

VII. Анализ и оценка на съответните пазари

1. Въведение

След определянето на границите и участниците на съответните пазари на едро на (физически) достъп до мрежова инфраструктура в определено местоположение и на широколентов достъп на едро (Раздел VI от документа) и въз основа на събраната информация по реда на Раздел III на Методиката, КРС извършва анализ на съответните пазари, който има за цел да оцени:

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

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

Ефективна конкуренция на съответния пазар е налице, когато нито едно предприятие, предоставящо обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги самостоятелно или съвместно с други предприятия, няма значително въздействие върху този пазар¹.

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

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

Освен пазарния дял, критериите, които се използват за измерване на пазарната мощ на съответните предприятия зависят от конкретните характеристики на съответния пазар. Националните регулаторни органи са тези, които следва да определят кои критерии са най-подходящи за анализиране на пазарното присъствие². Част от критериите, които могат да бъдат използвани за установяване наличието на предприятие със значително въздействие върху съответния пазар са посочени в чл.156, ал.3 и 4 от ЗЕС и в чл. 35 и 36 от Методиката.

КРС счита, че не е релевантно за целите на настоящия анализ да използва всички критерии за установяване наличието на значително въздействие върху пазара, които са залегнали в Насоките за пазарните анализи и оценката на значително въздействие върху пазара³, както и в ЗЕС и Методиката⁴.

Критерии, които КРС счита, че не са относими при установяване наличието на предприятия със значително въздействие върху съответните пазари, обект на настоящия анализ:

- Наличие на продуктово разнообразие (чл. 35, ал. 6 от Методиката)– критерият не е взет под внимание, тъй като обект на анализ са пазарите на едро и по-специално специфични услуги, предоставяни на едро от предприятията

- Добре развита дистрибуторска и пласментна мрежа (чл. 35, ал. 10 от Методиката) - критерият не е взет под внимание, тъй като обект на анализ са пазарите на едро, и по-специално специфични услуги, предоставяни на едро от предприятията. Потребителите на услугите на пазарите на едро са предприятия, които предоставят електронни съобщителни услуги и са добре запознати с предлаганите оферти на едро от историческото предприятие.

¹ Чл. 25, ал. 2 от Методиката

² Чл. 77 от Насоките

³ Чл. 78 от Насоките

⁴ Чл. 35 и чл. 36 от Методиката

Поради естеството на услугите не е необходимо създаването на специализирана дистрибуторска мрежа, която да обслужва потребителите на пазара на едро.

Критерии за установяване наличието на предприятия със значително въздействие върху съответните пазари, обект на настоящия анализ, които КРС счита, че не са определящи:

- Общ размер на предприятието (чл. 35, ал. 1 от Методиката) – във връзка с така определените продуктови и географски пазари, обект на изследване, изследването на този критерий не би променило по никакъв начин изводите, направени по отношение на определянето на предприятия със значително въздействие върху пазара;

- Технологични предимства или превъзходство и/или достигнато технологично ниво на развитие на мрежата (чл. 35, ал. 3 от Методиката) – във връзка с така определените продуктови и географски пазари, обект на изследване, изследването на този критерий не би променило по никакъв начин изводите, направени по отношение на определянето на предприятия със значително въздействие върху пазара;

- Лесен или привилегирован достъп до капиталови пазари и/или финансови ресурси (чл. 35, ал. 5 от Методиката) – във връзка с така определените продуктови и географски пазари, обект на изследване, изследването на този критерий не би променило по никакъв начин изводите, направени по отношение на определянето на предприятия със значително въздействие върху пазара.

Относитими критерии при установяване наличието на предприятия със значително въздействие върху съответните пазари, обект на настоящия анализ:

При анализа на ефективността на конкуренцията и при определянето на предприятия със значително въздействие върху **пазара на необвързан достъп до абонатната линия, пазара на достъп до пасивна инфраструктура на „БТК” АД и пазара на битстрийм достъп**, КРС използва следните критерии:

1. Пазарен дял;
2. Бариери за навлизане на пазара:
 - Контрол върху инфраструктура, която не може да бъде лесно дублирана;
 - Наличие на разходи, необходими при навлизане в сектора, които не могат да бъдат възстановени при неговото напускане;
 - Икономии от мащаба и от обхвата;
3. Вертикална интеграция;
4. Недостатъчна или слаба покупателна способност;
5. Потенциална конкуренция.

3. Анализ и оценка на съответния пазар на необвързан достъп до абонатната линия и пазара на достъп до пасивна инфраструктура на „БТК” АД

3.1. Пазарен дял

Оценката на пазарния дял е отправна точка при анализа на значителното въздействие върху пазара. Ако пазарният дял на едно предприятие е по-голям от 50%, то това може да бъде разглеждано като ясен знак за наличието на значително въздействие върху пазара, освен при изключителни обстоятелства. По правило предприятия с пазарен дял под 25% не се считат за предприятия със значително въздействие върху пазара⁵.

Тъй като „БТК” АД е единственото предприятие в България, предоставящо от една страна необвързан достъп до абонатната линия (включително самостоятелен и съвместен достъп) и от друга - достъп до пасивната инфраструктура на предприятието, то „БТК” АД притежава 100% пазарен дял на двата продуктови пазара, съставляващи съответния пазар.

