предвид че обичайно изграждат мрежи и предлагат услуги предимно в големи гъсто населени градове и села.

Предвид изложеното по-горе, КРС е на мнение, че понастоящем позицията на БТК на пазара на достъп в определено местоположение е отслабнала и констатираните при предходния пазарен анализ икономии от мащаба и обхвата на предприятието не представляват сериозна бариера за навлизане на съответния пазар.

1.1.3. Наличие на вертикална интеграция

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.

От представените по-горе данни, както и от анализа на пазара на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи е видно, че на вертикално свързания пазар търсенето на услугата „избор на оператор“ на практика е сведено до минимум, тъй като конкурентните предприятия предпочитат да изграждат свои собствени мрежи за достъп до крайните потребители. Следователно, в резултат на развитието на пазара наличието на вертикална интеграция вече не представлява бариера за навлизане на пазара.

1.1.4. Правни и регулаторни бариери за навлизане на пазара

Съгласно чл. 14, ал. 2 от Методиката, правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара са тези, които не се основават на икономически 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. Такива бариери могат да бъдат затруднения достъп до индивидуално определен ограничен ресурс – географски номера или налагане на регулаторни мерки, свързани с предоставяне на достъп до инфраструктура и цени, както и липсата на такива мерки.

ЕК посочва, че пример за правна или регулаторна бариера, която възпрепятства или пречи на навлизането на даден пазар е ограничението за броя на предприятията, които имат достъп до радиочестотен спектър или цените, или други мерки, свързани с цените, наложени на предприятията, които влияят не само върху навлизането, но и върху позиционирането на предприятията на пазара.

В предходния кръг на пазарен анализ КРС отчете, че въпреки намаляване на значението на правните и регулаторните бариери на този пазар, те съществуват поради разрешителния режим за ползване на ограничен ресурс – географски номера.

В периода след предходния кръг на анализ, са предприети съответни регулаторни мерки от страна на КРС, които подробно са описани в Приложението към Решение № 356/23.06.2016 г. на КРС (виж т. 4.1.2. от раздел V) при изследване на теста на трите критерия, за наличие на правните и регулаторни бариери, на пазара на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи. Най-общо те се изразяват в:

- промени в начина на номеронабиране на географски номера в Република България, приемане на ново типово Разрешение за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс, с което се осигури достатъчен ресурс от географски номера във всички региони за всяко предприятие, което желае да предоставя фиксирана телефонна услуга;

- изменение на 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 през 2012 г., с което се регламентира възможността предприятията, които ползват първично предоставени номера от ННП да предоставят вторично групи от номера на предприятия, които са уведомили КРС за намерението си да осъществяват дейност по препродажба на услугите, предоставяни чрез съответните номера;

- изменението на Функционалните спецификации за преносимост на географски номера при промяна на доставчика на фиксирана телефонна услуга и/или при промяна на адреса в рамките на един национален код за направление, с което се отменя изискването предприятията да имат предоставени номера за кода на населеното място, в което ще се реализира преносимостта.

Регулаторните мерки по отношение на свързаните пазари на терминиране във фиксирани и мобилни мрежи (задължения за предоставяне на достъп до мрежата и ценови задължения) в действителност намаляват бариерите за навлизане на пазара, тъй като гарантират взаимно свързване на мрежата на новонавлизащото предприятие с предприятията, които са действащи на тези пазари.

В заключение, с оглед на горепосоченото, КРС счита, че на разглеждания пазар не са налице структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на него, които да възпрепятстват конкуренцията.

1.2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията

Анализът на втория критерий изисква да се изследва дали, дори при наличието на високи и непреходни бариери за навлизане, в рамките на бъдещ период до две години, пазарът на достъп до обществени телефонни мрежи, предоставян в определено местоположение на домашни и бизнес потребители не клони към ефективна конкуренция. Въпреки, че по-горе е установено, че на разглеждания пазар не съществуват бариери за навлизане, които да навредят на конкуренцията, КРС разглежда и втория критерий, тъй като той има отношение към възможностите на историческото предприятие да реализира икономии от обхвата и мащаба, които биха представлявали структурна бариера за навлизане на пазара. В рамките на втория критерий регулаторът разглежда както изменението на пазарния дял на историческото предприятие, така и характеристиките на пазара и тенденциите за неговото развитие.

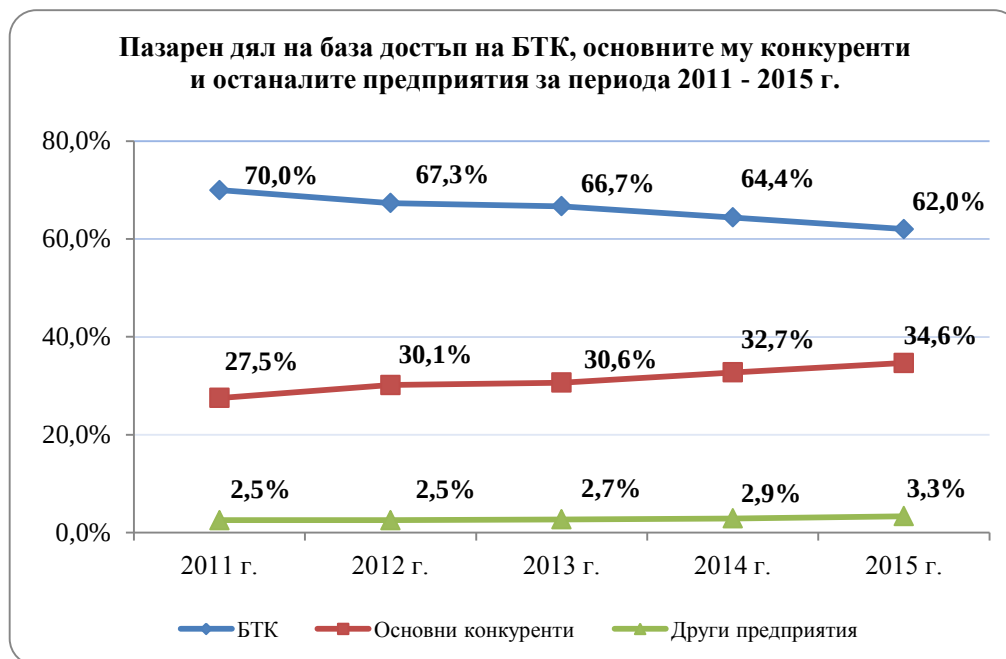
1.2.1. Динамика на пазарните дялове

За целите на анализа на определения пазар, КРС следва подходът, от предходните кръгове на пазарни анализи, като изчислява пазарните дялове въз основа на показателя „достъп до обществена телефонна мрежа”³⁹ и въз основа на

³⁹ При показателя „достъп до обществена телефонна мрежа” се отчитат броя на задействаните гласови канали или броя на потребителите. Една телефонна линия с ISDN BRA (основен) достъп притежава 2 В-канала със скорост 64kbit/s, при ISDN PRA (първичен) достъп каналите със скорост 64kbit/s са 30 на брой. При обикновените телефонни линии броят на телефонните постове

реализираните приходи от инсталационни такси, месечни абонаменти, включително частта на приходите от абонамент за достъп до обществена телефонна услуга, включена в пакет с други електронни съобщителни услуги.

На фигурата по-долу са представени пазарните дялове на историческото предприятие, на основните му конкуренти на разглеждания пазар (БЛИЗУ, МОБИЛТЕЛ и ТЕЛЕНОР) и на останалите участници на пазара (предприятия с индивидуални пазарни дялове под 5,0%, изчислени на база достъп).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 24

Видно от представеното, в периода 2012 – 2015 г., пазарният дял на историческото предприятие следва трайна и плавна тенденция на намаление. Въпреки че спадът е с 5,3 процентни пункта в разглеждания период, в абсолютна стойност намалението на броя на достъпите на БТК е съществено – с 28,0%. Запазването на пазарен дял от над 50% се дължи до голяма степен на обстоятелството, че спадът на този показател при БТК е съпроводен и с намаление на общия брой на достъпите на всички участници на пазара (21,9%).

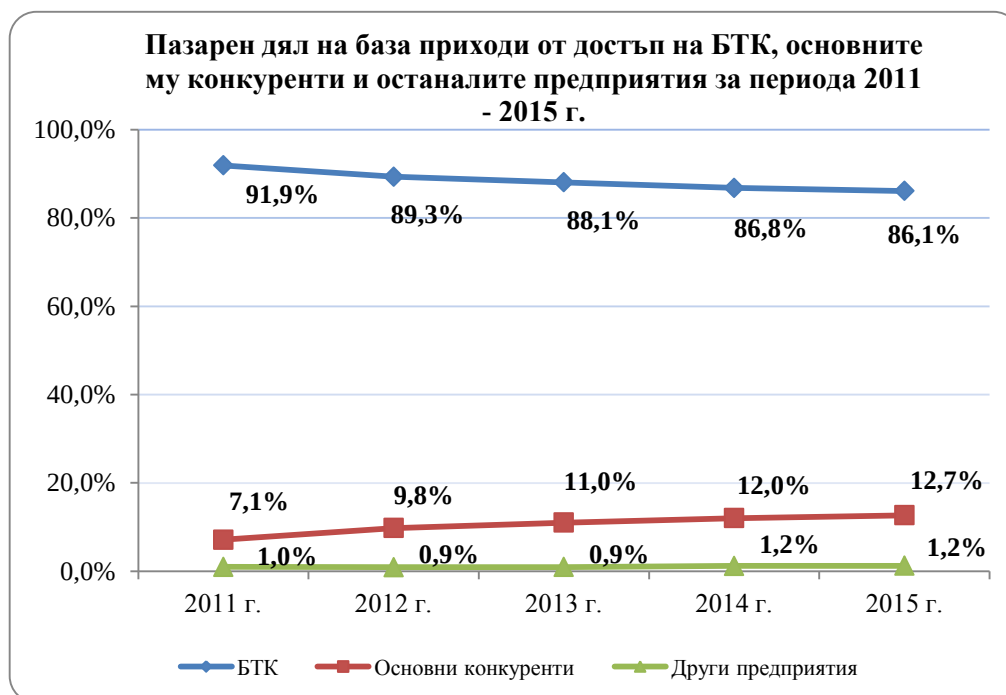
При разглеждане на изменението на пазарния дял на историческото предприятие би следвало да се отчете и факта, че той е доставчик на универсална услуга предвид, че абонатите на плановите, включени в обхвата на универсалната услуга ползват достъп до мрежата на БТК на по-ниски цени⁴⁰ в сравнение с останалите абонати, техният брой намалява сравнително по-бавно – с 9,8% за периода 2012 – 2015 г. при намаление от 28,6% при общия брой на домашните абонати. Делът на абонатите на плановите

съответства на броя на телефонните канали. При IP базирания достъп се отчитат броя потребители, които едновременно могат да използват една IP базирана линия.

⁴⁰ Месечният абонамент за план „Ограничен“ е 3,10 лв. без ДДС (включени 20 минути за селищни разговори), за план „Инвалиди 160“ – 1,50 лв. без ДДС (включени 160 минути за селищни разговори), а за план „Инвалиди 300“ – 6,50 лв. (включени 300 минути за селищни и междуселищни разговори). Цените са определени в съответствие с Методика за определяне на цените и ценовите пакети на универсалната услуга.

