

РАЗВИТИЕ НА ПОЩЕНСКИЯ СЕКТОР В ЕС

*Работим 8 минути, за да изпратим едно писмо с
„Български пощи“ ЕАД при средно време за Европа от
1,7 минути*

Изследването е част от [кампанията на ИПИ „Разходите на българската държава“](#)

януари 2011

Автор: Цвета Миленова

Редактор: Светла Костадинова

Институт за пазарна икономика

www.ime.bg

Като продължение от предишния бюлетин на [темата](#) за състоянието на пощенските услуги в България и в подкрепа на тезата, че е необходимо спешно преразглеждане на необходимостта да има държавна поща у нас ще представим извадка от данни, публикувани в доклада от ноември 2010, изготвен по поръчка на Европейската комисия [Развитие на пощенския сектор през периода 2008-2010 г.](#) Данните са предоставени от регулаторните органи, министерства и националните пощенски оператори на 31 европейски страни в специално разработени анкетни карти.

Обобщение за представянето на „Български пощи“ ЕАД:

- Двете основни универсални услуги в България (20 гр. писмо и 1 кг. колет) са най-недостъпните и скъпи в цяла Европа;
- Дружеството работи на загуба, въпреки годишната компенсация от държавния бюджет;
- Пощенският сектор в България е един от тези с най-малък дял от БВП в Европа;
- България е страната с най-много пощенски клонове в Европа на човек от населението.

Само тези факти стигат, за да се постави сериозно въпросът за бъдещето на „Български пощи“ ЕАД. За съжаление това едва ли ще стане, защото:

- С промени в закона за пощенските услуги от декември 2010 беше даден без конкурс лиценз за универсална пощенска услуга на „Български пощи“ ЕАД за период от 15 години, и
- От 2005 година „Български пощи“ ЕАД е в забранителния списък за приватизация.

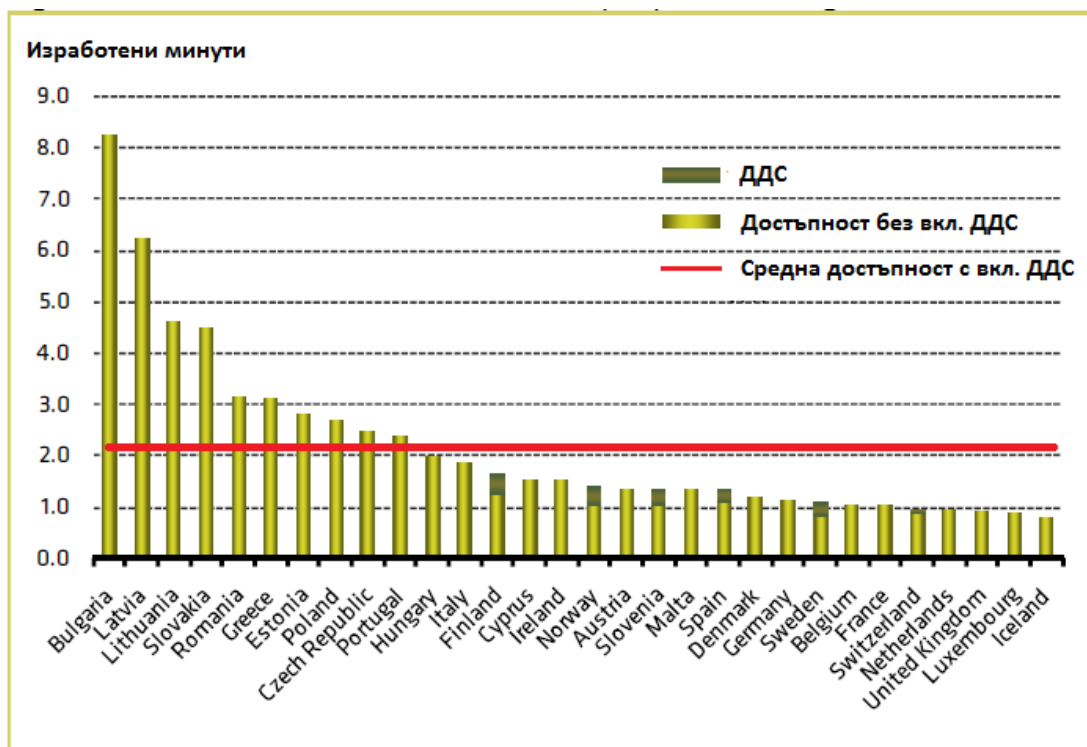
Универсалната пощенска услуга в България е най-недостъпна в Европа

Най-общо, универсалната пощенска услуга в България гарантира събиране на поща (малки писма и пратки, колети и доставка на вестници) в минимум 5 дни от седмицата, в цялата страна, включително и слабо населени и труднодостъпни места на достъпни цени, които се регулират от КРС. В случай, че доставчикът на универсалната услуга, в случая „Български пощи“ ЕАД, реализира загуби при предоставянето на услугата, то те се покриват от държавния бюджет¹.

За да изследват достъпността на универсалната услуга авторите на доклада изчисляват колко минути работа са необходими (преди данъци), за да си позволим да изпратим два пощенски продукта: писмо от 20 гр. и колет от 1 кг. в различните европейски страни. Като заместител на работната заплата е използвана средната цена на труда за един час по данни на Евростат. Цените на писмата и колетите са подадени от националните доставчици на пощенски услуги (за България – „Български пощи“ ЕАД). От 2007 г. до 2008 г. разликите в достъпността се дължат основно на промяната в цените на пощенските услуги, отколкото на промяна на заплащането на труда в отделните страни. Средно в Европа са необходими 1,7 минути работа за да се изпрати едно писмо от 20 гр. и около 15 минути за да се изпрати колет от 1 кг. България е водеща и в двете класации, тъй като у нас цените на тези универсални услуги са високи и е необходимо да работим над 8 минути за да изпратим едно 20-грамово писмо и над 35 минути за да си позволим да изпратим 1-килограмов колет. При това положение е повече от ясно, че пощата в България не работи ефективно и се налагат промени.