На базата на представените данни може да се заключи, че „БТК” АД притежава пазарен дял от 100% на пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение.

Пазарният дял сам по себе си е недостатъчен за извеждането на категорично заключение дали дадено предприятие има значително въздействие върху пазара и трябва да

⁵ Чл. 75 от Насоките

се разглежда в неразривна връзка с останалите критерии, заложи в чл. 78 от Насоките и чл. 35 и чл. 36 от Методиката. Въпреки това, 100 % пазарен дял, даващ на предприятието качеството на фактически монополист, е ясна индикация за наличие на значително въздействие на пазара.

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

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

При оценката съгласно критерия контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана се отчита дали дадено предприятие има право на собственост или контрол върху електронна съобщителна мрежа или друга, пасивна инфраструктура, за изграждането на които 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 и на свързаните пазари на дребно.

Предоставянето на услуги на едро на достъп до мрежова инфраструктура в определено местоположение изисква по дефиниция наличието на контрол върху инфраструктурата за достъп до крайния потребител. Историческото предприятие притежава 97,5% пазарен дял (на база брой постове) на пазара на дребно за достъп на домашни и бизнес потребители до обществена телефонна мрежа. „БТК“ АД е и единственото към момента на анализа предприятие, което предоставя широколентов достъп чрез xDSL (с изключение на „Орбител“ ЕАД, което обаче е започнало предоставянето на този тип услуги едва към средата на 2008 г.). Със силно изразената си йерархична инфраструктура и национално покритие на мрежата, мрежата на „БТК“ АД не може лесно да се дублира, както от техническа, така и от икономическа гледна точка и по тази причина представлява висока бариера за навлизане на пазара.

По отношение на съответния пазар на достъп до пасивната (физическата) инфраструктура на „БТК“ АД, съществуват абсолютни бариери за навлизане на него, поради факта, че други предприятия, освен историческото (предприятието, притежаващо тази инфраструктура) не могат да предоставят достъп до нея.

В заключение, мрежата и пасивната инфраструктура на „БТК“ АД представляват инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана и представляват висока бариера за навлизане на съответния пазар и на свързаните с него пазари.

3.2.2. Разходи, необходими за навлизане в сектора, които не могат да бъдат възстановени при неговото напускане

Разходите, свързани с изграждане, поддържане и експлоатиране на подобна мрежа и пасивна (физическа) инфраструктура и предоставянето на услуги посредством тях, които не могат да бъдат възстановени при напускане на пазара могат да включват: инвестиции във високо специализирано оборудване и сгради, разходи за набиране на квалифициран персонал и обучения, разходи за реклама, лицензионни такси, разходи за проучвания и развитие и др.⁶

Наличието на невъзстановими разходи не означава автоматично, че са налице високи бариери за навлизане на пазара. Приема се, че винаги съществуват разходи, необходими за навлизане на голяма част от пазарите, които не могат да бъдат възстановени. Историческото предприятие е претърпяло подобни загуби, навлизайки на пазара. Въпреки това, в доклада си относно бариерите за навлизане от 2005 г., ОИСР отбелязва, че при някои обстоятелства е много по-трудно за новонавлизащите в момента на пазара предприятия, отколкото е било за историческото предприятие при неговото навлизане: „когато пазарът вече е зает от историческо предприятие, потенциалните предприятия може да се озоват пред установени марки продукти, както и пред търсене, което е недостатъчно, за да позволи ефективно действие на новите предприятия”⁷.

В доклада се отбелязва, че където са налице високи невъзвръщаеми разходи, установилото се историческо предприятие, което също е претърпяло значителни невъзстановими разходи, има възможност да отговори на новонавлизащите предприятия като увеличи цените над своите собствени средни разходи, но под равнището, при което алтернативното предприятие би могло да покрие невъзстановимите разходи за навлизане. Тези разходи създават значителна асиметрия, която е способна да задържи навлизането, тъй като

⁶ Report 2005 Barriers to entry, OECD; <http://www.oecd.org/dataoecd/43/49/36344429.pdf>

⁷ Report 2005 Barriers to entry, OECD; <http://www.oecd.org/dataoecd/43/49/36344429.pdf>

историческото предприятие вече е направило тези разходи, а алтернативните не са. „По правило, колкото по-високи са разходите, които не могат да се възстановят, толкова е по-малко вероятно да навлезе друго предприятие на този пазар.“

Навлизането на пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение, както и на свързания с него пазар на ширококолов достъп на дребно би изисквало значителни разходи, които не могат да се възстановят при неговото напускане. Отчитайки ефекта на разходите, които не могат да бъдат възстановени при напускане на пазара, не би било логично да се приеме, че новонавлизащо предприятие би инвестирало в мрежа за достъп и в пасивна инфраструктура от мащаба на тези на „БТК“ АД.

Поради изброените причини КРС е на мнение, че разходите, които са необходими за навлизане в сектора и не могат да бъдат възстановени при неговото напускане, представляват висока бариера за навлизане на съответния и на свързаните с него пазари..

3.2.3. Икономии от мащаба и обхвата

При оценка съгласно тези критерии се отчита дали в резултат на нарастване обема на предоставяните от дадено предприятие електронни съобщителни мрежи и/или услуги намаляват средните му разходи за единица и дали в резултат на съвместното производство и предоставяне от дадено предприятие на електронни съобщителни мрежи и/или услуги намаляват средните му разходи на единица.

