

## **Wiązane oferty taryfowe TP a interes abonentów i rozwój konkurencji**

### **1. Wprowadzenie**

Celem niniejszego opracowania jest ocena ofert wiązanych Telekomunikacji Polskiej S.A. w zakresie usług telefonicznych pod kątem interesów abonentów oraz wpływu ich stosowania na rozwój konkurencji na polskim rynku telekomunikacyjnym, w szczególności na możliwości tworzenia podobnych produktów przez operatorów alternatywnych.

Istotą ofert wiązanych jest to, że za cenę jednego wiązanego produktu (zawartą w opłacie abonamentowej) abonenci nabywają zarówno usługi związane z utrzymaniem łącza telefonicznego w gotowości do świadczenia usług przez TP, jak i pewną liczbę połączeń (limitowaną - wyrażoną w minutach albo nielimitowaną - określoną przedziałem czasu, w którym mogą być wykorzystane), która jest uzależniona od nabytego planu taryfowego. W ramach ofert wiązanych łączone są ze sobą usługi, które nie są świadczone w warunkach rzeczywistej konkurencji z usługami, które podlegają pełnej konkurencji. Zgodnie z obowiązującym w Polsce prawem telekomunikacyjnym (pt)<sup>1</sup>, oba rodzaje usług są od siebie niezależne, gdyż użytkownik końcowy korzystający z usługi abonamentowej utrzymania łącza u jednego operatora, może wybrać dowolnego operatora alternatywnego świadczącego usługi połączeń telefonicznych. Natomiast stosowanie przez operatora zasiedziałego ofert wiązanych powoduje, że jego abonenci są w praktyce zmuszani do korzystania z oferty połączeń, związanej z ofertą abonamentową w postaci tzw. „darmowych” minut połączeń.

### **2. Oferty wiązane**

Pakietyzacja usług telefonicznych jest naturalną konsekwencją erozji cen poszczególnych usług telekomunikacyjnych, w szczególności cen rozmów, wywołanych różnymi czynnikami. Operatorzy starają się zrekompensować sobie, przynajmniej częściowo, utratę przychodów ze zmniejszającego się i coraz tańszego ruchu telefonicznego, zwiększonymi opłatami stałymi pobieranymi w formie abonamentu lub stałych zryczałtowanych opłat za pakiety usług. Idea łączenia w pakiety usług dostępu do sieci oraz połączeń jest oceniana jako korzystna dla użytkowników, którzy zyskują możliwość pełniejszej kontroli nad wydatkami ponoszonymi na usługi telekomunikacyjne. Zazwyczaj łączna cena takiego pakietu obejmująca opłatę abonamentową i ryczałt na połączenia jest niższa od cen elementów składowych, co jest istotą sprzedaży wiązanej.

Pierwsze pakiety zawierające nielimitowane rozmowy w określonych porach dnia lub dniach tygodnia („darmowe weekendy” lub „darmowe wieczory i weekendy”) pojawiły się w ofercie TP na przełomie lat 2003-2004. W ślad za nią podobne oferty wprowadzili operatorzy alternatywni (m.in. Netia, Tele2).

---

<sup>1</sup> Dz. U. z 2004 r. Nr 171, poz. 1800 z późniejszymi zmianami.

Innym rodzajem pakietów jest włączenie do ceny abonamentu określonej liczby minut opłacanych ryczałtem z góry. Tego typu oferty znajdują się m.in. w ofertach TP, Netii i Telefonii Dialog.

Docelowo ryczałtowymi opłatami będą zapewne wszystkie rozmowy do krajowych numerów geograficznych (i nie tylko) o każdej porze. Próbę wdrożenia takiego planu taryfowego, ograniczonego do abonentów swojej sieci, podjęła w 2005 roku TP (**plan tp zawsze za darmo**). Projekt ten został wówczas odrzucony przez regulatora<sup>2</sup>.

Stosowanie przez TP cennika, zgodnie z którym w zamian za opłatę abonamentową abonenci mieliby możliwość wykonywania nieograniczonej liczby połączeń lokalnych i międzystrefowych wewnątrz sieci TP, potencjalnie stanowiłoby poważne zagrożenie dla działających na rynku przedsiębiorców świadczących usługi telefoniczne z wykorzystaniem numeru NDS oraz preselekcji. Tego rodzaju dostawcy usług uzależnieni są od opłat interkonektowych wnoszonych na rzecz TP. Ponadto, zwykle nie mając bezpośredniego dostępu do abonentów nie mogą skonstruować konkurencyjnej oferty nielimitowaną liczbą połączeń w ramach stałej opłaty abonamentowej.