„Ограничен“, „Инвалиди 160“ и „Инвалиди 300“ за разглеждания период съставлява между 27,6% през 2012 г. и 34,9% през 2015 г. от общият брой на домашните абонати на предприятието.

Предвид факта, че в месечния абонамент на голяма част от плановите са включени значително количество минути и поради невъзможност да се отдели частта на приходите само от достъп, КРС счита, че този индикатор не отразява точно състоянието на пазара на достъп. Данните сочат, че през 2015 г. 76,2% от изходящия трафик е трафик, включен в абонамента, т.е. абонатите са го платили в рамките на месечната абонаментна такса (виж фигура 16 от раздел II). Въпреки това и при този показател се наблюдава тенденция за намаление на пазарния дял на историческото предприятие.



Източник: Данни, подадени в КРС

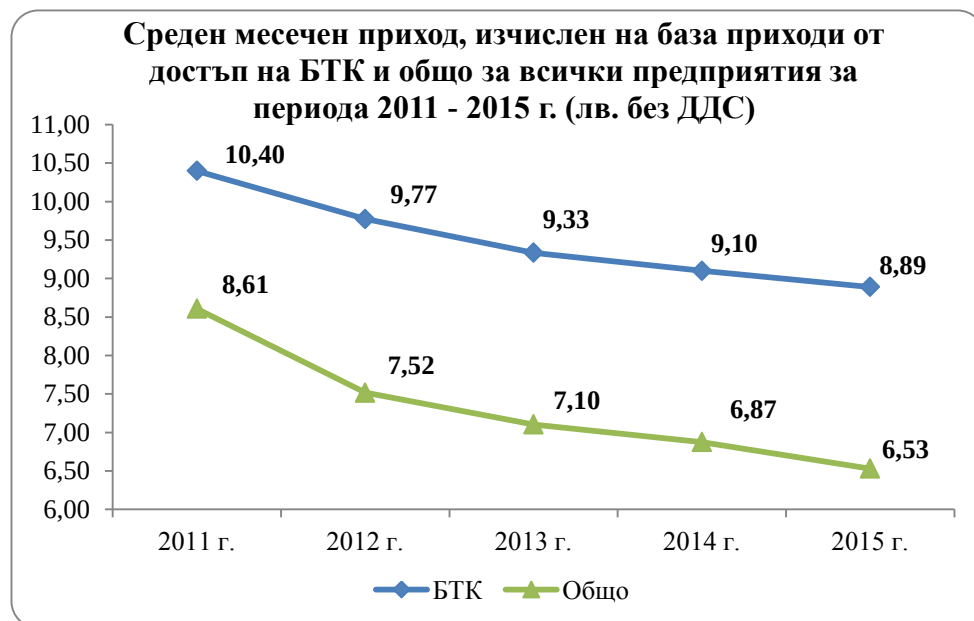
Фигура 25

При конкурентните предприятия се наблюдава ръст на общия пазарен дял, въпреки че е по-малък в сравнение с индикатора, изчислен на база брой достъпи.

Изменение на цените за достъп

В края на разглеждания период абонатите на фиксирана телефонна услуга имат възможност да избират от голямо разнообразие на абонаментни планове, повечето от които са посочени в Приложение 1. Обичайно, с изключение на ISDN достъпа, основната характеристика, от която зависи цената на месечния абонамент, е обема на включения трафик и дестинациите на повикванията за този трафик. Предвид, че е включването на трафик за повиквания в абонаментните планове е широко разпространено на разглеждания пазар, КРС представя информация за показателя среден месечен приход, изчислен за единица достъп. Показателят е изчислен като частно между приходите от достъп (инсталационна такса и месечен абонамент) и

средния годишен брой на достъпите през съответната година⁴¹, като получената стойност е разделена на 12 месеца.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 26

Видно от информацията, представена на фигура 26, както общият показател, изчислен въз основа на данните на всички участници на пазара, така и показателят, изчислен въз основа на данните на историческото предприятие, показват стабилна тенденция на намаление.

1.2.2. 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.

Този показател е важен за оценяване на конкуренцията на пазара, защото е тясно свързан с възможностите на конкретно предприятие да реализира икономии от обхвата, в резултат на което да ограничи конкуренцията на разглеждания пазар, както и да намали възможността на нови предприятия да навлязат на този пазар.

В последните години пакетните услуги се превърнаха във важен инструмент за привличане на абонати от страна на предприятията, предоставящи обществени електронни услуги, тъй като те дават възможност на абоната да ползва отстъпка от цената за достъп и обслужване от един доставчик. Подробна информация относно развитието на пакетните услуги, включващи фиксирана телефонна услуга е представена в Раздел II.

⁴¹ Показателят „среден годишен брой на достъпите“ е изчислен като сума на броя на достъпите в началото и в края на годината, разделена на 2. За брой достъпи за начало на съответната година се приема броя на достъпите към 31 декември на предходната година.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 27

От представената информация на фигурата по-горе, може да се види, че пазарният дял на БТК, изчислен на база брой абонати на фиксирана телефонна услуга, включена в пакет намалява. Това се дължи основно на два фактора: в абсолютна стойност абонатите на обществена телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение на предприятието намаляват, дори тези, които ползват фиксираната телефонна услуга в пакет; предприятието активно предлага комбиниране на услуги⁴². При комбинирането на услуги абонатът не избира от предварително фиксирани пакетни услуги с определени цени, а получава различни отстъпки в зависимост от характеристиките на услугите, които желае да ползва. Към момента подобни оферти предлагат и основните конкуренти на БТК на разглеждания пазар – МОБИЛТЕЛ⁴³ и ТЕЛЕНОР⁴⁴.

По отношение на услугите, които не са обвързани в пакет, данните за 2015 г. сочат, че на пазара на обществени електронни услуги за крайни потребители в България две предприятия (БТК и МОБИЛТЕЛ) предоставят пълен набор от услуги за крайния потребител – обществена телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение, мобилна гласова телефонна услуги, достъп до интернет в определено местоположение, мобилен достъп до интернет, услуга за пренос на данни и разпространение на радио– и телевизионни програми. ТЕЛЕНОР предлага същите услуги, но без разпространение на радио– и телевизионни програми. „ГЛОБЪЛ КОМЮНИКЕЙШЪН НЕТ“ АД, „КУЛБОКС“ АД и „НЕТ 1“ ЕООД предлагат достъп до интернет в определено местоположение и услуги за пренос на данни, като „НЕТ 1“ ЕООД предоставя и разпространение на радио– и телевизионни програми на крайни

⁴² <http://www.vivacom.bg/bg/residential/ceni-i-uslugi/kombiniraj-i-spesti/kombiniraj>

⁴³ <http://www.mtel.bg/mtel-NET-TV>

⁴⁴ <http://www.telenor.bg/bg/content/%D0%BF%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B8-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8-combo>

потребители. БЛИЗУ и БУЛСАТКОМ предлагат достъп до интернет в определено местоположение, мобилен достъп до интернет и разпространение на радио– и телевизионни програми. В действителност от 22 активни предприятия, предоставящи достъп до обществена телефонна услуга в определено местоположение в края на 2015 г. едва пет предприятия не предоставят други услуги на крайни потребители.

В резултат от изложеното по-горе КРС отбелязва, че на този етап от развитие на пазара, преобладаващата част от участниците предоставят широка гама от услуги. Предвид възможността абоната да смени доставчика си без значителни разходи и запазвайки географския си номер, използвайки процедурата за преносимост на номерата, регулаторът е на мнение, че историческото предприятие не е в състояние да повлияе негативно върху конкурентните условия на пазара, нито да ограничи навлизането на нови участници на него.

1.2.3. Преносимост на номера

Преносимостта на географските номера е още един фактор, който оказва влияние върху пазара на фиксирана телефонна услуга, предоставяна в определено местоположение. След въвеждането на процедурата за преносимост на географски номера от средата на 2009 г. до края на 2015 г. са пренесени общо над 416 хил. географски номера.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 28

Възможността за запазване на географския номер значително намали бариерите пред абонатите за смяна на доставчика, а това от своя страна активизира доставчиците при предлагането на различни планове и отстъпки.

1.2.4. Развитие на пазара и конкурентен натиск

В периода след втория кръг на пазарен анализ, пазарът на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение е повлиян от следните тенденции, наблюдавани в сектора на електронни съобщения като цяло:

- все по-широко развитие и разпространение на услугите, предоставяни чрез мобилни мрежи;
- засилено предлагане на широколентов достъп до интернет, чрез който абонатите могат да ползват unmanaged VoIP.

В таблицата по-долу е представена структурата на пазара на електронни съобщения в България в периода 2011 – 2015 г., на база приходи на услуги на дребно, като пакетните услуги, поради тяхното динамично развитие в периода са представени в отделен сегмент. Традиционно приходите от гласови телефонни услуги, предоставяни чрез мобилни наземни мрежи формират най-голям дял в общия обема на приходите от предоставяне на обществени електронни съобщения в България. В последните години и при тези приходи се отчита спад, който е породен от намаление на приходите на дребно от предоставянето ѝ като самостоятелна услуга⁴⁵ и увеличението на потреблението на мобилна телефонна услуга в пакет с други електронни съобщителни услуги, чиито приходи от абонаментни такси се отчитат в сегмент „Пакетни услуги”.

Таблица 8

Структура на пазара на обществени електронни съобщения, на база приходи от услуги на дребно, в България в периода 2011 – 2015 г.

Сегменти по услуги	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Фиксирана гласова услуга	11,7%	10,4%	9,4%	8,6%	7,4%
Мобилна гласова услуга	56,6%	53,6%	50,5%	47,7%	37,4%
Пренос на данни и достъп до интернет	12,6%	13,6%	14,6%	14,8%	16,6%
Телевизия	8,3%	8,2%	9,1%	8,7%	8,5%
Пакетни услуги	10,1%	13,6%	15,8%	19,2%	29,5%
Други услуги	0,5%	0,6%	0,6%	0,8%	0,6%
Общо	100,0%	100,0%	100,0%	99,9%	100,0%

Източник: Данни, подадени в КРС

Данните сочат, че с най-големи темпове в периода след втория кръг анализи се увеличават приходите от пакетни услуги. Освен в този сегмент, трайно увеличение се отчита още единствено в сегмента на услугите за пренос на данни и интернет – от 13,6% на 16,6%. Предвид тези тенденции КРС счита, че това са услугите, които в най-голяма степен влияят върху сегмента на фиксираната гласова услуга. Мобилната гласова услуга оказва значителен натиск върху фиксираната – броят на фиксираните телефонни постове и обема на генерирания изходящ трафик са в пъти по-малки от съответните показатели за мобилната гласова услуга. В края на 2015 г. мобилната телефонна плътност, изчислена на база население възлиза на 128,5% при стойност на индикатора от 22,2% за фиксирана телефонна услуга. При изходящия трафик съотношението е 93,8% от мобилен гласов трафик към 6,2% от фиксиран гласов трафик. Към момента на анализа и трите основни доставчика на гласова услуга – БТК, МОБИЛТЕЛ и ТЕЛЕНОР предлагат абонаментни планове за мобилна гласова услуга с включени минути към национални мрежи (фиксиран и мобилен) в абонамента.