В сектора на електронните съобщения икономии от мащаба възникват, когато средните разходи на предприятието намаляват в резултат на това, че 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; наличието на икономии от мащаба може да представлява бариера за навлизане на нови конкуренти на пазара, както и да създава преимущества пред съществуващите конкуренти;

При икономии от обхвата намаление на разходите може да бъде постигнато чрез общ процес за производство/предоставяне на няколко електронни съобщителни мрежи и/или услуги; 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.

Гъстотата и йерархичната структура на мрежата на „БТК“ АД позволяват на предприятието да се възползва от икономии от мащаба, които намаляват разходите спрямо тези на алтернативните предприятия. От друга страна, широката гама услуги, които предоставя „БТК“ АД чрез мрежата си за достъп и позволяват да разпредели фиксираният разход върху всички услуги и по този начин да се възползва от значителни икономии от обхвата.

„БТК“ АД осъществява дейност на няколко пазара, които могат да се считат за свързани с пазара, обект на настоящия анализ. Към края на 2007 г. „БТК“ АД притежава следните дялове на всеки от тези пазари:

- на пазара на едро на специфичен/битстрийм достъп – 100%, изчислен на база брой линии;
- на пазара на дребно на ширококолов достъп до Интернет - 26%, изчислен на база брой абонати;
- на пазара на едро за отдаване на линии под наем – 90.79%, изчислен на база брой предоставени линии под наем;
- на пазара на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение - 97,5%, изчислен на база брой постове.

Към края на 2007 г. историческото предприятие реализира 90,79% от предоставените линии под наем и 97,5% от фиксираният телефонни постове в България. Това позволява на „БТК“ АД да действа като основен или единствен доставчик на услуги на пазарите на едро и едновременно с това да предлага услуги на крайни потребители, като по този начин на пазарите на дребно се конкурира с потребителите на своите услуги, предлагани на пазарите на едро.

Исключително високите пазарни дялове на „БТК“ АД, изчислени на база линии под наем, достъп до обществени телефонни мрежи в определено местоположение и битстрийм достъп създават на историческото предприятие съществени преимущества пред неговите конкуренти. От една страна „БТК“ АД е в състояние да предлага услуги на дребно за

ширококолов достъп и обществени телефонни услуги в определено местоположение, без да е поставено в зависимо положение от другите участници на пазара.

От друга страна, господстващото положение на историческото предприятие на пазарите на дребно за достъп и повиквания и фактът, че е на практика единственото предприятие, предоставящо xDSL достъп в България в рамките на анализирания период, му осигуряват значителни икономии от мащаба. В действителност, клиентската база и обема на трафика на „БТК“ АД му позволяват да съкрати разходите за единица производство.

Икономии от мащаба и обхвата, от които се възползва „БТК“ АД са важно икономическо предимство спрямо алтернативните предприятия и представляват бариера за навлизане или значително разширяване на пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение.

3.3. Вертикална интеграция

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

„БТК“ АД е вертикално интегрирано предприятие, поради факта, че като основен доставчик на пазара на едро има и значително присъствие на свързаните с него пазари на дребно надолу по веригата. „БТК“ АД е единственото предприятие на разглеждания съответен пазар и същевременно притежава високи пазарни дялове на свързаните пазари на дребно - 97,5% от фиксираните абонатни линии на пазара на дребно и 99,10% от приходите на пазара на дребно на достъп до обществени телефонни мрежи в определено местоположение. Предприятието притежава 26% пазарен дял на база брой потребители на пазара на дребно на предоставяне на ширококолов достъп до Интернет и е единственото към края на 2007 г. предприятие, предоставящо ADSL в България. „БТК“ АД притежава и 100% пазарен дял на пазара на битстрийм достъп. Това позволява на дружеството да действа като основен или единствен доставчик на услуги на пазарите на едро и едновременно с това да предлага услуги на крайни потребители, като на тези пазари на дребно се конкурира с предприятията, закупуващи услугите му, предлагани на пазарите на едро.

Поради факта, че историческото предприятие притежава значителна пазарна мощ на тези свързани пазари, съществува възможност да прехвърля пазарната си сила. КРС счита, че за алтернативно предприятие би било трудно да навлезе на пазара и да намали пазарната мощ на историческото предприятие.

Според КРС всички гореизброени фактори, заедно с контрола върху инфраструктурата, която не може лесно да се дублира, представляват значителни бариери за навлизане на пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение, ограничавайки потенциалната конкуренция и оказвайки влияние върху конкуренцията на пазарите надолу по веригата.