Ponieważ dla operatorów alternatywnych koszt ruchu generowanego przez klientów jest kosztem zmiennym, będącym funkcją liczby minut oraz opłat interkonektowych, stąd też ich oferty ryczałtowe są wystawione na poważne ryzyko utraty zyskowności. Przy dużym ruchu generowanym przez klientów w okresach darmowych, wynikające z tego koszty interkonektowe łatwo mogą przekroczyć przychody generowane przez stałą opłatę ryczałtową. Prawdopodobnie tak dzieje się w Polsce, o czym mogą świadczyć decyzje NOM i Tele2 z początku 2006 roku wprowadzające - w planach taryfowych obejmujących darmowe połączenia wieczorami i w weekendy - limity darmowych minut dostępnych w jednym miesiącu (na poziomie 1000 – 1300 minut). Przyczyną tego jest m.in. brak hurtowej oferty typu „flat rate”. Z kolei dla TP to ryzyko jest istotnie mniejsze, gdyż w dużej mierze wzrost ruchu nie rodzi bezpośrednio poważnego wzrostu kosztów. Dopiero przy bardzo poważnym wzroście ruchu TP byłaby zmuszona do dokonania inwestycji zwiększających pojemność sieci.

Oferty pakietowe cieszą się coraz większą popularnością także w ofertach głównych operatorów europejskich mimo, że jeszcze 2 lata temu były praktycznie niewidoczne na rynku europejskim. Przykładem może być oferta BT (Wielka Brytania). Podstawowa, standardowa miesięczna opłata abonamentowa dla klientów mieszkaniowych w wersji **BT Together Option 1** wynosi 8,93 GBP<sup>3</sup>. Pakiet **BT Together Option 2** zawiera rozmowy do krajowych sieci stacjonarnych (lokalne i DLD) wieczorami i w weekendy i kosztuje 14,04 GBP na miesiąc, a **BT Together Option 3** za 21,70 GBP miesięcznie – także w godzinach szczytu. W ramach ryczałtu obowiązuje ograniczenie czasu trwania pojedynczej rozmowy do 1 godziny. Dalej są one taryfikowane za każdą następną minutę.

Oferty pakietowe stanowią natomiast rozwiązanie tradycyjnie typowe dla rynku północnoamerykańskiego (USA, Kanada), gdzie nielimitowane rozmowy lokalne są zawarte w cenie abonamentu.

Jednak w krajach europejskich zbliżone plany taryfowe są wprowadzane przy uwzględnieniu zasady, że usługi dostępu i połączeń oferowane w pakietach przez operatora zasiedziałego na rynku detalicznym, powinny być dostępne po odpowiednio niższej cenie na rynku hurtowym dla jego konkurentów, tak by mieli oni możliwość zbudowania konkurencyjnej oferty. Należy zatem

---

<sup>2</sup> W zmienionej formie ten plan taryfowy został ponownie przedstawiony do akceptacji regulatora. Jest on przedmiotem analizy w niniejszym opracowaniu.

<sup>3</sup> Okresem bilingowym jest kwartał i w oficjalnym cenniku BT ceny podawane są za kwartał.

dążyć do powszechnego wdrożenia usługi WLR<sup>4</sup> jako odpowiedniego środka regulacyjnego dla rynku hurtowego<sup>5</sup>. Przyczyni się to do zachowania w zmienionych warunkach rynkowych wymagań konkurencji oraz zapewni ochronę długofalowych interesów użytkowników usług.

Pakiety i ryczałty stanowią nieuchronną linię rozwojową taryf telefonicznych i w krańcowych przypadkach zapewne zastąpią szczegółowe rozliczanie poszczególnych połączeń telefonicznych wszystkich kategorii, w tym także do sieci komórkowych i międzynarodowych<sup>6</sup>. Tego typu oferty pojawiają się już na rynkach zachodnich<sup>7</sup>.

### 3. Polityka taryfowa TP

Od roku 2003, Telekomunikacja Polska S.A. przystąpiła do znaczącej zmiany swojej polityki detalicznej, wprowadzając do swojej oferty nowe plany taryfowe mające cechy ofert wiązanych. Działania te zostały w znacznym stopniu zintensyfikowane w roku 2004, kiedy to TP wprowadziła nowe plany z ulgowymi rozmowami do abonentów TP realizowanymi w godzinach wieczornych i w weekendy (**plan tp tanie wieczory i weekendy**), nielimitowanymi rozmowami tej kategorii w weekendy (**plan tp darmowe weekendy**) oraz wieczorami i w weekendy (**plan tp darmowe wieczory i weekendy**).