⁴⁵ Приходите от инсталационни такси и месечните абонаменти на пакетни услуги са включени в сегмент „Пакетни услуги“. В останалите сегменти са отразени приходите от инсталационни такси и месечни абонаменти на самостоятелните услуги, както и приходите от трафик извън абонаментите

В тази връзка КРС счита, че мобилната гласова услуга упражнява достатъчен конкурентен натиск върху фиксираната услуга и никое от предприятията на пазара не е в състояние да действа независимо от потребители и конкуренти.

Както е посочено по-горе другият сегмент, при който се наблюдава ръст е „Достъп до интернет и пренос на данни“. Развитието на този сегмент има отношение върху разпространението на още една услуга, която оказва конкурентен натиск върху гласови услуги с гарантирано качество, а именно unmanaged VoIP. При тези услуги абонатът не заплаща за осъществените повиквания, достатъчен е само достъп до интернет, с което спестява разходи. При неуправляемите гласови услуги не се прилага технологично приоритизиране и управление на трафика характерно за телефонните услуги, в резултат, на което се получава заглъхване или прекъсване на връзката. При unmanaged VoIP услугите не се изпълняват и други изисквания, характерни за традиционните телефонни услуги. Въпреки това, тези услуги имат своето въздействие върху традиционните гласови услуги, и очакванията са този натиск да се задълбочи, предвид изграждането на мрежи за достъп до интернет и пренос на данни с все по-големи капацитети и скорости. Видно от резултатите от проведено от Националния статистически институт изследване за използване на информационно-комуникационни технологии от домакинствата и лицата, през 2015 г. 82,2% от лицата, използващи интернет за лични цели са използвали интернет за разговори или видеоразговори (чрез уеб камера) през интернет.⁴⁶

Предвид изложеното по-горе КРС счита, че наблюдаваните тенденции на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, и на услугите (мобилна телефонна услуга, пакетни услуги), както и на проникването на широколентов достъп до интернет, чрез който абонатите могат да ползват unmanaged VoIP упражняват конкурентен натиск показват, че разглеждания пазар клони към ефективна конкуренция.

1.3. Недостатъчна ефективност на конкурентното право

С оглед на обстоятелството, че на разглеждания пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители не са идентифицирани високи и непреодолими бариери за навлизане и ефективността на конкуренцията на пазара устойчиво се повишава, може да бъде направено заключение, че правото в областта на конкуренцията е достатъчно за преодоляване на евентуални изкривявания на пазарната среда. Следователно, КРС счита, че на българския пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители *ex post* предпазните мерки на конкурентното право са подходящи за справяне с потенциални пазарни проблеми, отколкото *ex ante* регулаторната намеса.

1.4. Заключение относно теста на трите критерия

След прилагането на теста на трите критерия КРС стигна до заключението, че разглежданият пазар на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители не удовлетворява трите кумулативно приложени критерия, а именно: на пазара не са налице високи и

⁴⁶ <http://www.nsi.bg>, „Използване на Интернет от домакинствата и лицата между 16 и 74 години“, Относителният дял е изчислен на база брой лица, които са използвали интернет през последните три месеца.

непреходни бариери за навлизане, а наблюдаваните тенденции на него показват, че той клони към ефективна конкуренция.

2. Прилагане теста на трите критерия по отношение на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги

Предвид изложеното по-горе в настоящия раздел КРС ще приложи теста на трите критерия за определените в т. 3 от Раздел IV съответни пазари на обществено достъпни национални повиквания, предоставяни в определено местоположение и обществено достъпни международни повиквания, предоставяни в определено местоположение. Трите критерии се изследват едновременно и за двата дефинирани пазара, тъй като за установяване на тяхното кумулативно наличие се използват показатели, които имат отношение и към двата дефинирани пазара. Целта е да се установи дали в периода на настоящия анализ (2012 – 2015 г.) посочените по-горе критерии са изпълнени кумулативно и дали КРС има основание да определи дефинираните пазари за пазари, подлежащи на *ex ante* регулиране.

При прилагане теста на трите критерия за дефинираните пазари на обществено достъпни национални и международни повиквания в определено местоположение КРС ще има предвид обстоятелството, че услугите, включени в тези пазари (национални и международни повиквания) не могат да бъдат предоставени на краен потребител, който няма достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение.

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

Както беше посочено по-горе, 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, като затрудняват или възпрепятстват тяхното навлизане. 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.

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

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. 2.1.2., Раздел IV). Следователно предприятие, което иска да предлага обществени национални и международни телефонни услуги в определено местоположение трябва да предоставя 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 услугите на едро „избор на оператор” и/или „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 придружено с влагането на значителен обем инвестиции за изграждане на собствена мрежа.

При втория кръг на пазарен анализ беше установено, че нито едно предприятие не се е възползвало от услугата WLR, както и че използването на услугата на едро „избор на оператор“, чрез която се предоставя възможност на потребителите да ползват услугите на дребно – „избор на оператор за всяко повикване“ и „избор на оператор на абонаментна основа“, не се търси от страна на конкурентните предприятия⁴⁷.

Съгласно данните, използвани в настоящия анализ в разглеждания период (2012 – 2015 г.) не се наблюдава промяна по отношение „популярността“ на услугата WLR, а услугите „избор на оператор за всяко повикване“ и „избор на оператор на абонаментна основа“ се предлагат едва от две предприятия, общият брой абонати на които е 15 броя, а генерираният от тези абонати трафик спрямо общия обем трафик е нищожен – 0,01% (виж Раздел II, т.2, т.4.).

Видно от информацията в Раздел III се наблюдава устойчив спад по отношение на реализираните приходи и трафика от предоставяне на дребно на услугата „избор на оператор“. Отчетеното намаление в стойностите при горепосочените показатели за периода 2012 – 2015 г. е близо 50 пъти, което е сигурно доказателство за липсата на интерес както от страна на предприятията, така и от страна на крайните потребители. В допълнение следва да се отбележи, че двете предприятия, които през 2015 г. са отчели абонати на услугата „избор на оператор“ на дребно, също така имат абонати на достъп до техни мрежи.

Ситуацията, която се наблюдава на българския пазар на обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение в обхванатия в анализа период напълно съвпада с описаната в Разяснителната бележка към Препоръката за съответните пазари от 2014 г. Там е посочено, че упадъкът на услугата „избор на оператор“ на едро като ресурс за осъществяване на телефонни повиквания чрез услугите „избор на оператор за всяко повикване“ и „избор на оператор на абонаментна основа“ може да бъде съпоставен с миграция към следващото стъпало на инвестиционната стълба, с оглед на това, че конкурентните предприятия изграждат собствени мрежи за достъп до крайните потребители и произвеждат свои собствени телефонни услуги, вместо да закупуват услуги на едро за генериране на повиквания.

При втория кръг на пазарен анализ една от основните причини за наблюдавания спад в потреблението на услугата „избор на оператор“ на дребно беше намаленият интерес от страна на потребителите, в следствие на маркетинговата политика – предоставяне на различни оферти с включени безплатни минути не само към собствената мрежа, но и към други фиксирани и към международни мрежи. В периода на настоящия анализ предприятията продължават тази своя политика, като на пазара се появяват все повече оферти от този тип.

В периода 2012 – 2015 г. се наблюдава все по-голям интерес от страна на конкурентните предприятия към предлагането на пакетни услуги, което е една от причините те да предпочитат да изграждат собствени 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). Три

⁴⁷ Приложение към Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС, стр. 134 - 135

от предприятия, навлезли на пазара на обществени телефонни услуги в определено местоположение след 2011 г., предлагат пакетни услуги чрез собствените си мрежи.

Друг фактор, който в анализирания период продължава да влияе положително по отношение намаляването на бариерите за навлизане на пазара на обществено достъпни телефонни услуги, е използването на изградените обществени мобилни наземни мрежи, чрез които се предлага достъп до фиксирана телефонна услуга.

В предходния кръг на пазарен анализ, използвайки „modified Greenfield approach”, КРС стигна до извода, че възможността за достъп до мрежата на историческото предприятие чрез услугите на едро „избор на оператор” и 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. Както е посочено в по-горе обаче навлизането на нови конкурентни предприятия на пазара на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение в периода 2012 – 2015 г. не се дължи на наложените на историческото предприятие задължения за достъп⁴⁸, а е следствие на развитието на инфраструктурна конкуренция на пазара.

2.1.2. Наличие на икономии от мащаба и обхвата

Наличието на икономии от мащаба и от обхвата може да представлява бариера за навлизане на нови конкуренти на пазара, особено когато условията на пазара се характеризират с недостатъчно търсене за развитие на ефективна дейност. В този случай за новонавлизащите предприятия ситуацията е значително по-трудна, отколкото за историческото предприятие, тъй като предлаганите от тях услуги трябва да се конкурират с услуги, които са добре позиционирани на пазара от историческото предприятие. В рамките на предходния кръг на анализ КРС отбелязва, че БТК е в състояние да се възползва от икономии от мащаба и от обхвата, поради силните позиции които има на пазарите на обществени телефонни услуги в определено местоположение и на широката гама услуги, които предоставя чрез инфраструктурата си⁴⁹.

В периода на настоящия анализ БТК все още притежава най-високи пазарни дялове, изчислени на база трафик и приходи от осъществяване на национални и международни повиквания, но сравнени с предишния пазарен анализ тези показатели бележат спад. Отчетеното намаление при пазарните дялове на БТК по отношение на трафика от национални повиквания (89,7% през 2011 г. и 75,8% през 2015 г.) е 13,9 процентни пункта, а при реализираните приходи от тези повиквания (88,5% през 2011 г. и 86,9% през 2015 г.) това намаление е 1,7 процентни пункта. При международните телефонни повиквания наблюдаваното изменение е съответно 13,7 процентни пункта (81,2% през 2011 г. и 67,5% през 2015 г.) и 7,0 процентни пункта (71,5% през 2011 г. и 64,5% през 2015 г.).

Данните за пазарните дялове показват, че БТК все още има силни позиции и на двата пазара, но не трябва да се пренебрегва и факта, че в последните години фиксираните гласови услуги са все по-малко атрактивни за потребителите и се отчита спад в тяхното потребление. Доказателство за това е отчетеният спад при реализирания трафик от национални (с 36,7%) и международни (с 8,5%) повиквания в периода 2012 –

⁴⁸ Решения №№ 1361/31.05.2010 г., 195/14.3.2016 г., 372/13.08.2015 г. на КРС

⁴⁹ Приложение към Решение № 195/14.03.2012 г. на КРС, стр. 160 – 162. на КРС

2015 г. При историческото предприятие това намаление е 45,4% за трафика от национални повиквания и 22,3% за трафика от международни повиквания.

В същото време данните за реализирания трафика от национални и международни повиквания от основните конкурентни предприятия на БТК, сочат ръст между 18,7% и 130,3%, въпреки отчетената тенденция на спад при общо реализирания трафик от фиксирани телефонни услуги.

През разглеждания в пазарния анализ период половината от конкурентните предприятия, освен фиксирани гласови услуги, предлагат поне още една електронна съобщителна услуга, което е видно от информацията, представена за пакетните услуги в т. 4, на Раздел II от настоящия документ.