3.4. Недостатъчна или слаба покупателна способност

При оценката съгласно критерия недостатъчна или слаба покупателна способност на клиентите се отчита дали дадено предприятие има потребители със силни позиции при водене на преговори, които упражняват значително въздействие върху конкуренцията и ограничават способността на предприятието да следва поведение, независимо от своите потребители (чл. 35, т. 4 от Методиката). При анализа на покупателната способност би следвало да се отчетат следните фактори: дали тези потребители закупуват голям дял от предлаганите от предприятието електронни съобщителни мрежи и/или услуги, дали тези потребители реализират значителна част от постъпленията на предприятието, информирани ли са за алтернативни предприятия, предлагащи сходни електронни съобщителни мрежи и/или услуги и дали са в състояние да преминат лесно и без значителни разходи към електронни

съобщителни мрежи и/или услуги, предлагани от други предприятия или дори да започнат сами да предоставят съответните електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

„БТК“ АД е единственото предприятие в България, предоставящо услугата необвързан достъп до абонатната линия, и основното предприятие, предоставящо достъп до своята пасивна инфраструктура. Отчитайки тези факти, КРС е на мнение, че при липса на регулация, което и да било предприятие, използващо услугата необвързан достъп, закупуващо достъп до пасивна инфраструктура или други услуги на едро от историческото предприятие, не би било в състояние да упражни осезаемо въздействие спрямо „БТК“ АД, което да доведе до промяна в цената или другите условия на предоставяне на услугата. Също така, приходите, реализирани от „БТК“ АД от необвързан достъп към края на 2007 г. представляват едва 0,002 % от общите приходи на предприятието, а приходите от предоставяне на достъп до пасивната инфраструктура на историческото предприятие – 1,27 %, факти, които потвърждават гореспоменатото.

Поради изброените по-горе причини, КРС е на мнение, че не съществува балансираща покупателна способност на предприятия, потребители на услугите на едро на „БТК“ АД, която те биха били в състояние да упражнят спрямо историческото предприятие.

4. Определяне на предприятие със значително въздействие върху пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение

В резултат на извършения пазарен анализ, имащ за цел да оцени наличието на предпоставки, възпрепятстващи ефективната конкуренция на разглеждания пазар *предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение*, вземайки предвид изводите, направени при анализа съгласно всеки един от разгледаните критерии, а именно:

- фактът, че „БТК“ АД има 100% пазарен дял на двата продуктови пазара, съставляващи съответния пазар;
- наличието на инфраструктура, изградена от историческото предприятие, която не може лесно да се дублира;
- икономии от мащаба и обхвата, от които се възползва „БТК“ АД;
- вертикалната интеграция и
- липсата на други предприятия, които имат възможност чрез своята покупателна способност да оказват въздействие върху цените на разглежданите услуги на едро,

КРС стигна до заключението, че следва да определи „БТК“ АД за предприятие със значително въздействие върху пазара на предоставяне на (физически) достъп на едро до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение.

5. Анализ и оценка на съответния пазар на битстрийм достъп

5.1. Пазарен дял

Оценката на пазарния дял е отправна точка при анализа на значителното въздействие върху пазара. Ако пазарният дял на едно предприятие е по-голям от 50%, то това може да бъде разглеждано като ясен знак за наличието на значително въздействие върху пазара, освен при изключителни обстоятелства. По правило предприятия с пазарен дял под 25% не се считат за предприятия със значително въздействие върху пазара⁸.

Тъй като „БТК“ АД е единственото предприятие в България, предоставящо битстрийм достъп, то историческото предприятие притежава 100% пазарен дял на съответния пазар.

За миналия период на анализа нито едно предприятие не е предоставяло широколентов достъп на едро - договорът за специфичен/битстрийм достъп, сключен между „БТК“ АД и „БТК Мобайл“ ЕООД е от края на 2007 г. като в края на годината все още не е бил предоставян специфичен/битстрийм достъп въз основа на него.

⁸ Чл. 75 от Насоките

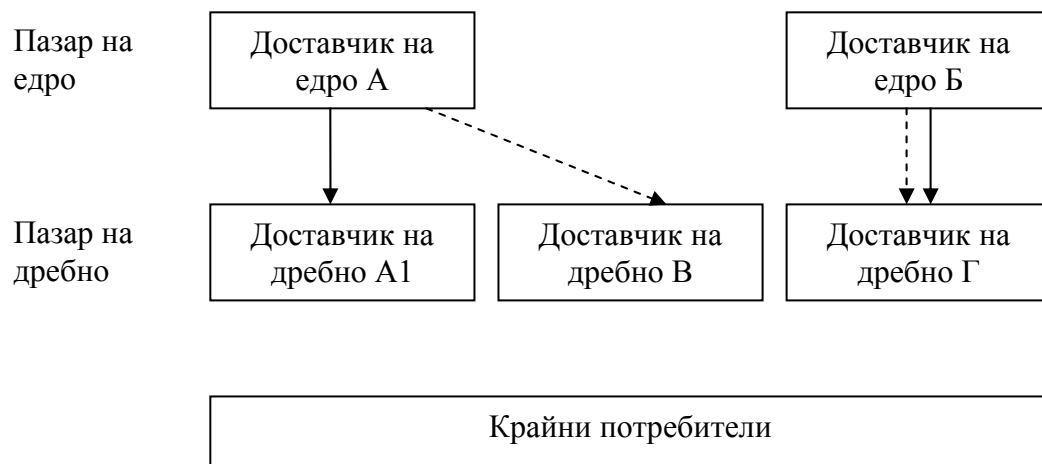
Във връзка с изложеното по-горе, „БТК” АД притежава пазарен дял от 100% на пазара на едро на широколентов достъп.