TP nadal prowadzi agresywną politykę w zakresie oferowania nowych planów wiązanych czy też modyfikacji już istniejących. W latach 2005-2006, za zgodą Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty, do cennika usług telekomunikacyjnych TP zostały wprowadzone następujące zmiany:

- 1 marca 2005 r. - zakończono sprzedaż planu tp standardowego,
- 1 czerwca 2005 r. - **plan tp 60 minut za darmo** zastąpił plan tanie wieczory i weekendy,
- 1 lutego 2006 r. - pojawił się nowy **plan tp startowy**, a od 1 marca 2006 r. dodatkowo **plan startowy tp biznes**.

Pojawienie się planów startowych (nie stanowiących ofert wiązanych) ma związek m.in. z wszczętym na początku sierpnia 2005 roku przez Prezesa UOKiK postępowania antymonopolowe, mającego na celu wyjaśnienie czy Telekomunikacja Polska nadużyła swojej pozycji rynkowej łącząc usługę abonamentu z dodatkowymi usługami powodując, że konsumenci są **zobowiązani** do korzystania i opłacania innych usług telekomunikacyjnych (dotyczyło to przede wszystkim **planu tp 60 minut za darmo** będącego wówczas podstawową ofertą TP).

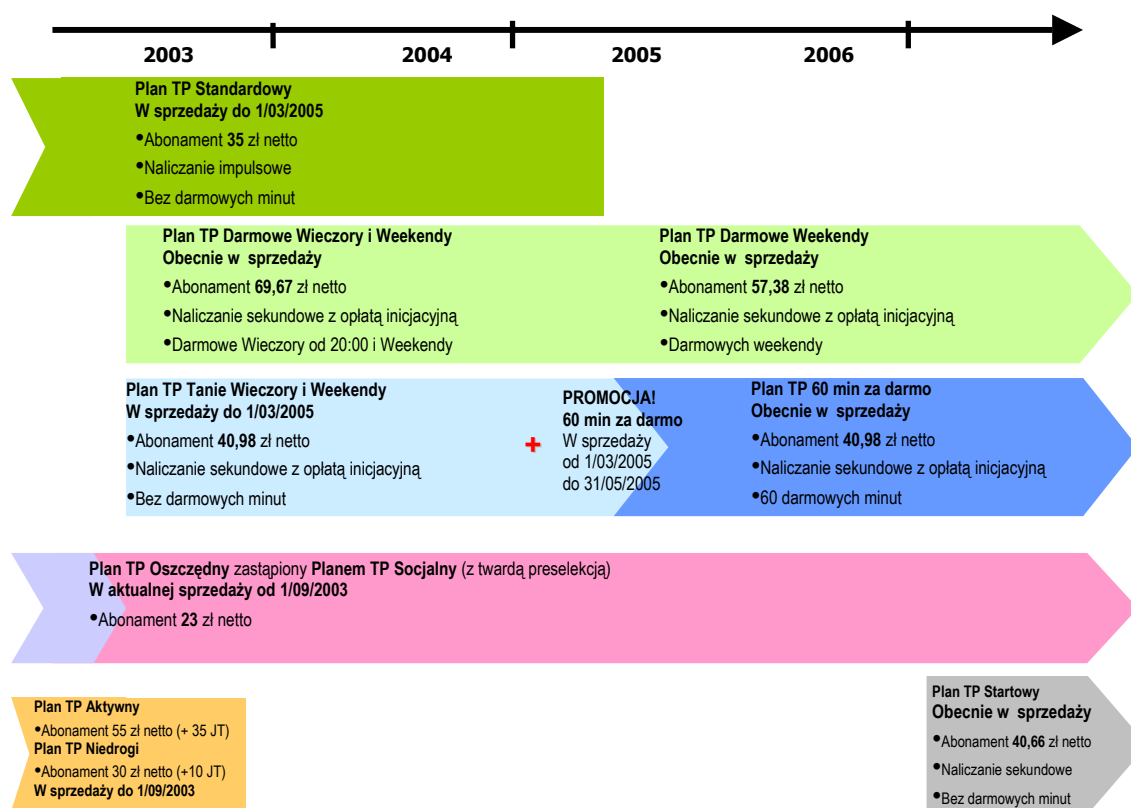
---

<sup>4</sup> WLR (*ang. wholesale line rental*) - hurtowa sprzedaż abonamentu.

<sup>5</sup> Prezes UKE określił warunki funkcjonowania tej usługi w decyzji dotyczącej relacji TP i Tele2.

<sup>6</sup> Przewidywania autora na ten temat można znaleźć m.in. w prezentacji: J. Kubasik, „Taryfy w Polsce i w Europie – ewolucja i perspektywy”, *Konferencja IIR „Strategie polskiego rynku telekomunikacyjnego”*, Warszawa, 22-23 października 2003.

<sup>7</sup> Przegląd rozwiązań taryfowych w wybranych krajach UE można znaleźć m.in. w: J. Kubasik, „**Analiza porównawcza taryf telekomunikacyjnych: Taryfy dla usług głosowych - stan obecny i kierunki rozwoju**”, Raport Instytutu Elektroniki i Telekomunikacji Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2005 (praca niepublikowana).