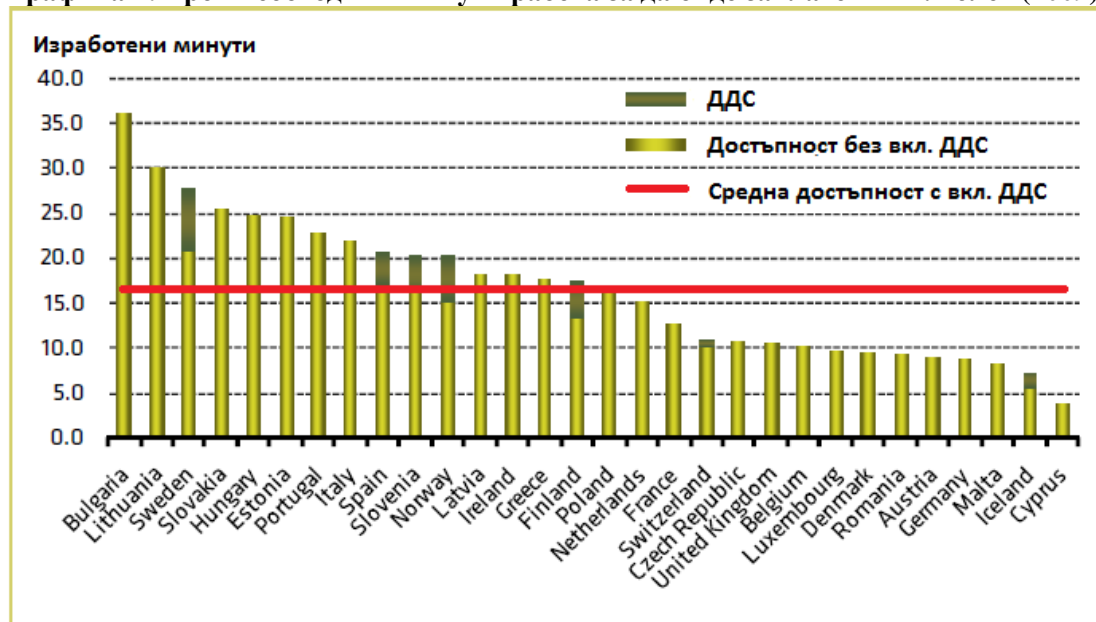
¹ За повече информация виж Закон за пощенските услуги.

Графика 1: Брой необходими минути работа за да бъде закупено 20 гр. писмо (2009)



Забележка: Нарастването на изработените минути означава, че продуктът е станал по-малко достъпен. Изчисленията са направени на база на почасовото заплащане преди данъчно облагане, но с начислено ДДС на пощенския продукт (ако се начислява ДДС според националното законодателство).
Източник: Анкетните карти на изследването

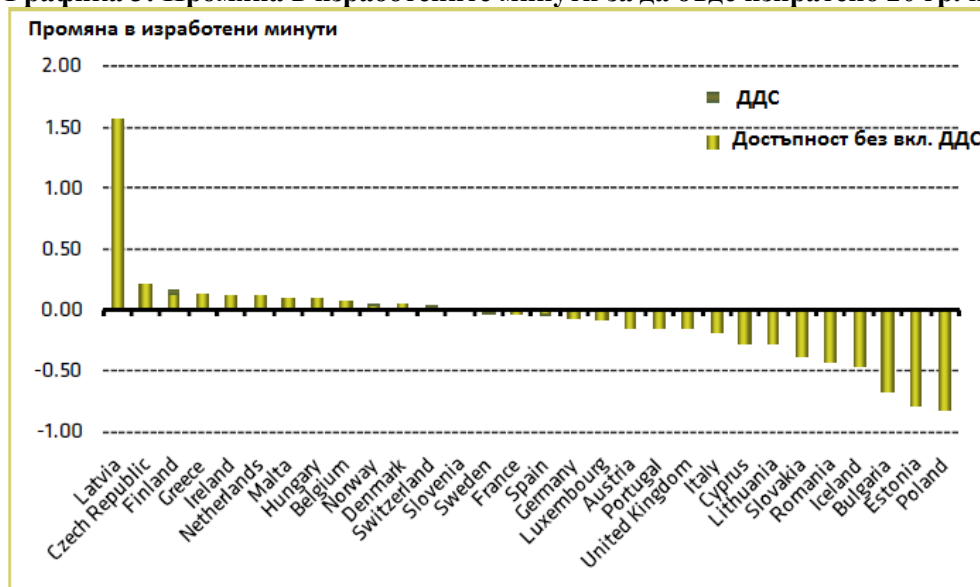
Графика 2: Брой необходими минути работа за да бъде заплатен 1 кг. колет (2009)



Забележка: Нарастването на изработените минути означава, че продуктът е станал по-малко достъпен. Изчисленията са направени на база на почасовото заплащане преди данъчно облагане, но с начислено ДДС на пощенския продукт (ако се начислява ДДС според националното законодателство).
Източник: Анкетните карти на изследването

Изследването проследява и процесът на поскъпване или поевтиняване на универсалната пощенска услуга. Въпреки че за България през годините се наблюдава намаление на цената, това не води до по-голяма достъпност, което означава, че достъпността преди 2005 е била дори по-ниска от настоящата.