Пазарният дял сам по себе си е недостатъчен за извеждането на категорично заключение дали дадено предприятие има значително въздействие върху пазара и трябва да се разглежда в неразривна връзка с останалите критерии, заложиени в чл. 78 от Насоките и чл. 35 и чл. 36 от Методиката. Въпреки това 100 % пазарен дял, даващ на предприятието качеството на фактически монополист, е ясна индикация за наличие на значително въздействие на пазара.

5.2. Потенциална конкуренция

КРС анализира и евентуалния непряк конкурентен натиск, който наличието на алтернативни мрежи би могло да окаже на историческото предприятие посредством взаимозаменяемост на продуктите на дребно. Основания за по-детайлен анализ в тази връзка съществуват дотолкова, доколкото, както беше установено, на ниво пазар на дребно съществува взаимозаменяемост между широколентовия достъп, предоставян съответно чрез ADSL, кабелни мрежи за разпространение на радио и телевизионни програми и кабелни мрежи за предаване на данни (LAN/RLAN). Следвайки подхода на ЕК, КРС извършва анализ в този аспект именно при изследването на пазарната мощ на историческото предприятие, а не при определянето на съответния продуктов пазар.

Индиректният конкурентен натиск върху ценообразуването на пазара на едро при пазарна структура с наличие на вертикално интегрирано предприятие принципно може да бъде обяснен посредством използване на следната схема (фигура 27). При нея доставчиците на едро А и Б предоставят услуги, които не са взаимозаменяеми. Доставчикът на едро А е вертикално интегриран с доставчика на дребно А1 и предоставя услугата на едро както на доставчика на дребно А1 (принадлежащ към неговата икономическа група), така и на доставчика на дребно В. А е единственият доставчик на съответната услуга на едро. Доставчикът на дребно Г ползва услуга на едро от доставчика на едро Б (двете предприятия би могло да са вертикално интегрирани). Доставчиците на дребно А1 и В предлагат идентична услуга на дребно, а доставчикът на дребно Г предлага услуга, която е взаимозаменяема с нея.



Фигура 27

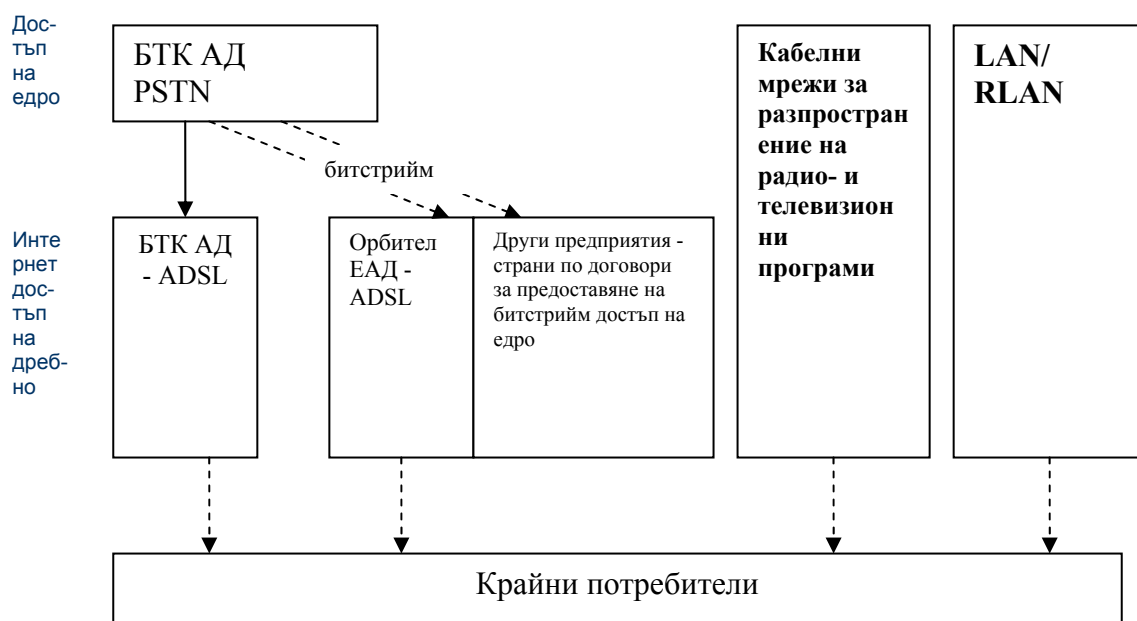
Евентуалният непряк конкурентен натиск в резултат на взаимозаменяемостта на продуктите на дребно би се изразявал в следното: повишаването на цените на услугата на едро, предоставяна от доставчика А, нормално би довело до повишаване на цената на услугата на дребно, предлагана от доставчиците на дребно А1 и В. Доколкото услугите на дребно са взаимозаменяеми, това повишаване на цените би могло да доведе до преминаване на крайни потребители, досега използвали услугите на А1 или В към доставчика на дребно Г. При намалени продажби от страна на доставчика на дребно В, той би намалил и количеството на услугата на едро, която закупува от доставчика на едро А. Проблемът, който следва да бъде изследван е доколко намаляването на продажбите на доставчика на едро А в резултат на

евентуално повишаване на цените при действието на описания механизъм, би направило това повишаване икономически неизгодно и доколкото това би могло да доведе до извод за липса на значително въздействие на пазара.