Rysunek 1. Plany taryfowe TP w latach 2003-2006

Tabela 1. Podstawowe plany taryfowe TP S.A., sierpień 2006

Plan taryfowy	Cena netto [zł]	Cena brutto [zł]
<b>„Czyste” abonamenty</b>		
Plan tp startowy	40,66	49,61
Plan startowy tp biznes	40,66	49,61
Plan tp standardowy - poza sprzedażą od 1 marca 2005 r.	35,00	42,70
<b>Oferty pakietowe (wiązane)</b>		
Plan tp darmowe wieczory i weekendy	69,67	85,00
Plan tp darmowe weekendy	57,38	70,00
Plan tp 60 minut za darmo	40,98	50,00

Źródło: Cenniki TP.

Warto zwrócić uwagę, że wprowadzenie **planu tp startowego** może być uznane za działanie pozorne wymuszone przez organy regulacyjne i antymonopolowe, jako że nie stanowi on realnej alternatywy dla abonentów korzystających z **planu tp 60 minut za darmo**. W ofercie tej przy

nieznacznie niższej wysokości opłaty abonamentowej (poniżej 1%) cena jednostkowa rozmów strefowych jest o 60% wyższa.

**Tabela 2. Plany taryfowe TP S.A. odrzucone przez Prezesa UKE, sierpień 2006**

Plan taryfowy	Cena netto [zł]	Cena brutto [zł]
<b>Oferty pakietowe (wiązane)</b>		
Plan tp 100 minut za darmo	48,36	59,00
Plan tp zawsze za darmo	97,54	119,00
Plan tp premium pro	69,00	84,18

Źródło: UKE.

Ceny abonamentu telefonicznego w podstawowych planach taryfowych oferowanych obecnie przez TP zostały przedstawione w Tabeli 1. W Tabeli 2 przedstawiono wysokość opłat abonamentowych w planach nie zaakceptowanych przez Prezesa UKE.

#### 4. Metodologia

W celu oceny opłacalności dla abonentów użytkownika poszczególnych planów taryfowych oszacowano wartości faktur za usługi telekomunikacyjne (abonament plus opłaty za połączenia) w zależności od liczby zrealizowanych minut rozmów strefowych i międzystrefowych<sup>8</sup> w miesiącu oraz w zależności od planu taryfowego (lub ich kombinacji) wybranych przez abonenta.

Dla uproszczenia analizy nie brano pod uwagę opłat za pozostałe rodzaje połączeń (w szczególności międzynarodowych i do krajowych sieci komórkowych), ponieważ nie mogą one być traktowane jako „darmowe” w **planie tp 60 minut za darmo**. Nie brano również pod uwagę wdzwanianych połączeń do sieci Internet z uwagi na ich relatywnie niewielką i ulegającą ciąglemu zmniejszaniu wartość (przychody z tego typu połączeń stanowią około 9% przychodów z połączeń lokalnych i międzymiastowych w sieci TP i niecałe 2% w sieci Tele2).

Analizie poddano następujące plany taryfowe:

- taryfy Telekomunikacji Polskiej:
  - plan tp 60 minut za darmo,
  - plan tp startowy,
  - plan tp standardowy,
  - plan tp 100 minut za darmo\*<sup>9</sup>,
  - plan tp zawsze za darmo\*,
  - plan tp premium pro\*,
- cenniki Tele2:
  - preselekcja dla klientów indywidualnych (z taryfikacją impulsową),
  - sekundowy dla klientów indywidualnych.

<sup>8</sup> W analizach związanych z proponowanym przez TP planem tp premium pro brano pod uwagę trzy kategorie połączeń telefonicznych: strefowe, międzystrefowe i połączenia do sieci komórkowych.

<sup>9</sup> Znakiem \* oznaczono plany taryfowe wobec których Prezes UKE zgłosił sprzeciw i w związku z tym nie zostały wprowadzone do oferty TP.

Wobec braku dostępu do charakterystyk ruchowych abonentów TP w opracowaniu wykorzystano dane udostępnione przez Tele2 Polska Sp. z o. o. i dotyczące użytkowników korzystających z usług tego przedsiębiorcy. W celu oszacowania wydatków abonentów TP przyjęto, że charakterystyka ruchowa klientów z preselekcją TP jest taka sama jak klientów Tele2. Uzasadnienie poprawności takiego rozwiązania znajduje się w dalszej części tego rozdziału.