Графика 3: Промяна в изработените минути за да бъде изпратено 20 гр. писмо (2005-2009)

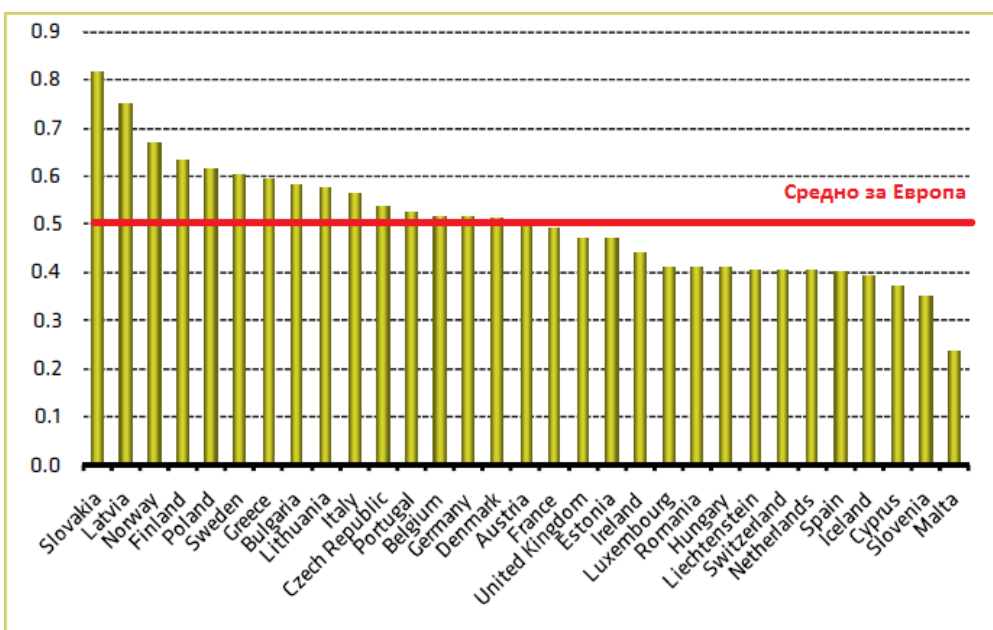


Забележка: Нарастването на изработените минути означава, че продуктът е по-малко достъпен. Изчисленията са направени на база на почасовото заплащане преди данъчно облагане, но с начислен ДДС.

Източник: Анкетните карти на изследването

Високата цена на универсалната услуга за изпращане на 20 гр. писмо се вижда и от следващата графика, където „Български пощи” е сред националните доставчици, предлагачи за цена за тази услуга над средното ниво за Европа. Само преди няколко месеца тази цена се увеличи от 0,60 стотинки на 0,65 ст. Въпреки субсидиите от българския бюджет цената остава висока.

Графика 4: Цени в евро на 20 гр. писма през 2009 г. (коригирани с покупателната способност в съответните страни)



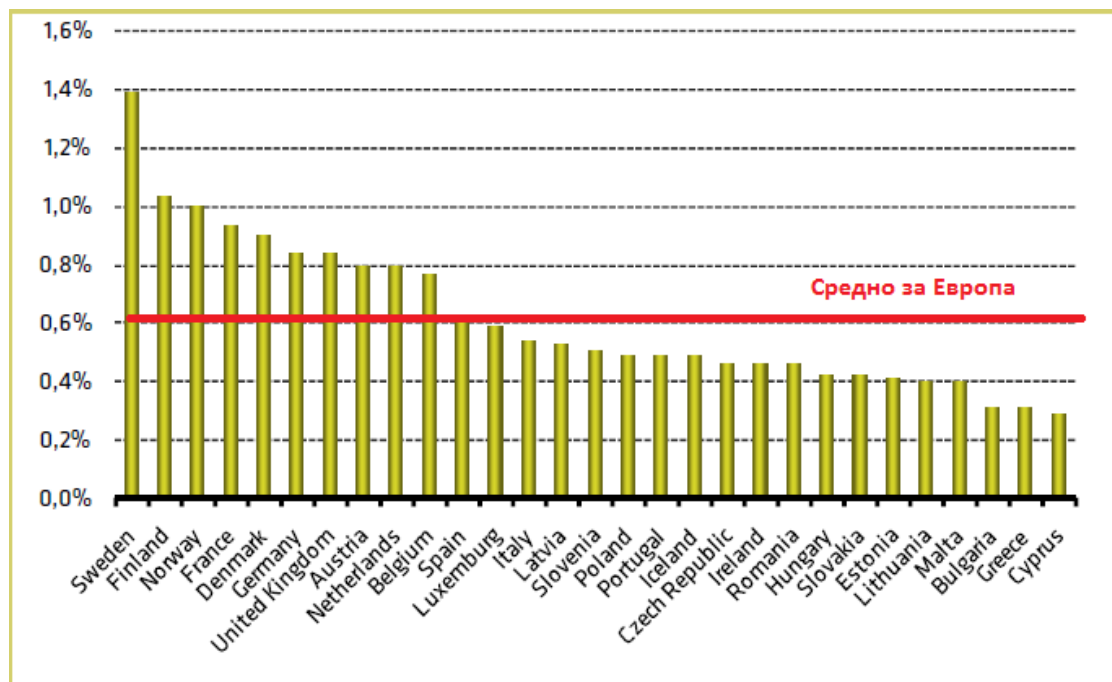
Забележка: За Словакия е използвана цената на 50-грамовото писмо, тъй като няма универсална тарифа за 20-грамовото.

Източник: Анкетните карти на изследването

Дял на пощенския сектор от БВП

Секторът на пощенските услуги е най-голям в страните, в които реформата на пазара на пощенски услуги е относително напреднала (Швеция, Финландия, Великобритания и Германия). Пощенският сектор има по-голям принос в БВП в развитите икономики - скандинавските страни, Франция, Германия, Австрия, Великобритания и страните от Бенелюкс. В тези страни секторът осигурява от 0,8% до 1,0% от БВП. България, заедно с Гърция и Кипър, е на опашката. Ниският дял на участие на българските пощенски услуги в БВП на страната се обяснява, с това че „нашата” поща се фокусира основно върху предлагането на базисните услуги.