Приложен към разглежданите в настоящия документ пазари, този принципен механизъм придобива следния вид. „БТК“ АД е единствен доставчик на едро на необвързан и битстрийм достъп. Предприятията, предоставящи ширококолов достъп на дребно посредством различни технологии са описани в Раздел V от настоящия документ. Както пак там е посочено, „БТК“ АД предоставя ADSL достъп на дребно чрез своята PSTN мрежа. От средата на 2008 г. ADSL достъп на дребно предлага и „Орбител“ ЕАД, като за целта се ползва битстрийм достъп, предоставян от „БТК“ АД и към настоящия момент има клиентска база, незначителна спрямо общия брой абонати.

ADSL достъпът на дребно е взаимозаменяем за крайните потребители с достъпа, предоставян от кабелните телевизии и от операторите на кабелните мрежи за пренос на данни. Сключени са 8 договора за специфичен/битстрийм достъп със следните предприятия: „Орбител“ ЕАД, „Спектър Нет“ АД, „БТК Мобайл“ ЕООД, „Еволинк“, ООД, „Нексом“ България ЕАД, „Нет Ис Сат“ ООД, „Нет1“ ЕООД и „Вестител БГ“ АД.

Анализирайки индиректния конкурентен натиск, КРС търси отговор на въпроса доколко взаимозаменяемостта между ADSL достъпа и другите форми на ширококолов достъп на дребно би довела до натиск спрямо „БТК“ АД и доколко това би довело до невъзможност на историческото предприятие да действа в значителна степен независимо от своите конкуренти и клиенти.



Източник: КРС

Фигура 28

КРС отчита на първо място обстоятелството, че до средата на 2008 г. единствено историческото предприятие предлага ADSL достъп на дребно. С изключение на „Орбител“ ЕАД и към момента на настоящия анализ няма други доставчици на дребно, които предоставят такъв тип достъп. Следователно, на практика в България не стои въпросът за преминаване на потребители, ползващи услугите на доставчици на ADSL достъп (различни от „БТК“ АД) към оператори, предлагащи достъп на дребно чрез други технологии. Доколкото „БТК“ АД е вертикално интегрирано предприятие, което участва и на пазара на дребно, дружеството не би имало интерес нови оператори да започнат да предлагат ADSL достъп, т.е. или да се появят нови участници на пазара на дребно или действащи участници да разширят предлаганите от тях услуги, включвайки и ADSL. Поддържайки високи цени на битстрийм достъп на едро (съчетано с поддържане на относително ниски цени на достъпа на дребно), историческото предприятие би подложило останалите доставчици на „подтискане на печалбата“ и по този начин би затворило достъпа им до пазара. В същото време, доколкото „БТК“ АД досега не е предоставяло на едро битстрийм достъп, дружеството не би претърпяло загуби от евентуално (на този етап чисто теоретично) преминаване на клиенти от доставчици на ADSL (и съответно

ползватели на битстрийм достъп на „БТК“ АД) към други доставчици на дребно. Следователно, би могъл да се направи обоснованият извод, че предвид състоянието на пазарите на дребно и на едро към настоящия момент, взаимозаменяемостта на ниво достъп на дребно няма да доведе до натиск върху историческото предприятие да не увеличава цените на битстрийм достъп на едро. Нещо повече, към настоящия момент, при липса на регулация, „БТК“ АД би имала стимул да поддържа тези цени високи. Евентуалното разгръщане на пазара на битстрийм достъп би могло да промени тази ситуация. Ако „БТК“ АД да започне да реализира по-съществени приходи, както от предоставяне на услуги на дребно, така и на едро, евентуалното свиване на продажбите на едро, което би могло да се получи в резултат на повишаване на цените, би могло да има по-голямо значение за историческото предприятие. КРС обаче е на мнение, че такива ефекти няма да се проявят в рамките на времеви хоризонт на настоящия пазарен анализ.

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

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

При оценката съгласно критерия контрол върху инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана 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.

Предоставянето на услуги на едро на битстрийм достъп предполага наличието на контрол върху инфраструктурата за достъп до крайния потребител. Историческото предприятие притежава 97,5% пазарен дял (на база брой постове) на пазара на дребно за достъп на домашни и бизнес потребители до обществена телефонна мрежа. „БТК“ АД е и единственото към момента на анализа предприятие, което предоставя широколентов достъп чрез xDSL (с изключение на „Орбител“ ЕАД, което обаче е започнало предоставянето на този тип услуги едва към средата на 2008 г.). Със силно изразената си йерархична инфраструктура и национално покритие на мрежата, мрежата на „БТК“ АД не може лесно да се дублира, както от техническа, така и от икономическа гледна точка и по тази причина представлява висока бариера за навлизане на пазара.

В заключение, мрежата за достъп на „БТК“ АД представлява инфраструктура, която не може лесно да бъде дублирана и представлява висока бариера за навлизане на пазара.