Telekomunikacja Polska umożliwiła Tele2 obsługę całego ruchu lokalnego od 5 grudnia 2005 roku. Od 1 lutego 2006 roku Tele2 dostosowała parametry taryfikacji impulsowej w swoim podstawowym planie taryfowym do stosowanych w planie tp standardowym. Polegało to na tym, że w taryfach obu operatorów ustalono identyczne czasy zaliczania jednostek taryfikacyjnych, różniąc ceny JT dla poszczególnych typów połączeń. Umożliwiło to w prosty i przejrzysty sposób dokonanie oszacowania efektywnych przychodów TP za minutę na podstawie danych posiadanych przez Tele2, co wcześniej było niemożliwe. Stąd też pierwszym pełnym miesiącem, który mógł zostać poddany poprawnej metodologicznie analizie mógł być **luty 2006 roku**.

Do obliczenia rozkładu liczby klientów w zależności od liczby realizowanych przez nich w ciągu miesiąca minut połączeń strefowych i międzystrefowych przyjęto **średnią ze stycznia i lutego 2006 roku**, łącznie dla planów taryfowych z taryfikacją sekundową i impulsową bez uwzględniania „darmowych” minut. Dane te pochodzą z systemu informatycznego Tele2 jako, że dane TP nie są dostępne autorowi tego opracowania. Były to jedyne dwa kompletne miesiące, dla których Tele2 dysponowało pełnymi statystykami ruchu strefowego.

Dane wejściowe do modelu oraz rezultaty analiz prezentowane w tym opracowaniu są kwotami netto. Kwoty brutto mogą być łatwo obliczone przez dodanie wartości podatku od towarów i usług (VAT) do końcowej wartości faktury **F(i)**.

Jak dotąd, Tele2 nie oferuje swoim klientom usługi abonamentu telefonicznego<sup>10</sup>. Stąd, w obliczeniach uwzględniono kwotę opłaty abonamentowej TP (odpowiednio dla planu tp standardowego, tp startowego, tp 60 minut za darmo lub jednego z planów nie zatwierdzonych przez Prezesa UKE). A zatem, wartość miesięcznej faktury klienta korzystającego z usług połączeń telefonicznych realizowanych przez Tele2 wyliczono jako sumę ceny odpowiedniego abonamentu telefonicznego TP oraz iloczynu średniej ważonej ceny minuty połączenia (dla połączeń strefowych i międzystrefowych z uwzględnieniem ich rozkładu względem pory dnia i dnia tygodnia) i liczby minut wydzwonionych przez klienta w miesiącu:

$$F(i)_{p(T2)} = (A_{p(tp)} + i \times CM_{p(T2)})$$

gdzie:

- $A_{p(tp)}$  - opłata abonamentowa w wybranym planie taryfowym TP,
- $CM_{p(T2)}$  - średnia cena za minutę połączenia w danym planie taryfowym Tele2,
- $i$  - liczba minut połączeń strefowych i międzystrefowych w miesiącu na klienta.

Dla TP, wartość faktury została obliczona w analogiczny sposób, biorąc pod uwagę cenę abonamentu i średnią ważoną cenę minuty połączenia dla danego planu taryfowego:

$$F(i)_{p(tp)} = (A_{p(tp)} + i \times CM_{p(tp)})$$

<sup>10</sup> Przewiduje się, że Tele2 rozpocznie oferowanie abonamentu jesienią 2006 roku na zasadach określonych w decyzji Prezesa UKE określającej warunki funkcjonowania usługi WLR wiążącej TP i Tele2.

gdzie:

- $A_{p(tp)}$  - opłata abonamentowa w wybranym planie taryfowym TP,  
 $CM_{p(tp)}$  - średnia cena za minutę połączenia w tym samym planie taryfowym TP,  
*i* - liczba minut połączeń strefowych i międzystrefowych w miesiącu na klienta.

Średnia cena za minutę połączenia  $CM_{p(T2)}$  dla taryf Tele2 została wyliczona bezpośrednio na podstawie miesięcznych danych bilingowych jako średni przychód netto z minuty połączenia w następujący sposób:

$$CM_{p(T2)} = \frac{SK_{p(T2)}}{SM_{p(T2)}}$$

gdzie:

- $SK_{p(T2)}$  - łączna kwota netto za wykonane połączenia strefowe i międzystrefowe dla danego planu taryfowego Tele2, uwzględniająca opłatę za inicjację połączenia tam gdzie jest ona naliczana,  
 $SM_{p(T2)}$  - sumaryczna liczba minut połączeń strefowych i międzystrefowych zrealizowanych dla danego planu taryfowego Tele2.

Dla planów taryfowych TP, średnia ważona cena minuty połączenia  $CM_{p(tp)}$  została wyliczona na podstawie kilku założeń i uproszczeń. TP publikuje jedynie dane zagregowane, bez wyodrębnienia klientów indywidualnych i biznesowych oraz bez wyszczególnienia minut wydzwonionych w planach typu darmowe wieczory i weekendy. Tego typu dane są nieprzydatne do opisywanej tutaj analizy.