Графика 5: Дял на пощенския сектор от БВП през 2009 г.



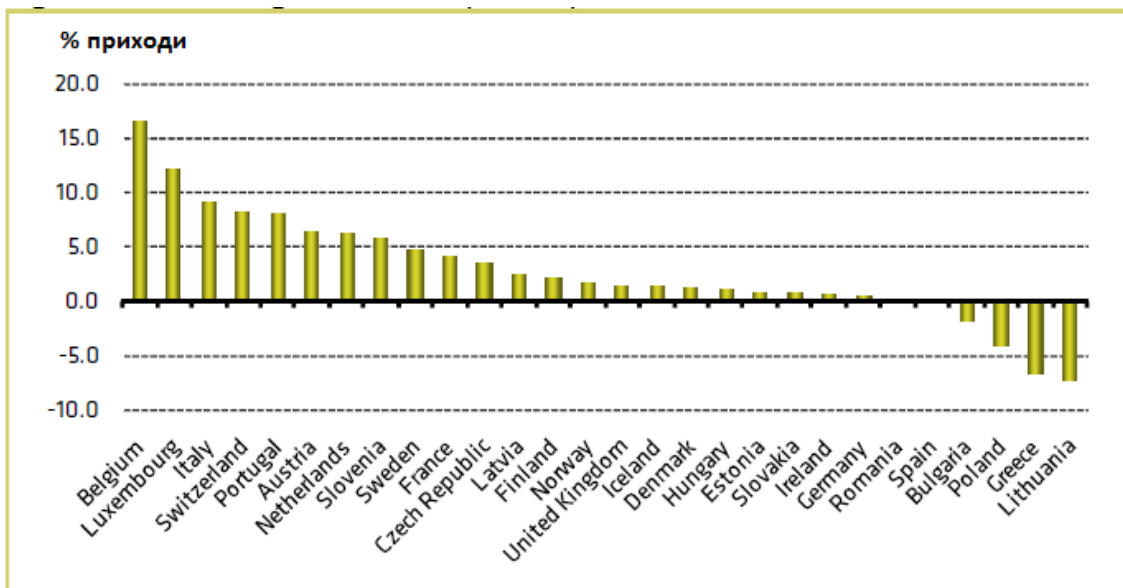
Източник: Анкетните карти на изследването

Митът, че националните пощи не могат да бъдат на печалба

От 28 страни, предоставили информация, в 23 от тях националните пощенски оператори реализират печалба.

„Български пощи” ЕАД е сред четирите пощи, заедно с полската, гръцката и тази на Литва, които работят изцяло на загуба, въпреки, че по закон „Български пощи” получава компенсация от държавния бюджет за доказания от нея пред Комисията за регулиране на съобщенията дефицит. Пощите в други страни като Белгия (с участие на държавата в собствеността на пощата от 50%), Италия (65% държавно участие), Австрия (52,8% държавно участие), Холандия (изцяло частна) и др. обаче доказват, че и могат да работят на печалба.

Графика 6: Печалба преди данъци на националния пощенски оператор (2009)

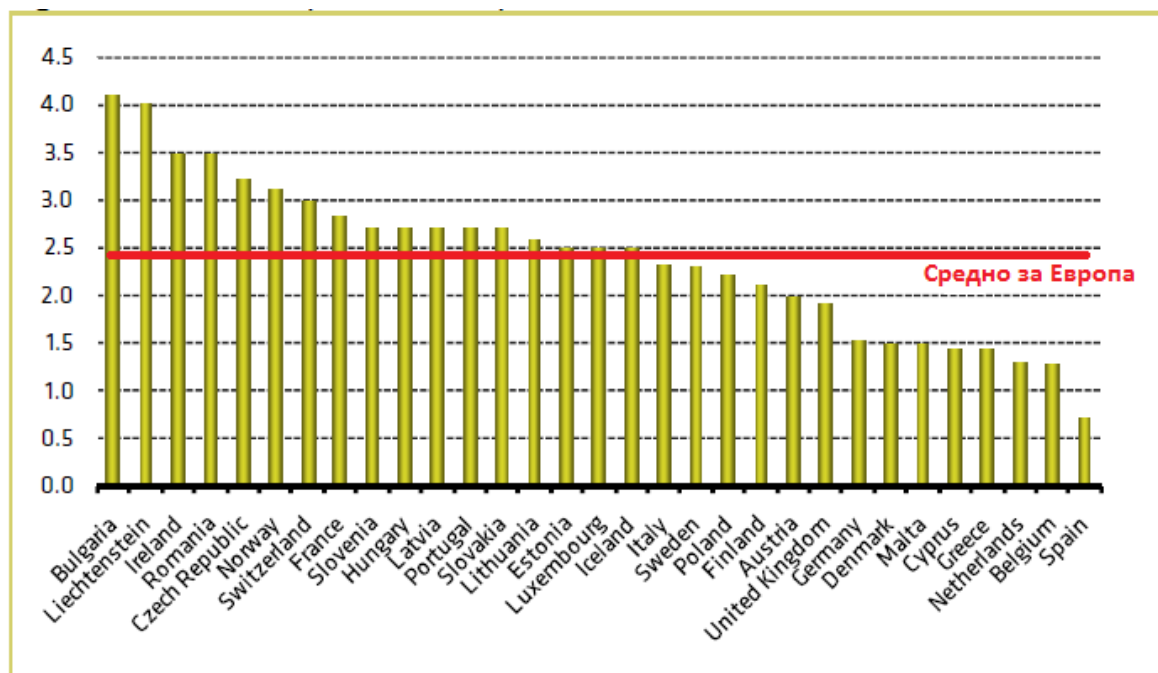


Забележка: Пощенските оператори на Румъния и Испания имат много малки положителни и отрицателни печалби преди данъчното облагане и затова това техните стойности не се виждат. Страните, които не са предоставили информация са: Кипър, Малта и Лихтенщайн
 Източник: Анкетните карти на изследването

Брой пощенски клонове

Според доклада на Европейската комисия общият брой на пощенските клонове в България (станции и агентства) на 10 000 души е най-голям – 4 клона при средно за Европа 2,4 клона. Този брой зависи от законодателството на съответната страна, така че изменението на българския закон за пощенските услуги в посока оптимизиране на клонове идва точно навреме. Явно останалите европейски държави се справят успешно и с по-малко на брой пощенски клонове.