Основните конкуренти на БТК предлагат на своите клиенти почти всички услуги, които се предлагат и от историческото предприятие. МОБИЛТЕЛ е предприятието, чиято гама от услуги, най-много се доближава до тази на БТК. Друг основен конкурент на БТК – ТЕЛЕНОР, няма в номенклатурата си услугата разпространение са радио- и телевизионни програми. След придобиването от страна на МОБИЛТЕЛ на непряк контрол върху БЛИЗУ, освен фиксирани телефонни услуги, достъп до интернет и телевизионни услуги, към настоящия момент БЛИЗУ предлага на своите клиенти и мобилни услуги, По този начин БЛИЗУ предоставя на своите клиент цялата гама от услуги, включени в продуктовата листа на МОБИЛТЕЛ.

2.1.3. Наличие на вертикална интеграция

Както беше посочено и в предишната точка 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. Вертикална интеграция е налице, 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.

По отношение на разглежданите пазари на дребно за обществено достъпни национални и международни телефонни повиквания в определено местоположение изследването на този критерий е от съществено значение, тъй като 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.

Единственото предприятие, което и през периода 2012 – 2015 г. е предлагало услугата „генериране“ на едро, е БТК. С Решение № 356/23.06.2016 г. на КРС бяха отменени задълженията, наложени на историческото предприятие при втория кръг на пазарен анализ на пазара на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи⁵⁰. КРС доказва, че липсата на регулация на пазара на едро за генериране на повиквания от определено местоположение не би повлияла отрицателно върху конкурентната среда на пазарите на дребно, на които историческото

⁵⁰ Решение № 1361/31.05.2012 г. на КРС

предприятие все още продължава да е основен участник. Едно от представените доказателства в тази посока е свързано с изследване на критерия вертикална интеграция. В приложението (Раздел III, т. 3.3.) към цитираното решение се посочва, че съгласно анализирания данни историческото предприятие е обект на конкурентен натиск както от страна на конкурентните предприятия, така и от страна на нарастващата взаимозаменяемост между фиксирани и мобилни услуги, като за периода 2010 – 2014 г. относителните дялове на БТК на всички пазари бележат спад. Също така е отбелязано, че търсенето на услугата „генериране” като ресурсен елемент за предоставяне на гласови услуги в определено местоположение почти е изчезнало от пазара, тъй като конкурентните предприятия предпочитат сами да си произвеждат услуги за генериране, изграждайки свои собствени мрежи за достъп до крайните потребители. Тази тенденция продължава и през 2015 г.

2.1.4. Правни или регулаторни бариери за навлизане на пазара

Правните или регулаторните бариери за навлизане на пазара, както беше посочено по-горе, са тези, които не се основават на икономически 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. Такива бариери могат да бъдат затруднения достъп до индивидуално определен ограничен ресурс – географски номера или налагане на регулаторни мерки, свързани с предоставяне на достъп до инфраструктура и цени, както и липсата на такива мерки.

Осъществяването на дейност по предоставянето на обществени телефонни услуги е пряко свързано с използването на ограничен ресурс – номера от Националния номерационен план (ННП). Тези номера се получават съгласно издадено от КРС разрешение за първично предоставяне на номера от ННП, като всяко едно предприятие получило такова разрешение заплаща съответна годишна такса.

При предходния кръг на пазарен анализ КРС посочи, че в периода след анализа (след 2011 г.) се очаква въведените промени в нормативната уредба за предоставянето и ползването на индивидуално определен ограничен ресурс – географски номера, както и промените в други свързани документи, до известна степен, да намалят влиянието на съществуващите правни и регулаторни бариери за навлизане на разглежданите пазари⁵¹.

През периода 2012 – 2015 г. КРС продължи работата в посока облекчаване на режима по предоставяне и ползване на номера от Националния номерационен план (ННП). Описание на тези промени е представено в т. 1.1.4. от настоящия раздел.

Във връзка с изложеното в настоящата точка КРС е на мнение, че на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение за домашни и бизнес потребители не съществуват високи и непреодолими структурни, правни и регулаторни бариери за навлизане на тези пазари, поради следното

- към края на 2015 г. броят на конкурентните предприятия в страната, които предоставят обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение, е 22, като 7 от тях са навлезли на пазара след 2011 г.;

⁵¹ Приложение към Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС стр. 136-137

- към края на 2015 г. само две предприятия са използвали услугата „избор на оператор“ на едро като ресурсен елемент за предоставяне на гласови услуги в определено местоположение, което е доказателство, че конкурентните предприятия предпочитат за осъществяване на гласови услуги да изграждат собствени мрежи за достъп до крайните потребители вместо да ползват услугите на едро, предоставяни от историческото предприятие;
- пазарните дялове на конкурентните предприятия трайно нарастват, докато историческото предприятие губи позиции на разглежданите пазари;
- БТК вече не е единственото предприятие, което би могло да се възползва от икономии от мащаба и обхвата, тъй като на разглежданите пазари има конкурентни, които почти изцяло дублират широката гама от услуги, предлагана от историческото предприятие;
- налични са достатъчно географски номера от ННП във всички региони в страната за всяко предприятие, което желае да предоставя фиксирана телефонна услуга;
- наличието на вторично предоставяне на номера дава възможност на предприятия, които нямат разрешения за ползване на ограничен ресурс – номера от ННП, да препродават услуги, предоставяни чрез тези номера.

2.2. Липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията

Съгласно чл. 152, ал. 6 от ЗЕС, в случаите когато КРС установи, че поне един от критериите, които се изследват, за да се установи дали даден пазар подлежи на *ex ante* регулиране, не е изпълнен, то не е необходимо да се изследват останалите. Въпреки, че в предишната точка КРС установи, че на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни повиквания в определено местоположение не е установено наличието на високи и непреходни структурни, правни или регулаторни бариери за навлизане на тези пазари в настоящата точка КРС ще изследва и втория критерий – липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията. Това се прави с цел да се види дали има наличие и на други структурни фактори, които водят до наличието на ефективна конкуренция и на двата разглеждани пазари.

При изследване на втория критерий КРС трябва да оцени наличието на други структурни фактори или пазарни характеристики, които да обосноват наличието на ефективна конкуренция. За целта е необходимо да се установи дали:

- се наблюдава съществена динамика на пазарните дялове на предприятията, осъществяващи дейност на дефинирания пазар;
- се наблюдават други характеристики на разглежданите пазари, които да ги характеризира като динамично развиващи се в посока засилване на ефективната конкуренция.

2.2.1. Динамика на пазарните дялове

В периода 2012 – 2015 г., както е видно от представената на фигура 29 информация, пазарният дял на БТК, изчислен на база трафик⁵² от национални

⁵² Показателят е изчислен на база реално изговорен трафик, включен в абонаментните планове и този, който е изговорен извън абонаментните планове.

повиквания бележи значително намаление от 12,00 процентни пункта. Същото намаление от 12,01 процентни пункта се наблюдава и при пазарния дял, изчислен на база реализиран трафик от международни повиквания (фигура 30). За сравнение, през предишния период на пазарен анализ (2009 – 2011 г.) темпът на намаление на пазарните дялове, изчислени на база реализиран трафик от национални и международни повиквания е бил съответно 5,11 и 8,23 процентни пункта. От посоченото по-горе е видно, че пазарните дялове на историческото предприятие през периода на настоящия анализ намаляват с по-бързи темпове. Пазарните дялове на конкурентните предприятия през 2015 г. са съответно 24,2% за трафика от национални повиквания и 32,5% за трафика от международни повиквания. КРС очаква в бъдещ период динамиката, която се наблюдава в момента и на двата пазара – обществено достъпни национални телефонни услуги и обществено достъпни международни телефонни услуги в определено местоположение, да продължи и конкурентните предприятия все по-успешно да се позиционират на тези пазари.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 29

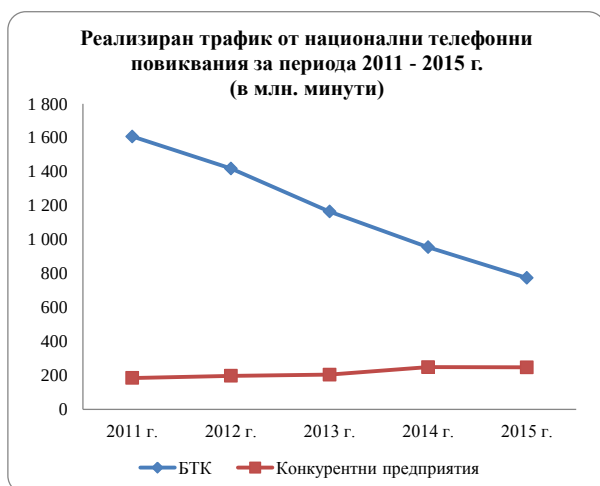


Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 30

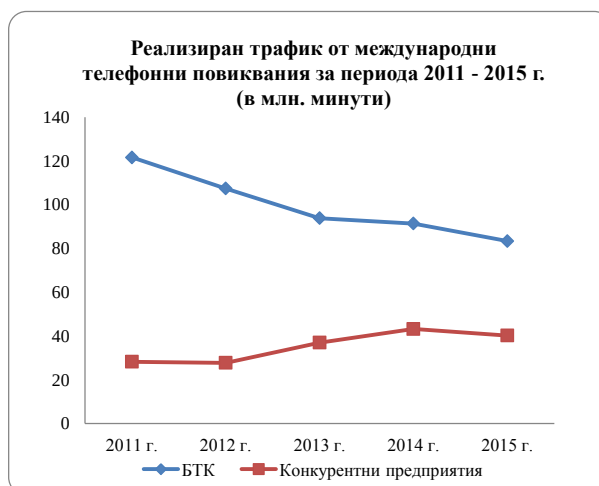
Както беше посочено по-горе (т. 4, Раздел II) през разглеждания период се наблюдава траен спад в потреблението на фиксирани телефонни услуги. На фигури 31 и 32 по-долу е представено изменението на реализирания трафик от национални и международни телефонни повиквания за периода 2011 – 2015 г. Данните на фигурите ясно показват, че през периода на анализа 2012 – 2015 г. реализираният от историческото предприятие трафик (национален и международен) намалява (с 45,4% за националния трафик и с 22,3% за международния трафик). При конкурентните предприятия за периода на анализа се наблюдава ръст от 25,3% при трафика от национални повиквания и 45,0% при трафика от международни повиквания. Необходимо е да се подчертае, че при основните конкуренти⁵³ на БТК това увеличение е с 56,4% за националния трафик и 83,7% за международния. Данните показват, че въпреки тенденцията за намаляване на трафика от провеждане на национални и международни повиквания има предприятия, реализиращи ръст в потреблението на обществени телефонни услуги в определено местоположение, което води до тяхното по-добро представяне на съответните пазари.