5.3.2. Разходи, необходими за навлизане в сектора, които не могат да бъдат възстановени при неговото напускане

Разходите, свързани с изграждане, поддръжка и експлоатиране на подобна мрежа и предоставяне на услуги посредством нея, които не могат да бъдат възстановени при напускане на пазара могат да включват: инвестиции във високо специализирано оборудване и сгради, разходи за набиране на квалифициран персонал и обучения, разходи за реклама, лицензионни такси, разходи за проучвания и развитие и др.⁹

Наличието на невъзобновими разходи не означава автоматично, че са налице високи бариери за навлизане на пазара. Приема се, че винаги съществуват разходи, необходими за навлизане на голяма част от пазарите, които не могат да бъдат възстановени. Историческото предприятие е претърпяло подобни загуби, навлизайки на пазара. Въпреки това, в доклада си относно бариерите за навлизане от 2005 г., ОИСР отбелязва, че при някои обстоятелства е много по-трудно за новонавлизащите в момента на пазара предприятия, отколкото е било за историческото предприятие при неговото навлизане: *„когато пазарът вече е зает от историческо предприятие, потенциалните предприятия може да се озоват пред установени марки продукти, както и пред търсене, което е недостатъчно за да позволи ефективно действие на новите предприятия“*¹⁰.

В доклада се отбелязва, че където са налице високи невъзвръщаеми разходи, установилото се историческо предприятие, което също е претърпяло значителни невъзстановими разходи, има възможност да отговори на новонавлизащите предприятия като увеличи цените над своите собствени средни разходи, но под равнището, при което алтернативното предприятие би могло да покрие невъзстановимите разходи за навлизане. Тези разходи създават значителна асиметрия, която е способна да задържи навлизането, тъй като

⁹ Report 2005 Barriers to entry, OECD; <http://www.oecd.org/dataoecd/43/49/36344429.pdf>

¹⁰ Report 2005 Barriers to entry, OECD; <http://www.oecd.org/dataoecd/43/49/36344429.pdf>

историческото предприятие вече е направило тези разходи, а алтернативните не са. „По правило, колкото по-високи са разходите, които не могат да се възстановят, толкова е по-малко вероятно да навлезе друго предприятие на този пазар.“

Навлизането на пазара на битстрийм достъп би изисквало значителни разходи, които не могат да се възстановят при неговото напускане. Необходими са и допълнителни инвестиции за развитие на услугата, оборудване, канали и др. Отчитайки ефекта на разходите, които не могат да бъдат възстановени при напускане на пазара, не би било логично да се приеме, че новонавлизащо предприятие би инвестирало в мрежа за достъп от мащаба на мрежата на „БТК“ АД. За навлизане на пазара на битстрийм достъп са необходими значителни разходи, дори и ограничени, които не могат да бъдат възстановени.

Поради изброените причини, КРС е на мнение, че разходите, които не могат да бъдат възстановени при напускане на пазара, представляват бариера за навлизане за всяко предприятие, което не е изградило собствена мрежа и представляват по-малка, но все пак значителна бариера за навлизане на предприятие, притежаващо собствена мрежа, до която може да бъде предоставен достъп, но без елементите, необходими за предлагането на едро на широколентов достъп.

5.3.3. Икономии от мащаба и обхвата

При оценка съгласно тези критерии се отчита дали в резултат на нарастване обема на предоставяните от дадено предприятие електронни съобщителни мрежи и/или услуги намаляват средните му разходи за единица и дали в резултат на съвместното производство и предоставяне от дадено предприятие на електронни съобщителни мрежи и/или услуги намаляват средните му разходи на единица.

В сектора на електронните съобщения икономии от мащаба възникват, когато средните разходи на предприятието намаляват в резултат на това, че 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; наличието на икономии от мащаба може да представлява бариера за навлизане на нови конкуренти на пазара, както и да създава преимущества пред съществуващите конкуренти.

При икономии от обхвата намаление на разходите може да бъде постигнато чрез общ процес за производство/предоставяне на няколко електронни съобщителни мрежи и/или услуги; 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.

Гъстотата и йерархичната структура на мрежата на „БТК“ АД позволяват на предприятието да се възползва от икономии от мащаба, които намаляват разходите спрямо тези на алтернативните предприятия. От друга страна, широката гама услуги, които предоставя „БТК“ АД чрез мрежата си за достъп и позволяват да разпредели фиксираните разходи върху всички услуги и по този начин да се възползва от значителни икономии от обхвата.

„БТК“ АД осъществява дейност на няколко пазара, които могат да се считат за свързани с пазара, обект на настоящия анализ. Към края на 2007 г. „БТК“ АД притежава следните дялове на всеки от тези пазари:

- на пазара на едро на достъп до мрежова инфраструктура в определено местоположение – 100%, изчислен на база брой линии;
- на пазара на дребно на широколентов достъп до Интернет - 26%, изчислен на база брой абонати;
- на пазара на едро за отдаване на линии под наем – 90.79%, изчислен на база брой предоставени линии под наем;
- на пазара на дребно на достъп до обществена телефонна мрежа в определено местоположение - 97,5%, изчислен на база брой постове.

Към края на 2007 г. историческото предприятие реализира 90,79% от предоставените линии под наем и 97,5% от фиксираните телефонни постове в България. Това позволява на „БТК“ АД да действа като основен или единствен доставчик на услуги на пазарите на едро и едновременно с това да предлага услуги на крайни потребители, като по този начин на пазарите на дребно се конкурира с потребителите на своите услуги, предлагани на пазарите на едро.