Графика 7: Общ брой пощенски станции и агентства на 10 000 души

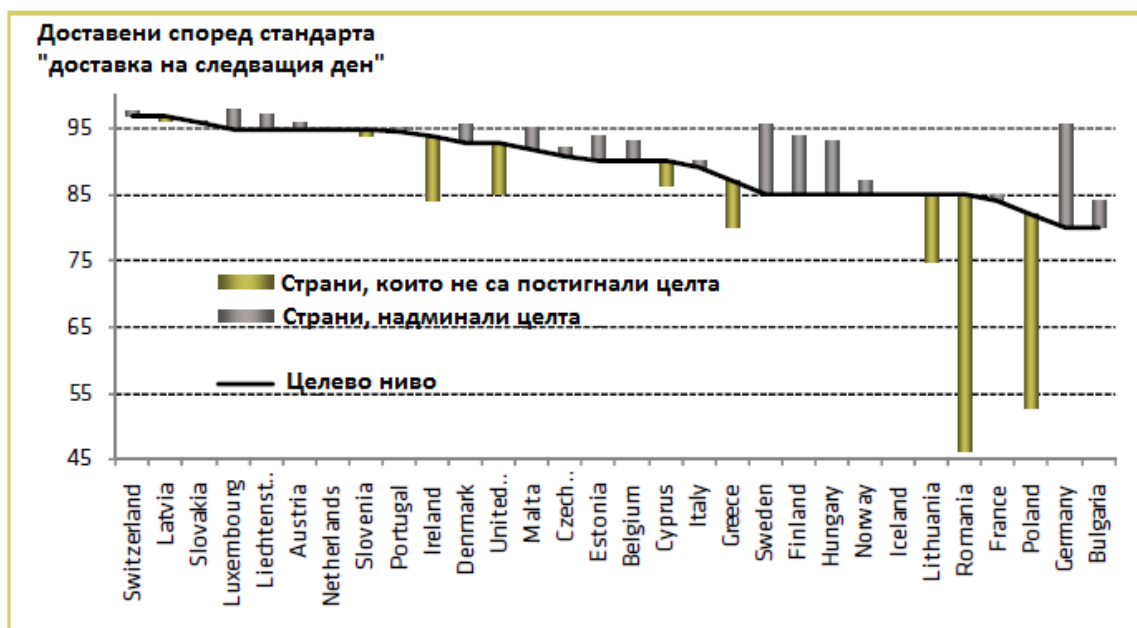


Източник: Анкетните карти на изследването

Време за доставка

Времето за доставка е мярка за качеството на универсалните услуги, предоставяни от доставчика (за България – „Български пощи” ЕАД). В доклада са предоставени както реалните резултати, така и отклоненията от времето за доставка на следващия ден на универсалните пощенски продукти. България е сред страните надминали своята цел по отношение на доставката на вътрешната експресна поща на следващия ден, но прави впечатление и че целевият обем експресна поща за доставка на следващия ден на „Български пощи” е най-ниският сред европейските страни заедно с този на Германия.

Графика 8: Обеми вътрешната експресна поща доставена на следващия ден vs. поставените за цел такива през 2009 г.

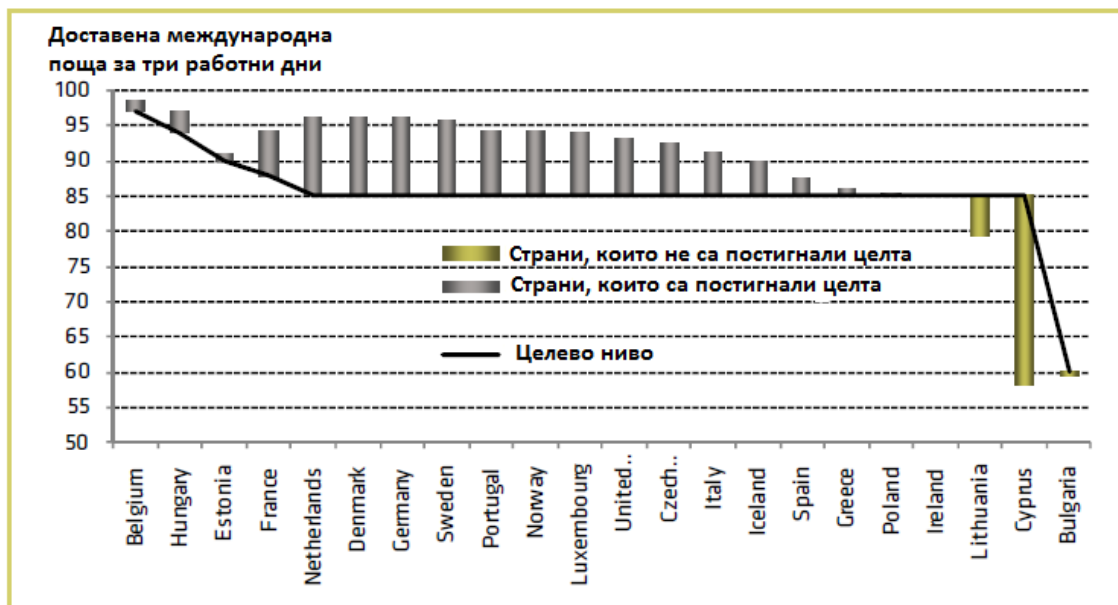


Забележка: Позитивното отклонение означава, че целевият обем поща, определен за доставка на следващия ден е надвишен. Негативното отклонение означава, че определен обем от вътрешната домашна поща не е достигнал целевата си стойност. Стандартът „доставка на следващия ден” изисква определен процент от обема на пощата да бъде доставен на следващия ден след изпращането.