⁵³ БЛИЗУ, МОБИЛТЕЛ, ТЕЛЕНОР



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 31



Източник: Данни, подадени в КРС

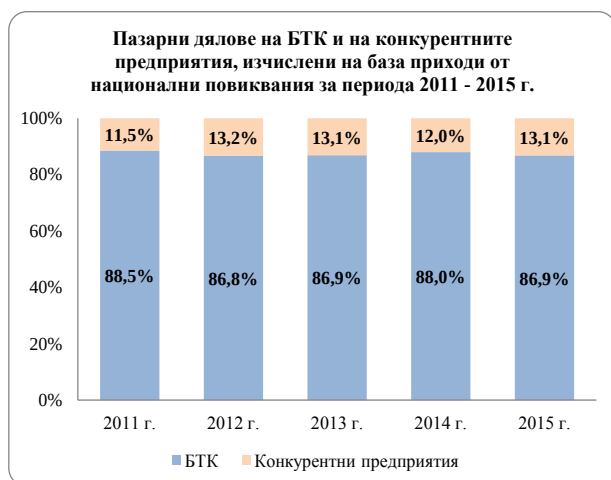
Фигура 32

КРС счита, че отчетеното по-високо потребление при конкурентните предприятия за периода 2012 – 2015 г. ще се запази и в следващия тригодишен период, въпреки че през 2015 г., видно от данните на горните фигури, се отчита намаление при реализирания трафик от национални и международни повиквания за едногодишен период. Данните, с които КРС разполага сочат, че спадът при реализирания трафик от национални повиквания през 2015 г. спрямо 2014 г. е незначителен – 0,6%, като трафикът, реализиран от основните конкуренти на БТК, бележи ръст от 6,7%. За сравнение, историческото предприятие отчита спад от 18,9% при същия показател. По отношение на трафика от международни повиквания, отчетеното намаление през 2015 г. спрямо 2014 г. при конкурентните предприятия е 6,9%, докато при БТК трафикът, реализиран от международни повиквания е намалял с 8,8%. Отчетеното намаление при основните конкуренти на историческото предприятие е едва 1,3%.

В периода на настоящия анализ, на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги (национални и международни) в определено местоположение се наблюдава трайна тенденция на спад на трафика от тези услуги. Това е следствие от наблюдавания конкурентен натиск от страна на мобилни гласови услуги, (виж т.1.2.4. от настоящия раздел), които за крайните потребители са алтернативно средство за осъществяване на телефонни разговори,

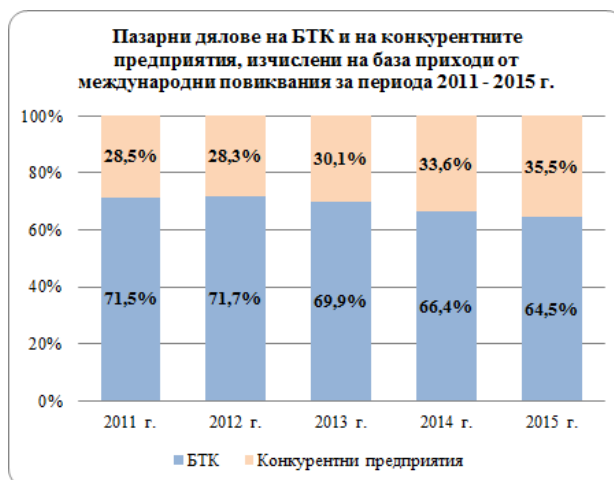
В периода на настоящия анализ пазарните дялове на историческото предприятие, изчислени на база приходи⁵⁴ от осъществяване на национални и международни телефонни услуги отчитат изменение с различни темпове (виж фигури 33 и 35). Докато пазарният дял на БТК, изчислен на база приходи от национални повиквания, се увеличава, макар само с 0,1 процентни пункта през 2015 г., спрямо 2012 г., то пазарният дял, изчислен на база приходи от международни повиквания, бележи намаление от 7,2 процентни пункта за същия отчетен период. КРС трябва да отбележи, че съгласно наличните данните през 2015 г. се наблюдава спад в пазарните дялове на БТК, изчислени на база приходи от национални и международни повиквания, спрямо 2011 г., съответно с 1,6 и 7,0 процентни пункта.

⁵⁴ Приходите от реално изговорен трафик извън абонамента.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 33



Източник: Данни, подадени в КРС

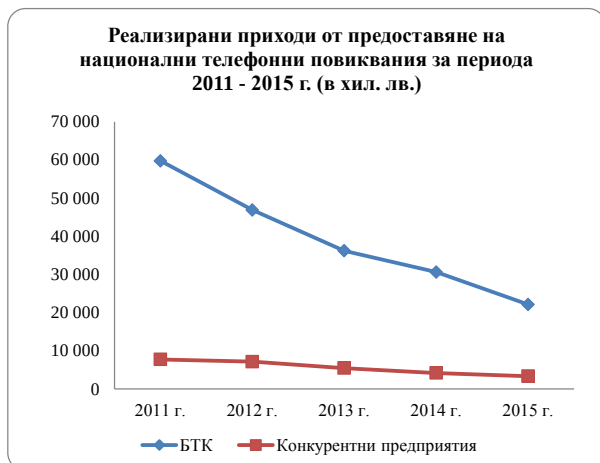
Фигура 34

КРС счита, че анализирането на пазарните дялове, изчислени на база приходи от осъществяването на национални повиквания, не може да бъде достоверен показател поради факта, че не се отчитат приходите от изговорен трафик, включен в месечните абонаментни планове, предоставяни от предприятията. КРС смята, че ако направи оценка на тези приходи резултатът няма да бъде точен, тъй като всяко едно предприятие има собствен подход при образуване на абонаментната цена, която, освен услугата достъп, включва и определен брой минути за национални разговори.

Според КРС показателят пазарен дял, изчислен на база приходи от проведени международни разговори, дава по-вярна информация от показателя пазарен дял, изчислен на база национални повиквания, тъй като абонаментните планове, които се предлагат от предприятията на пазарите на обществени телефонни услуги с включени минути за разговори (национални и международни) включват много по-малко безплатни минути за провеждане на международни разговори отколкото на национални. В случай, че трябва да се представи цената на абонаментните планове като сбор от цени за отделните услуги, включени в тях – достъп, национални разговори, международни разговори, то тежестта на цената за международни разговори ще е най-малка в общата цена.

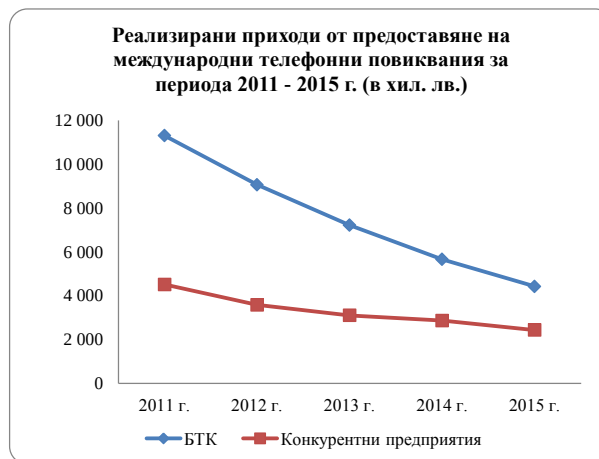
На фигури 35 и 36 по-долу е представена информация за реализираните приходи от предоставянето на национални и международни телефонни повиквания в периода 2011 – 2015 г. Данните показват, че намаленото потребление от използването на национални и международни телефонни повиквания дава своето отражение и върху реализираните приходи от тези услуги.

В периода 2012 – 2015 г. отчетеното намаление на приходите от национални повиквания е 52,84%, като при БТК то е 52,79%, а при конкурентните предприятия е по-малко (39,48%).



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 35



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 36

Тенденцията, която се наблюдава при реализираните приходи от предоставяне на международни телефонни повиквания, е същата, макар общото отчетено намаление за разглеждания период да е по-малко в сравнение с намалението при приходите от национални повиквания – 45,74%. Данните за историческото предприятие показват, че реализираните от него приходи от международни повиквания през 2015 г. са с 51,15% по-малко в сравнение с 2012 г., докато при неговите конкуренти това намаление е 32,05%.

Обемът на приходите от предоставянето на обществено достъпни национални и международни повиквания в определено местоположение зависи както от реализирания трафик, така и от цената, на която се предлагат повикванията. Тенденциите, които се наблюдават при средните цени на услугите за осъществяване на национални и международни повиквания за периода 2012 – 2015 г., са представени на фигури 37 и 38.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 37



Източник: Данни, подадени в КРС

Фигура 38

Видно от представената информация за периода на анализа средните цени⁵⁵ за осъществяване на национални и международни повиквания на БТК бележат увеличение, съответно с 2,2% за националните повиквания и 11,8% за международните. Тенденцията при конкурентните предприятия е различна и за разглеждания период техните средни цени за осъществяване на национални и международни повиквания съответно бележат спад с 1,7% и с 22,6%. Въз основа на представената информация може да се приеме, че конкурентите на БТК предлагат по-добри ценови условия на потребителите на обществено достъпни национални и международни повиквания в определено местоположение.

В Раздел II от настоящия документ е посочено, че към края на 2015 г. едва 15 абоната използват услугите „избор на оператор на абонаментна основа“ и „избор на оператор за всяко повикване“. Реализираният от тях трафик и приходи от национални и международни повиквания е незначителен в общия обем трафик и приходи. Предвид това КРС счита, че по отношение на дефинираните пазари на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение не е необходимо да се изследва влиянието на услугата „избор на оператор“ върху разглежданите пазари.

2.2.2. Наличие на продуктово разнообразие

При изследване на критерия „наличие на продуктово разнообразие“, както е посочено по-горе, се отчита дали дадено предприятие предоставя широка гама от електронни съобщителни мрежи и/или услуги на съответния или друг пазар, което му дава възможност да ги предоставя свързани една с друга или в пакет. Наличието на продуктово разнообразие за дадено предприятие може да ограничи конкуренцията на даден пазар и да намали възможността на нови предприятия да навлязат на съответния или друг пазар на електронни съобщителни услуги.

В периода 2012 – 2015 г., продължава тенденцията, наблюдавана и при предишния кръг на анализ, предприятията да предлагат на потребителите разнообразни оферти, в това число и пакетни услуги, което е вследствие на вложените от тях инвестиции в изграждането на собствени мрежи за предоставяне на широка гама от услуги.

През 2015 г. освен БТК още 16 предприятия предоставят повече от една електронна съобщителна услуга. Всички 17 предприятия имат възможност да предлагат пакетни услуги, включващи освен фиксирана телефонна услуга и поне още една друга електронна съобщителна услуга.

В периода след втория кръг на пазарен анализ конкурентните на БТК предприятия разшириха номенклатурата си и също като историческото предприятие предлагат на потребителите възможност за комбиниране на различни видове услуги, което носи на абонатите определени отстъпки. Необходимо е да се подчертае, че към момента на изготвяне на анализа освен БТК, има конкуренти, които предлагат планове с неограничен брой минути за национални разговори и за международни разговори към определени дестинации.

⁵⁵ Средните цени за национални/международни повиквания са изчислени като съотношение от реализираните приходи от осъществяването на национални/международни повиквания от фиксирана мрежа и реално изговорения национален/международни трафик извън абонамента.

КРС счита, че представената тук информация, както и тази в т. 2.1.2. от настоящия раздел, са доказателство, че на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение освен историческото предприятие има и други предприятия, които предоставят широка гама от услуги, конкурираща се с тази на БТК.

2.2.3. Преносимост на номера

Преносимостта на номерата е процедура, която дава възможност всеки потребител на обществена телефонна услуга в определено местоположение да пренесе номера си в мрежата на друго предприятие, предоставящо тази услуга, за да се възползва от по-добрите условия, които се предлагат от това предприятие.

Както е посочено в т. 1.2.3. от настоящия раздел от началото на въвеждане на процедурата за преносимост на географски номера през 2009 г. до края на 2015 г. са пренесени общо над 416 хил. номера. Към края на 2012 г. пренесените номера са над 70 хил., а към края на 2015 г. този брой е над 74 хил. Пренесените номера от мрежата на БТК към други мрежи за предоставяне на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение в края на 2015 г. са над 70% от общо пренесения брой номера за годината.