Przyjęto, że charakterystyka ruchowa klientów z preselekcją TP jest taka sama jak klientów Tele2. Z uwagi na dużą liczbę klientów obu operatorów (w TP – ponad 8 milionów osób prywatnych korzystających z preselekcji i w Tele2 – około 1 milion) oraz strategię Tele2, polegającą na adresowaniu swojej oferty do wszystkich klientów indywidualnych, a nie tylko do wybranych nisz rynkowych, założenie to można uznać za w pełni uzasadnione.

Do analizy planów taryfowych TP z taryfikacją sekundową (plan tp 60 minut za darmo i tp startowy oraz nowe plany taryfowe), przyjęto charakterystykę ruchu klientów Tele2 korzystających z odpowiadającego im planu sekundowego Tele2, natomiast dla planu TP z taryfikacją impulsową (plan tp standardowy) - charakterystykę ruchu klientów obciążanych według analogicznego impulsowego planu Tele2. Dla planu tp 60 minut za darmo cenę pierwszych 60 minut przyjęto równą zero.

Cenę minuty danej kategorii<sup>11</sup> połączenia  $CM_{p(tp),k}$  dla planów sekundowych TP obliczono w następujący sposób:

$$CM_{p(tp),k} = CK_{p(tp),k} + I_{p(tp),k}$$

gdzie:

- $CK_{p(tp),k}$  - cena katalogowa minuty połączenia kategorii k,

<sup>11</sup> Osobno dla połączeń strefowych i międzystrefowych oraz dla każdego przedziału czasowego występującego w cenniku TP.

- $I_{p(tp),k}$  - część opłaty za inicjację połączenia przypadająca na jedną minutę rozmowy obliczona według wzoru<sup>12</sup>:

$$I_{tp,k} = \left( \frac{SP_{p(T2),k}}{SM_{p(T2),k}} \right) \times CI_{p(tp),k}$$

gdzie:

- $SP_{p(T2),k}$  – sumaryczna, miesięczna liczba połączeń kategorii k w planie sekundowym Tele2,  
 $SM_{p(T2),k}$  – sumaryczna, miesięczna liczba minut zrealizowanych połączeń kategorii k w planie sekundowym Tele2,  
 $CI_{p(tp),k}$  - opłata za inicjację połączenia kategorii k według cennika TP.

Obliczeń dokonano oddzielnie dla każdego przedziału czasowego z cennika TP oraz osobno dla połączeń lokalnych i międzymiastowych, a następnie wyliczono średnią ważoną na podstawie liczby minut połączeń w każdym przedziale czasowym oraz typu połączenia wykorzystując dane bilingowe Tele2.

W odmienny sposób obliczono cenę minuty połączenia dla planu tp standardowego z taryfikacją impulsową. Ze względu na taki sam czas trwania jednostek taryfikacyjnych w odpowiadających sobie taryfach TP i Tele2 oraz na takie same przedziały czasowe w cennikach obu operatorów, wykorzystano tutaj obliczoną wcześniej wartość średniej ceny połączenia w taryfie impulsowej Tele2 oraz współczynnik określający różnicę w cenach jednostek taryfikacyjnych TP i Tele2 dla poszczególnych kategorii połączeń:

$$CM_{p(tp),k} = CM_{p(T2)} \times \left( 1 + \frac{JT_{p(tp),k}}{JT_{p(T2),k}} \right)$$

gdzie:

- $CM_{T2}$  - efektywna cena za minutę połączenia w Tele2,  
 $JT_{p(tp),k}$  - cena jednostki taryfikacyjnej w cenniku TP dla k-tej kategorii połączenia<sup>13</sup>,  
 $JT_{p(T2),k}$  - cena jednostki taryfikacyjnej w cenniku Tele2 dla k-tej kategorii połączenia.

Podobnie jak w przypadku taryf sekundowych, obliczeń dokonano oddzielnie dla każdego przedziału czasowego z cennika TP oraz osobno dla połączeń lokalnych i międzymiastowych, a następnie wyliczono średnią ważoną wykorzystując rozkład połączeń poszczególnych kategorii określony na podstawie danych bilingowych Tele2.

<sup>12</sup> Wykorzystano tutaj przyjęte założenie, że charakterystyki ruchowe klientów TP i Tele2 są takie same. Odwrotność ilorazu w nawiasie oznacza średni czas trwania połączenia kategorii k.

<sup>13</sup> W przypadku planu tp standardowego cena JT jest stała, niezależna od kategorii połączenia i wynosi 0,29 zł (netto).