Източник: Анкетните карти на изследването

По отношение на обема международна поща доставен в рамките на три работни дни, представянето на „Български пощи” е крайно незадоволително. България е сред трите страни, които не са постигнали целта си, а поставеното за цел количество доставена поща е много под целевите количества на останалите европейски държави. Това означава, че качеството на пощенските услуги на „Български пощи” е ниско.

Графика 9: Обеми международната поща доставена в рамките на три работни дни vs. поставените за цел такива през 2007 г.



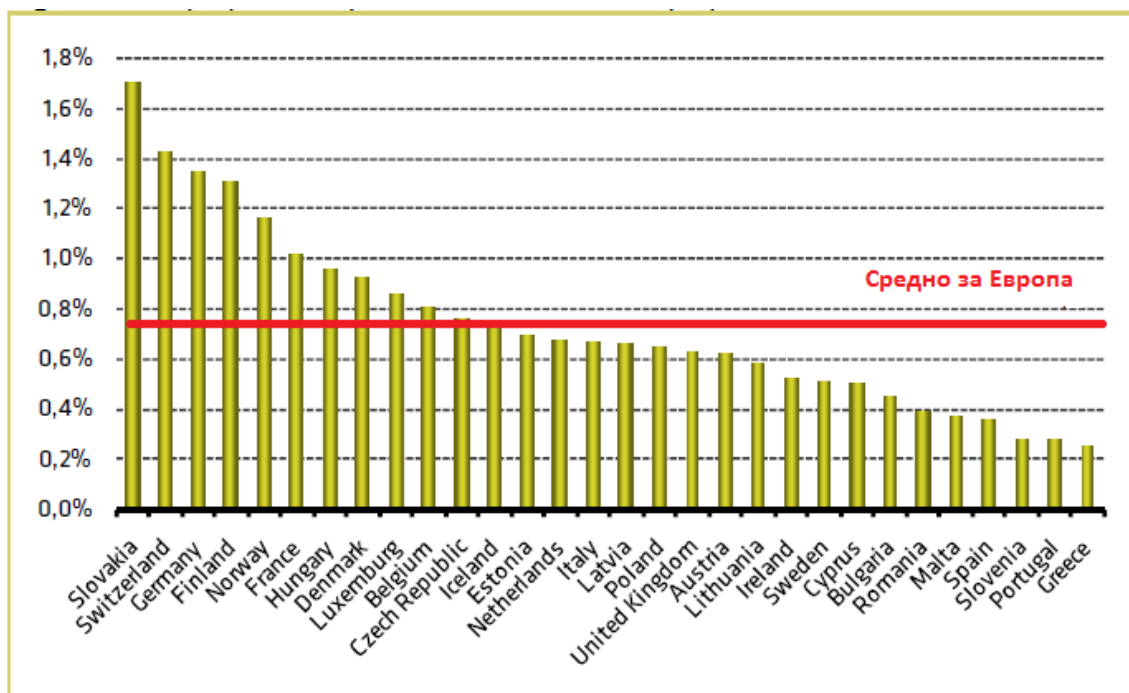
Забележка: Страните, които не са подали информация са: Австрия, Финландия, Латвия, Лихтенщайн, Малта, Румъния, Словакия, Словения и Швейцария.

Източник: Анкетните карти на изследването

Заетост

Средно в Европа в пощенския сектор работят 0,75 % от всички заети. България е под средното за Европа ниво с около 0,5 % от всички заети.

Графика 10: Дял на зетите в пощенския сектор от всички заети



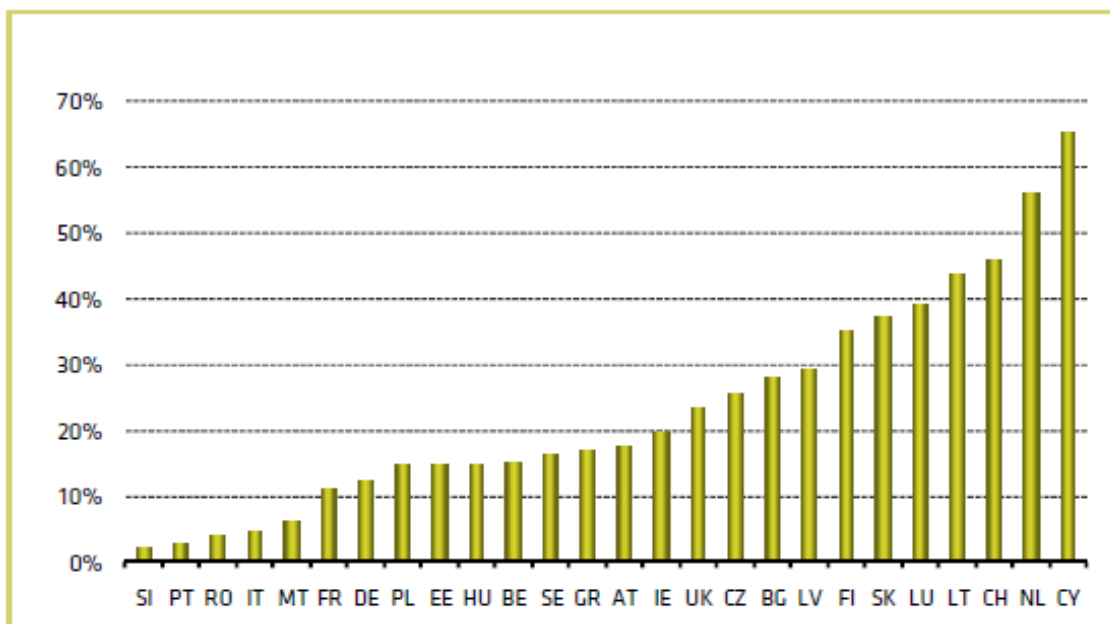
Източник: Анкетните карти на изследването