Изключително високите пазарни дялове на „БТК“ АД, изчислени на база линии под наем, достъп до обществени телефонни мрежи в определено местоположение и достъп до мрежова инфраструктура в определено местоположение създават на историческото

предприятие съществени преимущества пред неговите конкуренти. От една страна „БТК“ АД е в състояние да предлага услуги на дребно за широколентов достъп и обществени телефонни услуги в определено местоположение, без да е поставено в зависимо положение от другите участници на пазара.

От друга страна, господстващото положение на историческото предприятие на пазарите на дребно за достъп и повиквания и фактът, че е на практика единственото предприятие, предоставящо xDSL достъп в България в рамките на анализирания период, му осигуряват значителни икономии от мащаба. В действителност, клиентската база и обема на трафика на „БТК“ АД му позволяват да съкрати разходите за единица производство.

Икономии от мащаба и обхвата, от които се възползва „БТК“ АД са важно икономическо предимство спрямо алтернативните предприятия и представляват бариера за навлизане или значително разширяване на пазара на едро на широколентов достъп.

5.4. Вертикална интеграция

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

„БТК“ АД е вертикално интегрирано предприятие, поради факта, че като основен доставчик на пазара на едро има и значително присъствие на свързаните с него пазари на дребно надолу по веригата. „БТК“ АД е единственото предприятие на пазара, което предоставя битстрийм достъп и същевременно притежава високи пазарни дялове на свързани пазари на дребно - 97,5% от фиксираните абонатни линии на пазара на дребно и 99,10% от приходите на пазара на дребно на достъп до обществени телефонни мрежи в определено местоположение. Предприятието притежава и 100% пазарен дял на пазара на (физически) достъп до мрежова инфраструктура (включително самостоятелен и съвместен необвързан достъп) в определено местоположение. Това позволява на дружеството да действа като основен или единствен доставчик на услуги на пазарите на едро и едновременно с това да предлага услуги на крайни потребители като на тези пазари на дребно се конкурира с предприятията, закупуващи услугите му, предлагани на пазарите на едро.

Поради факта, че историческото предприятие притежава значителна пазарна мощ на тези свързани пазари, съществува възможност да прехвърля пазарната си сила. КРС счита, че за алтернативно предприятие би било трудно да навлезе на пазара и да намали пазарната мощ на историческото предприятие.

Според КРС всички гореизброени фактори, заедно с контрола върху инфраструктурата, която не може лесно да се дублира, представляват значителни бариери за навлизане на пазара на едро на битстрийм достъп, ограничавайки потенциалната конкуренция и оказват влияние върху конкуренцията на пазарите надолу по веригата.

5.5. Недостатъчна или слаба покупателна способност

При оценката съгласно критерия недостатъчна или слаба покупателна способност на клиентите се отчита дали дадено предприятие има потребители със силни позиции при водене на преговори, които упражняват значително въздействие върху конкуренцията и ограничават способността на предприятието да следва поведение, независимо от своите потребители (чл. 35, т. 4 от Методиката). При анализа на покупателната способност би следвало да се отчетат следните фактори: дали тези потребители закупуват голям дял от предлаганите от предприятието електронни съобщителни мрежи и/или услуги, дали тези потребители реализират значителна част от постъпленията на предприятието, информирани ли са за алтернативни предприятия, предлагащи сходни електронни съобщителни мрежи и/или услуги и дали са в състояние да преминат лесно и без значителни разходи към електронни съобщителни мрежи и/или услуги, предлагани от други предприятия или дори да започнат сами да предоставят съответните електронни съобщителни мрежи и/или услуги.

„БТК“ АД е единственото предприятие в България, предоставящо услугата битстрийм достъп. Отчитайки този факт, КРС е на мнение, че при липса на регулация, което и да било

предприятие, използващо услугата битстрийм достъп и закупуващо и други услуги на едро от историческото предприятие, не би било в състояние да упражни осезаемо въздействие спрямо „БТК“ АД, което да доведе до промяна в цената или другите условия на предоставяне на услугата битстрийм достъп.

Поради изброените по-горе причини, КРС е на мнение, че не съществува балансираща покупателна способност на предприятията, която те биха били в състояние да упражнят спрямо историческото предприятие, предоставящо им битстрийм достъп.

6. Определяне на предприятие със значително въздействие върху пазара

В резултат на извършения пазарен анализ, имащ за цел да оцени наличието на предпоставки, възпрепятстващи ефективната конкуренция на разглеждания пазар *на едро на широколентов достъп*, вземайки предвид изводите, направени при анализа на всеки един от разгледаните критерии, а именно:

- фактът, че „БТК“ АД има 100% пазарен дял на съответния пазар и липсата на значителен индиректен конкурентен натиск от страна на предприятията, предлагащи алтернативни технологии за широколентов достъп;
- наличието на инфраструктура, изградена от историческото предприятие, която не може лесно да се дублира;
- икономии от мащаба и обхвата, от които се възползва „БТК“ АД;
- вертикалната интеграция; и
- липсата на предприятия, които имат възможност чрез своята покупателна способност да окажат въздействие върху цените на разглежданите услуги за битстрийм достъп, КРС стигна до заключението, че следва да определи „БТК“ АД за предприятие със значително въздействие върху пазара на битстрийм достъп.