## 5. Oferty wiązane a interes abonentów

W rozdziale tym zostaną przedstawione wyniki analizy opłacalności korzystania z poszczególnych planów taryfowych lub ich kombinacji przez abonentów TP i Tele2 dla różnych poziomów użytkowania wyrażonego liczbą minut połączeń strefowych i międzystrefowych realizowanych przez nich w ciągu miesiąca. Analiza została wykonana zgodnie z metodologią przedstawioną w poprzednim rozdziale.

W Tabeli 3 pokazano średnie ważone ceny minuty połączeń (łącznie strefowych i międzystrefowych) w analizowanych planach taryfowych TP i Tele2. Jak łatwo zauważyć, ceny w planach sekundowych TP są niższe niż w planie tp standardowym z taryfikacją impulsową. Natomiast średnie ceny minuty połączenia w taryfach Tele2 są niższe niż w odpowiadających im planach taryfowych TP będących obecnie w sprzedaży. Najniższą średnią cenę tych kategorii rozmów TP proponuje w planie tp 100 minut za darmo, natomiast jedną z najwyższych (zblizoną do tej w planie tp standardowym) - w planie tp zawsze za darmo (aczkolwiek dotyczy ona tylko połączeń poza sieć TP).

**Tabela 3. Średnie ważone ceny minuty połączenia (strefowego i międzystrefowego) w analizowanych planach taryfowych TP i Tele2 (bez VAT)**

Plan tp standardowy	Plan tp startowy	Plan tp 60 min. za darmo	Plan T2 preselekcja	Plan T2 sekundowy	Plan tp 100 min. za darmo	Plan tp zawsze za darmo
<i>średnia cena połączenia (strefowego i międzystrefowego)</i>						
0,1802 zł	0,1447 zł	0,1507 zł	0,1444 zł	0,1285 zł	<b>0,1155 zł</b>	<b>0,1773 zł</b>

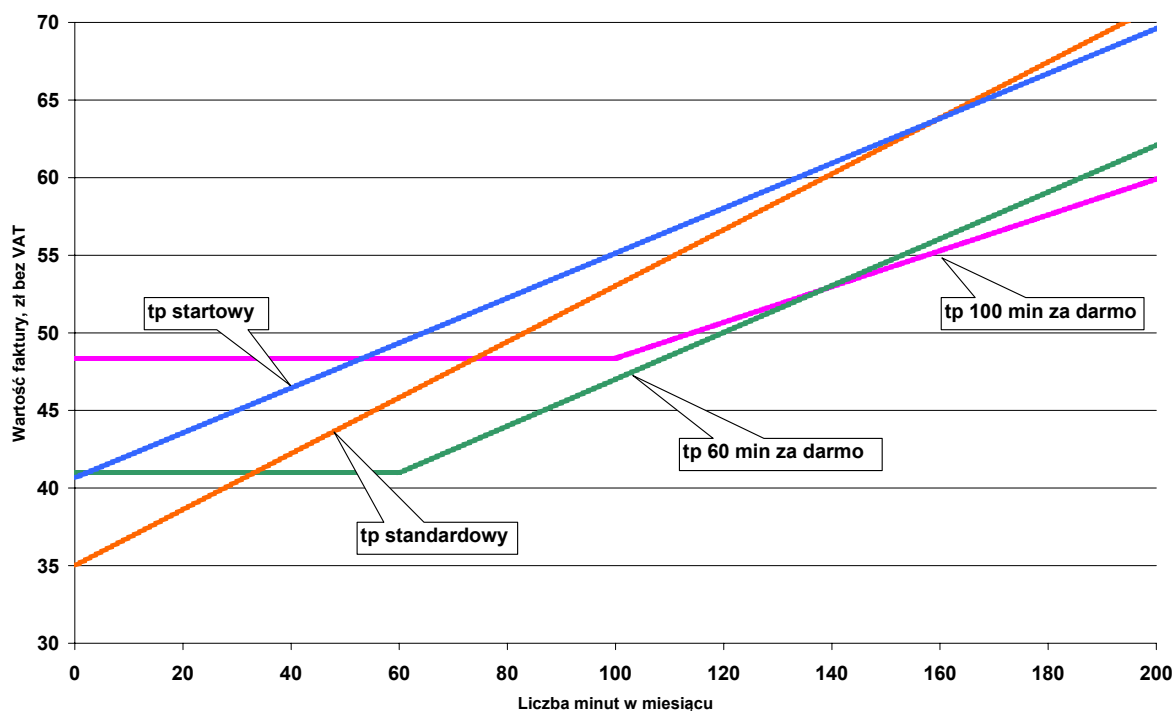
Źródło: Obliczenia własne na podstawie metodologii przedstawionej w Rozdziale 4, cenników TP i Tele2 oraz danych o strukturze ruchu Tele2.