Наемането на непълно работно време е по-разпространено сред конкуриращите се оператори, които действат в сегменти извън пазара на писма. Такъв е случаят в Холандия, Белгия и Австрия. В „Български пощи” малко под 30% са заетите на непълен работен ден. Според последния достъпен в Интернет [годишен отчет](#) на дружеството, средно списъчният персонал за 2008 г. е 12 795 души, от които:

- 0,84% работят на 2 часа;
- 0,22% - на 3-часов работен ден;
- 8,03% - на 4 часа; 1,64% - на 5 часа;
- 12,03% - на 6 часа; 5,35 – на 7-часов работен ден и
- 71,89% - на 8-часов работен ден.

Все още непълният работен ден не е навлязъл в практиката на българската държавна поща.

Графика 11: Дял на заетите на непълен работен ден в националния доставчик на пощенски услуги през 2008 г.

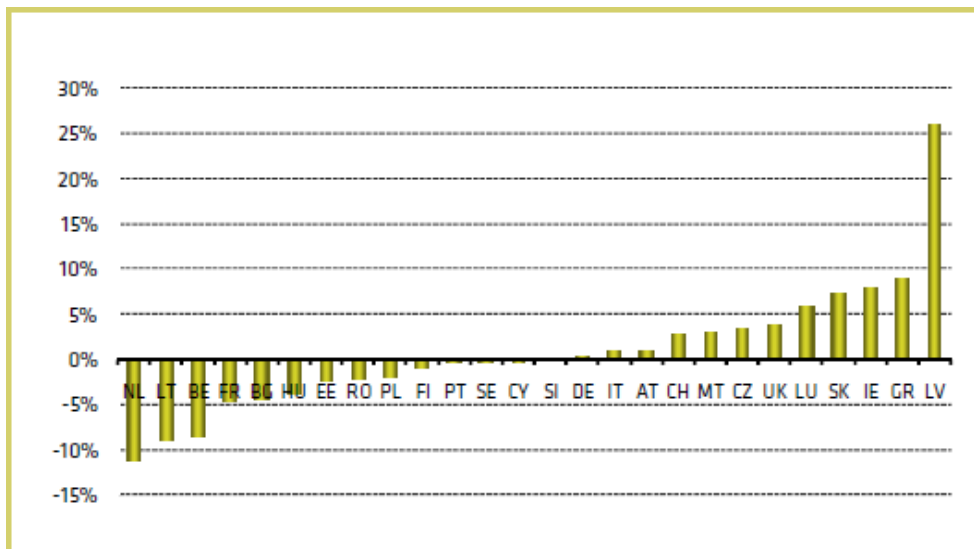


Забележка: Не е налична информация за заетостта на непълен работен ден в националния доставчик на пощенски услуги за Дания, Испания, Исландия, Лихтенщайн и Норвегия.

Източник: Международен пощенски съюз (2010)

Делът на заетите на непълен работен ден в „Български пощи” е намалял през периода 2005-2008 г.

Графика 12: Промяна в заетостта на непълн работен ден в националния доставчик на пощенски услуги за периода 2005-2008 г.



Забележка: Не е налична информация за заетостта на непълн работен ден в националния доставчик на пощенски услуги за Дания, Испания, Исландия, Лихтенщайн и Норвегия. Данните за Словения и Латвия са за периода 2006-2008 г.

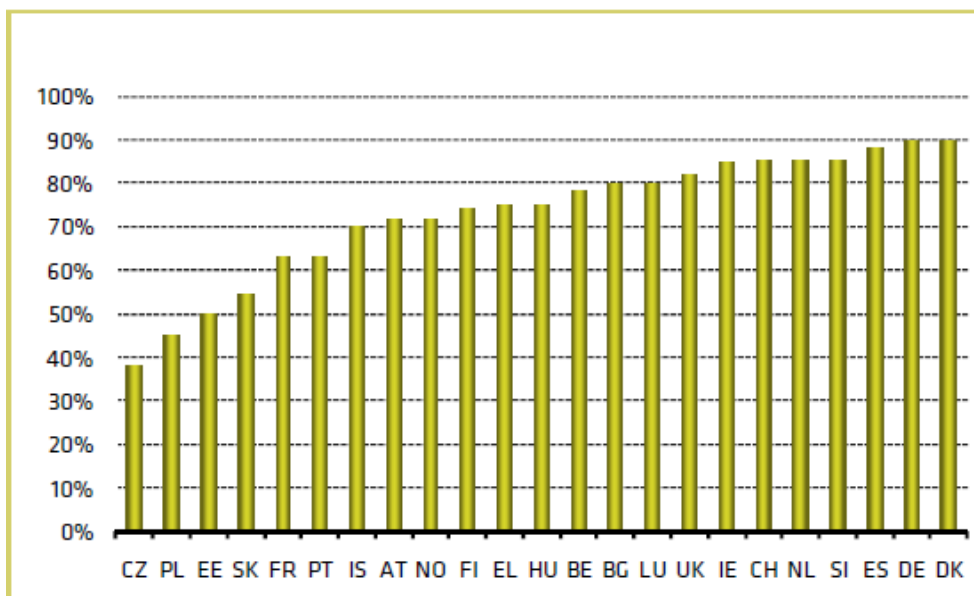
Източник: Международен пощенски съюз (2010)

Автоматизирано сортиране на писма

През последните 10-15 години, степента на автоматизация на процесите на пощенските услуги, предоставяни от универсалния доставчик се увеличава значително в цяла Европа. Факторите, които оказват влияние върху степента на автоматизация са: бизнес целите (намаление на разходите, увеличаване на производителността или качеството и нарастване на надеждността), индустриалните отношения и достъпността до финансови ресурси.