Видно от предоставената информация част от потребителите на БТК са се възползвали от правото си на избор и са сменили доставчика си на фиксирана телефонна услуга.

Във връзка с изложеното в настоящата точка КРС е на мнение, че на пазарите на обществено достъпни национални и международни телефонни услуги в определено местоположение за домашни и бизнес потребители не е налице липса на възможност за стимулиране и развитие на конкуренцията, поради следното:

- *историческото предприятие трайно губи позиции на разглежданите пазари, което е видно от намаляването на пазарните му дялове на съответните пазари;*
- *конкурентните на БТК предприятия вече предлагат широка гама от абонаментни планове за фиксирани телефонни услуги, част от които са с по-добри условия от тези на историческото предприятие, както и предлагат широко портфолио от други електронни съобщителни услуги;*
- *налице е увеличение на броя на потребителите на БТК, които са пренесли номера си към фиксираните мрежи на конкурентните предприятия;*
- *налице е конкурентен натиск от страна на мобилните гласови услуги.*

2.3. Недостатъчна ефективност на конкурентното право

С оглед на обстоятелството, че на разглежданите пазари на обществено достъпни национални телефонни услуги в определено местоположение за домашни и бизнес потребители и обществено достъпни международни телефонни услуги в определено местоположение за домашни и бизнес потребители не са идентифицирани високи и непреодолими бариери за навлизане и е установено, че ефективността на конкуренцията на пазарите устойчиво се повишава, КРС счита, че *ex-post* предпазните мерки на конкурентното право са по-подходящи за справяне с потенциални пазарни проблеми, отколкото *ex ante* регулаторната намеса.

2.4. Заключение относно теста на трите критерия

След прилагането на теста на трите критерия КРС стигна до заключението, че разглежданите пазари на обществено достъпни национални телефонни услуги в определено местоположение за домашни и бизнес потребители и обществено достъпни международни телефонни услуги в определено местоположение за домашни и бизнес потребители не удовлетворяват кумулативно трите приложени критерия, а именно: на пазарите не са налице високи и непреходни бариери за навлизане, а наблюдаваните на тях тенденции показват, че пазарите клонят към ефективна конкуренция.

КРС е на мнение, че липсата на регулация на посочените пазари на дребно не би повлияла негативно върху конкуренцията на тях, тъй като не са налице високи и непреодолими структурни и регулаторни бариери за навлизане на пазарите. Също така е налице значителен конкурентен натиск върху разглежданите пазари от страна на мобилната гласова телефонна услуга и гласовите услуги, предоставяни без географски номера от ННП и без възможност за контролиране на качеството, чрез мрежи за ширококоловен достъп до интернет.

VI. Отмяна на наложените задължения

С оглед заключенията от приложения по-горе тест на трите критерия, КРС счита че пазарът на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, пазарът на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение, и пазарът на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение, не изпълняват теста на трите критерия и съответно не подлежат на *ex ante* регулиране. Съгласно чл. 155, ал. 1 и ал. 2 от ЗЕС, 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.

С Решение № 195/14.03.2013 г. КРС наложи следните специфични задължения на БТК като предприятие със значително въздействие на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение за домашни и бизнес потребители, пазара на обществено достъпни национални телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение, и пазара на обществено достъпни международни телефонни услуги, предоставяни на домашни и бизнес потребители в определено местоположение:

Задължения на ниво предоставяне на услуги на едро на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение:

- задължение за предоставяне на достъп до и ползване на необходими мрежови средства и съоръжения, конкретизирано като задължение за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро“ (wholesale line rental - WLR), при следните условия:

- добросъвестно водене на преговори с предприятията, искащи достъп;
- запазване на предоставения достъп;
- предоставяне на услугата за всички аналогови, ISDN линии, IP-базиран достъп, включително и неактивните линии на БТК;

- БТК се задължава един месец преди влизане в сила на промяна в цените на дребно да предлага на заинтересованите предприятия изменение в договорите за предоставяне на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро“, с цел въвеждане на съответното изменение в цените на едро;

- БТК се задължава да предоставя услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро“ при спазване на допълнителни изисквания за справедливост, основателност и своевременност, подробно посочени в т. 6.1.1.5.1 – т.6.1.1.5.4 от Решение № 195/14.03.2013 г. на КРС;

- задължение за предоставяне на услугата „избор на оператор“, отнасящо се до:

- добросъвестно водене на преговори с предприятията, искащи достъп;

- запазване на предоставения достъп;
- определяне на условията за предоставяне на услугата в типовото предложение за взаимно свързване;
- осигуряване на абонатите на БТК достъп до обществените телефонни услуги на предприятията, чиито мрежи са взаимно свързани, посредством: избор на оператор за всяко повикване чрез избиране на код за избор на оператор; избор на оператор на абонаментна основа;
- осигуряване на абонатите на БТК възможност да осъществяват: национални (селищни и междуселищни) повиквания; повиквания към мобилни наземни мрежи; повиквания към мрежи за широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA); повиквания към негеографски номера за предоставяне на услуги; международни повиквания. Посредством използване на услугата "избор на оператор" не се осъществяват: повиквания към услуги за спешни повиквания; повиквания към услуги с безплатен достъп; повиквания към кратки национални кодове с първа цифра "1"; повиквания от обществени телефонни апарати;
- осигуряване на абонатите на БТК, ползващи услугата „избор на оператор на абонаментна основа“, възможност да ползват и услугата „избор на оператор за всяко повикване“;
- осигуряване на абонатите на БТК, в зависимост от техническите възможности на мрежата, възможност чрез услугата за избор на оператор да извършват, заедно или поотделно посочените по-горе повиквания;
- активиране на услугата при подадена от предприятие заявка, която следва да съдържа съгласието на абоната на БТК за ползване на услугата, както и име и телефонен номер на абоната;
- активиране на услугата не по-късно от 10 работни дни от датата на подаване на заявката и уведомяване на предприятието, подало заявката, за конкретната дата на активиране;
- задължение за прозрачност във връзка с предоставяне на услугата „избор на оператор“ и „отдаване на абонатни линии под наем“, отнасящо се до:
 - публикуване и актуализиране на официалната страница на БТК в интернет и уведомяване на КРС за действащите цени и условия за предоставяне на услугата „избор на оператор“ и „отдаване на абонатни линии под наем“, включително за тези, приложими към свързани предприятия или дейности, извършвани от самото предприятие на свързаните пазари на дребно;
 - включване на всички ценови и неценови условия за предоставяне на услугата „избор на оператор“ в типовото предложение за взаимно свързване;
- задължение за равнопоставеност, отнасящо се до:
 - предоставяне на услугите „избор на оператор“ и „отдаване на абонатни линии под наем на едро“ чрез осигуряване на равностойни условия при сходни обстоятелства, при които вече се предоставят на други предприятия, предоставящи еквивалентни електронни съобщителни услуги, включително и на свързани лица;
 - предоставяне на услуги и информация на предприятие, искащо да ползва услугата „избор на оператор“, при същите условия и качество като тези, ползвани от

БТК при предоставяне на собствени услуги и/или които предприятието предоставя на свързаните с него лица или търговски партньори;

- задължение за публикуване на типово предложение за отдаване на абонатни линии под наем на едро, съдържащо най-малко условията, посочени в т. 6.1.5.1. от Решение № 195/14.03.2013 г., като включването на други условия не трябва да ограничава развитието на конкуренцията и да създава неравнопоставеност, както и да внася неяснота при регламентиране на условията за реализиране на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро“;

- ценови ограничения, включително задължения за разходоориентираност на ниво услуги на едро, които се отнасят до:

- определяне на цените на нетрафичните услуги, свързани с предоставянето на услугата „избор на оператор“, при условията на разходоориентираност. БТК се задължава да представя документите за ценообразуването на цените за услугата „избор на оператор“, като КРС разглежда предложените цени по реда на чл. 217-219 от ЗЕС. По отношение на трафичните услуги БТК прилага цените за генериране съобразно ценовите ограничения, наложени на предприятието на пазара на едро на генериране на повиквания от определено местоположение на обществени телефонни мрежи;

- цените на услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро“ се определят въз основа на цените на услугите, предоставяни на вертикално свързания пазар на дребно, намалени с разходите, присъщи за реализиране на услугите на пазара на дребно (Retail-minus). Цените за месечен абонамент за услугата „отдаване на абонатни линии под наем на едро“ в зависимост от вида линия се определят при условията, подробно описани в т. 6.1.6.2.1 – 6.1.6.2.2 от Решение № 195/14.03.2013 г.;

- предоставяне цените на регулираните електронни съобщителни услуги един месец преди тяхното публикуване, заедно с документите по тяхното ценообразуване. КРС разглежда представените цени по реда на чл. 219 от ЗЕС;

- задължение за прилагане на разделно счетоводство, относимо и към съответните пазари на дребно.

Задължения на ниво предоставяне на услуги на дребно на пазара на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение и на пазарите на обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение:

- задължение за равнопоставеност, като БТК следва да не дискриминира отделни потребители при предлагането на услугите при сходни условия. Услугите се предлагат на крайните потребители при спазване принципа на равнопоставеност, съобразно вида на използваната технология, категориите абонати, обема на трафика и начина на плащане и не се допускат предимства за отделни крайни потребители или група потребители при едни и същи услуги;

- ценови ограничения и контрол на индивидуалните тарифи на БТК, които се отнасят до:

- предоставяне услугите за достъп до обществената телефонна мрежа в определено местоположение (свързване и месечен абонамент) на крайни потребители като самостоятелни услуги на цени, които да са над разходите за тяхното предоставяне. Изменението на цените се извършва в съответствие с приложението към Решение № 195/14.03.2013 г.;

- забрана за налагане на цени, които пречат конкуренцията или навлизането на други предприятия на съответния пазар. КРС оценява наличието на ценова преса, съгласно приложението към Решение № 195/14.03.2013 г.;

- забрана за необосновано обвързване на услугите, предоставяни от БТК в ценови пакет, в случай че крайните потребители нямат възможност да ползват услугите самостоятелно;

- задължение за предоставяне цените на регулираните електронни съобщителни услуги един месец преди тяхното публикуване, заедно с документите по тяхното ценообразуване. КРС разглежда представените цени по реда на чл. 219 от ЗЕС.

С оглед заключенията в настоящия анализ, КРС отменя всички специфични задължения, наложени с Решение № 195/14.03.2013 г. на „Българска телекомуникационна компания“ ЕАД, считано от датата на влизане в сила на решението на КРС.

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

VIII. Приложение

Абонаментни планове за фиксирана телефонна услуга, актуални към 31.12.2015 г. (лв. без ДДС)

Приложение 1

Наименование на плана	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Обем включени минути в абонаментния план	Вид потребител	Такса за първоначално свързване	Цена на минута към собствената мрежа (силна часова зона)	Цена на минута към други фиксирани мрежи (силна часова зона)	Цена на минута към мобилни мрежи	Цена на минута към международни повиквания - 1 зона или държави-членки на ЕС	Таксуване на минутите извън абонамента	Забележки
БТК											
Стандартен	20,00	10,00		За домашни абонати	0,110 лв. към национални фиксирани мрежи	0,015 лв. - селищни повиквания за силен трафик 0,07 лв. - междуселищни повиквания за силен трафик	0,015 лв. - селищни повиквания за силен трафик 0,07 лв. - междуселищни повиквания за силен трафик	0,208 лв. - за силен трафик	0,150	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Минимум	20,00	6,50	30 минути селищни разговори	За домашни абонати	0,110 лв. към мобилни мрежи	0,10 лв. - селищни повиквания за силен трафик 0,10 лв. - междуселищни повиквания за силен трафик	0,10 лв. - селищни повиквания за силен трафик 0,10 лв. - междуселищни повиквания за силен трафик	0,125 лв. към собствена мобилна мрежа 0,242 лв. към други мобилни мрежи	0,150	Таксуването е на минута, като всяка започната минута се отчита като цяла.	
VIVACOM Mega Fix (12 месечен договор)	20,00	13,17	3600 минути за разговори към фиксираната мрежа на VIVACOM и Първа международна група 30 минути за разговори към национални мобилни мрежи и други фиксирани мрежи	За домашни абонати	0,110 лв. към национални фиксирани мрежи, национални мобилни мрежи и към Първа международна група	0,008	0,008	0,008	0,008	Таксуването е на минута, като всяка започната минута се отчита като цяла.	
VIVACOM Ultra Fix (12 месечен договор)	20,00	13,32	3600 минути към национални мобилни и фиксирани мрежи и Европа, САЩ и Канада	За домашни абонати	0,110 лв. към национални фиксирани мрежи, национални мобилни мрежи и към Първа международна група	0,0080	0,0080	0,0080	0,008	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Стандартен	70,00	18,00		За бизнес абонати	0,110 лв. към национални фиксирани и мобилни мрежи	0,042	0,042	0,125 лв. към собствена мобилна мрежа 0,242 лв. към други мобилни мрежи	0,150	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Абонаментен план "Офис 300+"	70,00	23,00	300 минути към селищни, междуселищни и международни към Първа международна група	За бизнес абонати	0,110 лв. към национални фиксирани и мобилни мрежи	0,042	0,042	0,125 лв. към собствена мобилна мрежа 0,242 лв. към други мобилни мрежи	0,150	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
ISDN BRA	100,00	35,00		За бизнес абонати	0,110 лв. към национални фиксирани и мобилни мрежи	0,042	0,042	0,125 лв. към собствена мобилна мрежа 0,242 лв. към други мобилни мрежи	0,150	Първоначално - 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
ISDN PRA	600,00	670,00		За бизнес абонати	0,110 лв. към национални фиксирани и мобилни мрежи	0,042	0,042	0,125 лв. към собствена мобилна мрежа 0,242 лв. към други мобилни мрежи	0,150	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
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 4, 8 или 30 едновременни разговора. Възможност за избор на различни абонаменти.
VIP Business 8	200,00	90,00									
VIP Business 30	300,00	400,00						0,125 лв. към собствена мобилна мрежа 0,242 лв. към други мобилни мрежи			
на 1-та канал, но не по-малко от 2	50,00	15,00		За бизнес абонати	0,110 лв. към национални фиксирани и мобилни мрежи	0,042	0,042		0,150		

Наименование на плана	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Обем включени минути в абонаментния план	Вид потребител	Такса за първоначално свързване	Цена на минута към собствената мрежа (силна часова зона)	Цена на минута към други фиксирани мрежи (силна часова зона)	Цена на минута към мобилни мрежи	Цена на минута към международни повиквания - I зона или държави-членки на ЕС	Таксуване на минутите извън абонамента	Забележки
БЛИЗУ											
blizoo Talk Free Single	41,58	0,83		За домашни абонати	0,000	0,000	0,038	0,0750	0,750	Таксуването е на минута	Телефоните планове blizoo Talk FREE Single и blizoo Talk FIX 400 Single, изискват пренос на фиксиран номер към blizoo.
Blizoo Talk Fix 400 Single	0,00	4,16	400 минути към всички фиксирани мрежи в страната	За домашни абонати	0,000	0,000	0,038	0,0750	0,075	Таксуването е на минута	
Blizoo Talk All 400 Single	0,00	9,16	400 минути към всички фиксирани и мобилни мрежи в страната	За домашни абонати	0,000	0,000	0,038	0,0750	0,075	Таксуването е на минута	
"БУЛСАТКОМ" АД											
Фиксиран телефон „Домашен“	4,00	2,50	100 минути към всички мрежи в страната и международни в Зона I	За домашни абонати	0,000	0,042	0,042	0,0420	0,075	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"ВАРНА НЕТ" ООД											
Фиксиран телефонен пост с включени минути		10,00	400 минути към всички фиксирани мрежи в страната и ЕС	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030	0,1300	0,070	Първоначално 60 секунди, последващо на всеки 10 секунди	
		23,00	1000 минути към всички фиксирани мрежи в страната и ЕС	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030	0,1300	0,070	Първоначално 60 секунди, последващо на всеки 10 секунди	
Фиксиран телефонен пост без месечна такса (минимално потребление - 10,00 лв. време за разговори)		0,00		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030	0,1300	0,070	Първоначално 60 секунди, последващо на всеки 10 секунди	
Fixed Line		8,00		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030	0,1300	0,070	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Fixed Line 4 You (До 4 бр фиксирани телефонни номера, безплатна виртуална телефонна централа - прехвърляне на разговори, изчакване, пренасочване)		35,00		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030	0,1300	0,070	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"ВЕСТИТЕЛ БГ" АД											
Чрез SIP протокол		2,50		За домашни абонати	0,000	0,000	0,024 - селищни повиквания 0,054 - междуселищни повиквания	0,2500	0,075	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
					0,000	0,000	0,024 - селищни повиквания 0,054 - междуселищни повиквания	0,2500	0,075	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
+50 безплатни минути	25,00	4,16			0,000	0,000	0,024 - селищни повиквания 0,054 - междуселищни повиквания	0,2500	0,075	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Фиксирана телефонна услуга тип POTS (за един телефонен пост)	41,67	7,50		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,024 - селищни повиквания 0,054 - междуселищни повиквания	0,2500	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
ISDN BRI	41,67	25,00 + 0,40 лв. за всеки номер		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,024 - селищни повиквания 0,054 - междуселищни повиквания	0,2500	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
ISDN PRI	166,67	150,00 + 0,40 лв. за всеки номер		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,024 - селищни повиквания 0,054 - междуселищни повиквания	0,2500	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	

Наименование на плана	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Обем включени минути в абонаментния план	Вид потребител	Такса за първоначално свързване	Цена на минута към собствената мрежа (силна часова зона)	Цена на минута към други фиксирани мрежи (силна часова зона)	Цена на минута към мобилни мрежи	Цена на минута към международни повиквания - I зона или държави-членки на ЕС	Таксуване на минутите извън абонамента	Забележки
"ВИМОБАЙЛ" АД											
Vmobile Start 2 Talk	12,50	0,00		За домашни абонати	0,000	0,000	0,0417	0,1000		Таксуване на 1 секунда	Активационен пакет с цена от 15 лв. и включено време за разговори на стойност 10 лв. към български и международни мрежи. Цените за международни повиквания са различни по държави.
Vmobile Talk @ Home	0,00	5,00		За домашни абонати	0,000	0,000	0,0083	0,0500		Таксуване на 1 секунда	Цените за международни повиквания са различни по държави.
Vmobile Business	0,00	10,00		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,0080	0,0420		Таксуване на 1 секунда	
"ГЛОБЪЛ КОМЮНИКЕЙШЪН НЕТ" АД											
от 1 до 5 номера		8,00		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,03 - селищни повиквания 0,05 - междуселищни повиквания	0,2000	0,061	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
от 6 до 15 номера		5,00		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,03 - селищни повиквания 0,05 - междуселищни повиквания	0,2000	0,061	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
над 15 номера		0,00		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,03 - селищни повиквания 0,05 - междуселищни повиквания	0,2000	0,061	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ" АД											
от 1 до 4 аналогови линии POTS	10 лв./линия	8 лв./линия		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,025 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,1299	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
от 5 до 10 аналогови линии POTS	9 лв./линия	7 лв./линия		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,025 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,1299	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
над 10 аналогови линии POTS	8 лв./линия	6 лв./линия		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,025 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,1299	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
IP trunk - вкл. 1 телефонен номер	0,00	8 лв./линия		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,025 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,1299	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Business Pro	0,00	50,00	500 минути към фиксирани и мобилни мрежи в България, САЩ и Канада и фиксирани ЕС	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0250	0,1900	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Business Start	0,00	25,00	500 минути към фиксирани мрежи в България и ЕС и фиксирани и мобилни в САЩ и Канада	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0250	0,1900	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Home Basic	10,00	10,00	100 минути към фиксирани мрежи в България и ЕС, и фиксирани и мобилни в САЩ и Канада	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0450	0,2100	0,080	Първоначално 60 секунди, последващо на всеки 60 секунди	
Home Extra	10,00	15,00	100 минути към фиксирани и мобилни мрежи в България, САЩ и Канада и фиксирани ЕС	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0450	0,2100	0,080	Първоначално 60 секунди, последващо на всеки 60 секунди	
"ЕСКОМ" ООД											
Фиксиран телефон		2,50		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0410	0,1000	0,041	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	

Наименование на плана	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Обем включени минути в абонаментния план	Вид потребител	Такса за първоначално свързване	Цена на минута към собствената мрежа (силна часова зона)	Цена на минута към други фиксирани мрежи (силна часова зона)	Цена на минута към мобилни мрежи	Цена на минута към международни повиквания - I зона или държави-членки на ЕС	Таксуване на минутите извън абонамента	Забележки
"ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ" АД											
Промо	0,00	0,00		За домашни абонати	0,000	0,000	0,035 - селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,2250	0,075	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Иконом	0,00	5,00		За домашни абонати	0,100	0,020	0,05 - селищни повиквания 0,092 - междуселищни повиквания	0,2580	0,092	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Стандарт	0,00	10,00		За домашни абонати	0,000	0,015	0,042 - селищни повиквания 0,083 - междуселищни повиквания	0,2400	0,083	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Премум	0,00	20,00		За домашни абонати	0,000	0,000	0,035 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,2250	0,075	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
FREE 400	0,00	23,33	400 минути към фиксирани мрежи в България, САЩ и Канада и ЕС	За домашни абонати	0,10 лв. при изчерпване на пакета безплатни минути	0,000	0,035 - селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,2250	0,075	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 60 секунди	
FREE 550	0,00	30,00	550 минути към фиксирани мрежи в България, САЩ и Канада и ЕС	За домашни абонати	0,10 лв. при изчерпване на пакета безплатни минути	0,000	0,035 - селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,2250	0,075	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 60 секунди	
FREE 1000	0,00	50,00	1000 минути към фиксирани мрежи в България, САЩ и Канада и ЕС	За домашни абонати	0,10 лв. при изчерпване на пакета безплатни минути	0,000	0,035 - селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,2250	0,075	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 60 секунди	
"Бизнес" с 1 бр. тел. пост	0,00	20,00		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,029 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,2080	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"Бизнес" с 2 бр. тел. постове	0,00	25,00		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,029 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,2080	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"Бизнес" с 3 бр. тел. постове	0,00	33,33		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,029 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,2080	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"Бизнес" с 4 бр. тел. постове	0,00	10 лв./пост		За бизнес абонати	0,000	0,000	0,029 - селищни повиквания 0,04 - междуселищни повиквания	0,2080	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"КАБЕЛ САТ ЗАПАД" ООД											
Телефония при наличие на абонамент за аналогова телевизия	0,00	4,17	1000 минути в собствена мрежа	за домашни абонати	0,000	0,030	0,0300	0,0916	0,041	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Телефония при наличие на абонамент за аналогова телевизия + цифрова телевизия	0,00	4,17	1000 минути в собствена мрежа	за домашни абонати	0,000	0,030	0,0300	0,0916	0,041	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Телефония при всички абонаментни планове включващи услугата Интернет	0,00	2,50	1000 минути в собствена мрежа	за домашни абонати	0,000	0,030	0,0300	0,0916	0,041	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	Отстъпка при всички абонаментни планове, включващи услугата Интернет -3,00 лв.