България е сред страните с 80% автоматизация при сортиране на писмата. Автоматизацията на процесите в България не е навлязла изцяло.

Графика 13: Автоматично сортирани писма в националния доставчик на пощенски услуги през 2009 г.

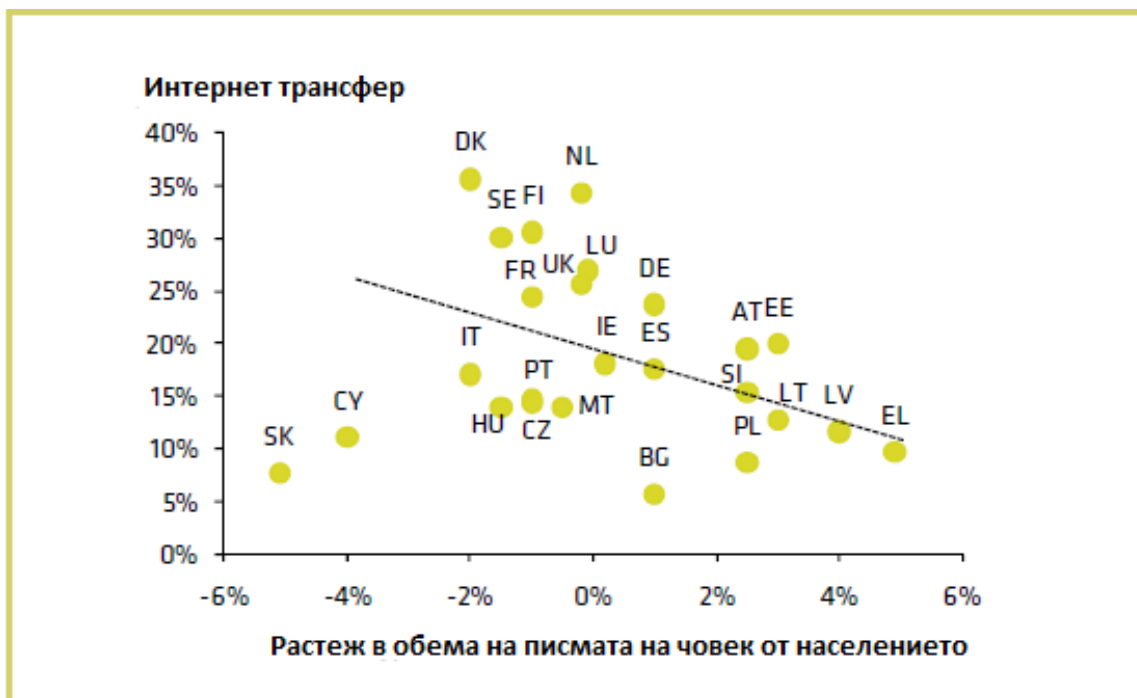


Забележка: Данните за Австрия, Естония, Франция и Полша са от 2003 г. Латвия и Малта нямат система за автоматично сортиране на писма.

Източник: Анкетните карти на изследването

Разрастването на интернет достъпа води до намаление на кореспондентските пратки. Като цяло, страните, в които обемът на писмата се е понижил, са тези с високо ниво на проникване на интернет достъпа. Изключение правят само Кипър и Словакия, където обемът на писмата е намалял значително, докато проникването на интернет е все още ниско.

Графика 14: Обем на писмата на човек от населението vs. интернет достъп за периода 2002-2007 г.



Забележка: Линията на тренда е направена като са изключени Словакия и Кипър, които са изключение от тенденцията, защото броят на писмата на човек от населението в тях е намалял значително, но и интернет достъпът също е нисък.

Източник: Нарастване в обема на писмата: ИТА/WIK (2009), Интернет достъп: OECD (2009)

ЗА КАМПАНИЯТА НА ИПИ: „РАЗХОДИТЕ НА БЪЛГАРСКАТА ДЪРЖАВА”

От началото на 2010 ИПИ започна нова кампания, която чрез наблюдение и анализ на държавните разходи ще оценява прозрачността, обосноваването и ефективността им. Дългосрочната цел е намаляване на разходите на държавата и повече свобода за гражданите.

За повече информация:

За кампанията:

<http://ime.bg/bg/articles/publikacii-i-statii-ot-kampaniyata-na-ipi-razhodite-na-bylgarskata-dyrjava/>

Петър Ганев, 02/952 62 66, ganev@ime.bg

Кампанията се финансира чрез **индивидуални дарения**.

Можете да станете част от кампанията с идеи и дарение.

Дарение по банкова сметка:

Банкова сметка на ИПИ в лева:

IBAN: BG54 UNCR 7630 1039 2234 15

BIC: UNCRBGSF

УниКредит Булбанк

ул. Калоян №3, София

Дарение чрез Ерау

Плащането се осъществява чрез ePay.bg - Интернет системата за плащане с банкови карти и микросметки.

Дарение чрез SMS:

Вече можете да подкрепите кампанията на ИПИ „Разходите на българската държава” за по-прозрачни, по-ефективни и по-ниски държавни разходи като изпратите SMS с текст **DMS IPI** на единен дарителски номер **17 777** (за абонати на GLOBUL, VIVACOM и M-Tel).

За изпращането на дарителски SMS ще бъдете таксувани с 1,20 лв. с ДДС.

За повече информация относно SMS -те посетете <http://www.dmsbg.com/>