Наименование на плана	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Обем включени минути в абонаментния план	Вид потребител	Такса за първоначално свързване	Цена на минута към собствената мрежа (силна часова зона)	Цена на минута към други фиксирани мрежи (силна часова зона)	Цена на минута към мобилни мрежи	Цена на минута към международни повиквания - I зона или държави-членки на ЕС	Таксуване на минутите извън абонамента	Забележки
"КУЛБОКС" АД											
CoolTel	24,92	20,75	100 минути разговори към национални фиксирани и мобилни мрежи и зона 1	За домашни абонати	0,000	0,000	0,0250	0,1250	0,080	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
FIX BASIC	20,00	20,00	500 минути към фиксирани номера в национални мрежи и зона 1	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,035 - селищни повиквания 0,040 - междуселищни повиквания	0,2900	0,080	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	План на ITD Network
FIX PREMIUM	20,00	65,00	2000 минути към фиксирани номера в национални мрежи и зона 1	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0250	0,2900	0,067	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	План на ITD Network
FIX STANDART	20,00	40,00	1000 минути към фиксирани номера в национални мрежи и зона 1	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030 - селищни повиквания 0,035 - междуселищни повиквания	0,2900	0,075	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	План на ITD Network
МОБИТЕЛ											
Мтел домашен телефон S	0,00	5,75	250 минути разговори към национални фиксирани и мобилни мрежи	За домашни абонати	0,000	0,042	0,042	0,2083	0,150	Таксуването е на минута	
Мтел домашен телефон M	0,00	8,25	500 минути разговори към национални фиксирани и мобилни мрежи 100 минути за международни разговори	За домашни абонати	0,000	0,042	0,042	0,2083	0,150	Таксуването е на минута	
Мтел домашен телефон L	0,00	9,92	1000 минути разговори към национални фиксирани и мобилни мрежи 200 минути за международни разговори	За домашни абонати	0,000	0,042	0,042	0,2083	0,150	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Мтел домашен телефон XL	0,00	12,42	2000 минути разговори към национални фиксирани и мобилни мрежи 400 минути за международни разговори	За домашни абонати	0,000	0,042	0,042	0,2083	0,150	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Бизнес Телефон Basic	0,00	9,90	50 минути към всички фиксирани мрежи в страната и международни фиксирани мрежи в Зона 1	За бизнес абонати	0,000	0,070	0,0900	0,2000	0,100	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Офис телефон 100	0,00	9,90	100 минути към всички мрежи в страната, САЩ, Канада и фиксирани мрежи в Европа	За бизнес абонати	0,000	0,00 лв. за първите 200 мин.	0,0100	0,2000	0,100	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	Неограничени разговори към фирмена група
Офис телефон 250	0,00	19,90	250 минути към всички мрежи в страната, САЩ, Канада и фиксирани мрежи в Европа	За бизнес абонати	0,000	0,000	0,0100	0,2000	0,100	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Офис телефон 500	0,00	29,90	500 минути към всички мрежи в страната, САЩ, Канада и фиксирани мрежи в Европа	За бизнес абонати	0,000	0,000	0,0100	0,2000	0,100	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"НЕТ 1" БООД											
Premium	25,00	39,00	1000 минути към фиксирани мрежи в България и ЕС, и фиксирани и мобилни мрежи в САЩ и Канада	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0150	0,1000	0,080	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Advanced	25,00	29,00	500 минути към фиксирани мрежи в България и ЕС, и фиксирани и мобилни мрежи в САЩ и Канада	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0200	0,1000	0,090	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Standart	25,00	21,00	300 минути към фиксирани мрежи в България и ЕС, и фиксирани и мобилни мрежи в САЩ и Канада	За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,0250	0,1000	0,100	Първоначално 60 секунди, последващо на всяка 1 секунда	

Наименование на плана	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Обем включени минути в абонаментния план	Вид потребител	Такса за първоначално свързване	Цена на минута към собствената мрежа (силна часова зона)	Цена на минута към други фиксирани мрежи (силна часова зона)	Цена на минута към мобилни мрежи	Цена на минута към международни повиквания - 1 зона или държави-членки на ЕС	Таксуване на минутите извън абонамента	Забележки
ТЕЛЕНОР											
Home Start		4,08	50 минути към фиксирани номера от всички национални мрежи и зона 1	За домашни абонати	0,000	0,008	0,042 лв. за селищни; 0,067 лв. за междуселищни	0,2670	0,100	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Home Plus		5,75	120 минути към фиксирани номера от всички национални мрежи и зона 1	За домашни абонати	0,000	0,008	0,042 лв. за селищни; 0,067 лв. за междуселищни	0,2670	0,100	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Office Number Plus		4,90	300 минути към фиксирани номера от всички национални мрежи и Зона 1 за международни разговори; 100 минути към мобилни	За бизнес абонати	0,000	0,000	0,0420	0,2250	0,100	Таксува се на минута	
Office Group Plus (1 фиксирана и 1 мобилна линия)		8,90	750 минути към фиксирани номера от всички национални мрежи и Зона 1 за международни разговори; неограничени минути към мобилни номера на Теленор	За бизнес абонати	0,000	0,000	0,0420	0,117 към мобилната мрежа на предприятието; 0,225 лв. към други мобилни мрежи	0,100	Таксува се на минута	
"НЕТФИНИТИ" ВООД											
BusinessConnect PRO GO		1,90	15 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 5 минути към национални мобилни мрежи	За бизнес абонати	0,000	0,050	0,050	0,250	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect PRO XS		5,90	75 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 25 минути към национални мобилни мрежи	За бизнес абонати	0,000	0,040	0,040	0,180	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect PRO S		12,90	350 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 150 минути към национални мобилни мрежи	За бизнес абонати	0,000	0,030	0,030	0,150	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect PRO L		28,90	1000 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 300 минути към национални мобилни мрежи	За бизнес абонати	0,000	0,030	0,030	0,120	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect PRO XXL		68,90	3000 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 1000 минути към национални мобилни мрежи	За бизнес абонати	0,000	0,020	0,020	0,100	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect TALK GO		1,90	10 минути към национални мрежи и зона 1	За бизнес абонати	0,000	0,250	0,250	0,250	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect TALK XS		5,90	50 минути към национални мрежи и зона 1	За бизнес абонати	0,000	0,210	0,210	0,210	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect TALK L		28,90	650 минути към национални мрежи и зона 1	За бизнес абонати	0,000	0,120	0,120	0,120	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
BusinessConnect TALK XXL		68,90	2000 минути към национални мрежи и зона 1	За бизнес абонати	0,000	0,100	0,100	0,100	0,050	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect PRO XS		1,58	75 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 25 минути към национални мобилни мрежи	За домашни абонати	0,000	0,033	0,033	0,150	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect PRO S		4,92	350 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 150 минути към национални мобилни мрежи	За домашни абонати	0,000	0,025	0,025	0,125	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect PRO M		10,75	500 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 200 минути към национални мобилни мрежи	За домашни абонати	0,000	0,025	0,025	0,117	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect PRO XL		24,08	1500 минути към национални фиксирани мрежи и зона 1; 500 минути към национални мобилни мрежи	За домашни абонати	0,000	0,017	0,017	0,092	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect TALK XS		1,58	50 минути към национални мрежи и зона 1	За домашни абонати	0,000	0,175	0,175	0,175	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect TALK S		4,92	250 минути към национални мрежи и зона 1	За домашни абонати	0,000	0,142	0,142	0,142	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect TALK M		10,75	350 минути към национални мрежи и зона 1	За домашни абонати	0,000	0,117	0,117	0,117	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
HomeConnect TALK XL		24,08	1000 минути към национални мрежи и зона 1	За домашни абонати	0,000	0,092	0,092	0,092	0,042	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	

Наименование на плана	Инсталационна такса	Месечен абонамент	Обем включени минути в абонаментния план	Вид потребител	Такса за първоначално свързване	Цена на минута към собствената мрежа (силна часова зона)	Цена на минута към други фиксирани мрежи (силна часова зона)	Цена на минута към мобилни мрежи	Цена на минута към международни повиквания - I зона или държави-членки на ЕС	Таксуване на минутите извън абонамента	Забележки
"ТЕЛЕКОМ 1" ООД											
Домашен телефон от PlanetPhone	0,00	0,00		за домашни абонати	0,000	0,038	0,038	0,108	0,038	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
"ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ ВАРНА" ЕАД											
Voice 60	16,67	3,25	60 минути към собствена мрежа, към фиксирани мрежи и към първа международна група фиксирани мрежи	За домашни абонати	0,000	0,008	0,033- селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,208	0,058	Таксуването е на 60 секунди	
Voice 200	16,67	9,92	200 минути към собствена мрежа, към фиксирани мрежи и към първа международна група фиксирани мрежи	За домашни абонати	0,000	0,008	0,033- селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,208	0,058	Таксуването е на 60 секунди	
Voice 400	16,67	16,58	400 минути към собствена мрежа, към фиксирани мрежи и към първа международна група фиксирани мрежи	За домашни абонати	0,000	0,008	0,033- селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,208	0,058	Таксуването е на 60 секунди	
Voice 1000	16,67	36,58	1000 минути към собствена мрежа, към фиксирани мрежи и към първа международна група фиксирани мрежи	За домашни абонати	0,000	0,008	0,033- селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,208	0,058	Таксуването е на 60 секунди	
Voice 3600	50,00	0,00	3600 минути към собствена мрежа	За домашни абонати	0,000	0,008	0,033- селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,208	0,058	Таксуването е на 60 секунди	
Classic	16,67	4,00		За домашни абонати	0,000	0,000	0,033- селищни повиквания 0,075 - междуселищни повиквания	0,208	0,058	Таксуването е на 30 секунди	
Just Voice	16,67	10,75		За домашни абонати	0,000	0,008	0,05- селищни повиквания 0,0117 - междуселищни повиквания	0,208	0,092	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Real Voice	16,67	13,25		За домашни абонати	0,000	0,008	0,0417- селищни повиквания 0,010 - междуселищни повиквания	0,208	0,075	Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
PREMIUM NET INTERNATIONAL S.R.L.											
Tariff plan 1	0,00	0,00		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030	0,130		Първоначално 30 секунди, последващо на всяка 1 секунда	
Tariff plan 2	0,00	0,00		За домашни и бизнес абонати	0,000	0,000	0,030	0,130		Таксуване на 1 секунда	

Източник: Ценови листи на предприятията, подадени в КРС