W Tabeli 4 pokazano średnie ważone ceny minuty połączeń (łącznie strefowych, międzystrefowych, a także do sieci komórkowych) w analizowanych planach taryfowych TP i Tele2. Wartości te będą wykorzystywane w analizach porównawczych dotyczących planu tp premium pro (zawierającego w pakiecie także rozmowy do sieci komórkowych). W pozostałych przypadkach wykorzystano wartości z Tabeli 3.

**Tabela 4. Średnie ważone ceny minuty połączenia (strefowego, międzystrefowego i do sieci komórkowych) w analizowanych planach taryfowych TP i Tele2 (bez VAT)**

Plan tp startowy	Plan tp 60 min. za darmo	Plan sekundowy jedna stawka tp biznes	Plan T2 sekundowy	Plan tp premium pro	Plan tp 100 min. za darmo	Plan tp zawsze za darmo
<i>średnia cena połączenia (strefowego, międzystrefowego i do sieci komórkowych - F2M)</i>						
0,201722	0,205338	0,198461	0,186234	<b>0,198461</b>	<b>0,169379</b>	<b>0,231526</b>
<i>w tym udział połączeń F2M</i>						
0,068916	0,068219	0,069988	-	<b>0,069988</b>	<b>0,063428</b>	<b>0,068831</b>

Źródło: Obliczenia własne na podstawie metodologii przedstawionej w Rozdziale 4, cenników TP i Tele2 oraz danych o strukturze ruchu Tele2.



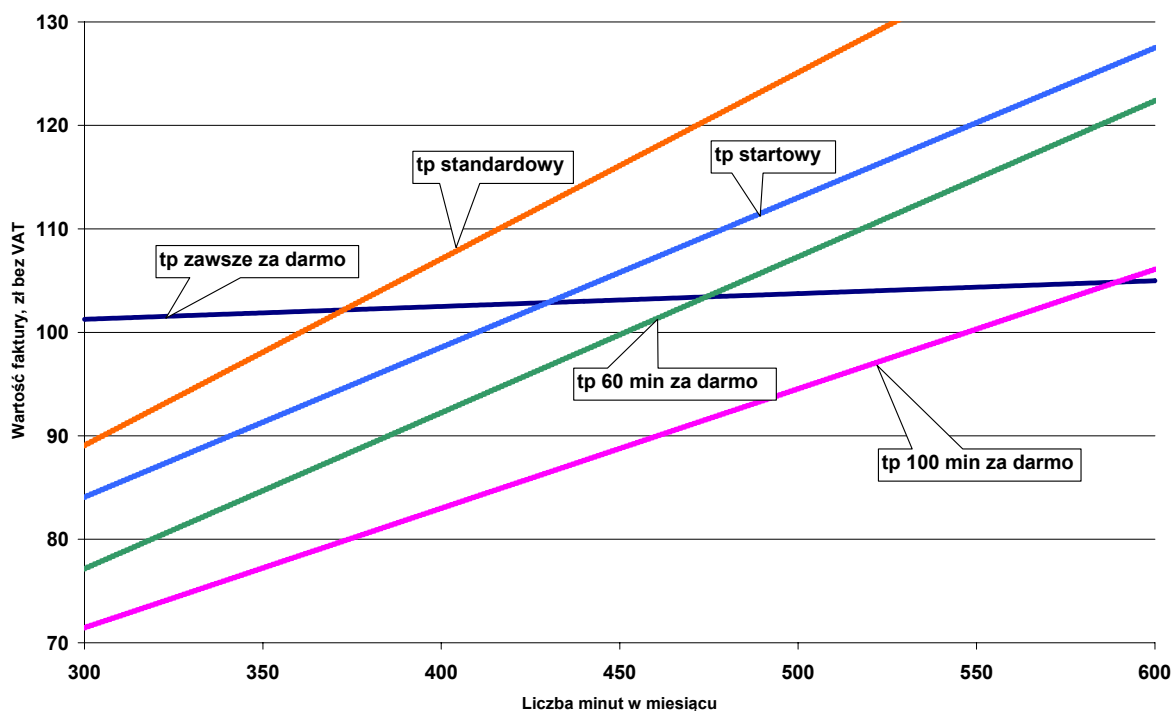
**Rysunek 2. Porównanie opłacalności planów taryfowych TP (0-200 min.)**

Spśród trzech porównywanych planów taryfowych TP, będących obecnie w sprzedaży, plan standardowy<sup>14</sup> jest opłacalny jedynie dla abonentów korzystających z telefonu w stopniu bardzo ograniczonym (Rysunek 2). Powyżej 33 minut wydzwanianych w miesiącu korzystniejszy jest plan tp 60 minut za darmo, a powyżej 159 minut - także plan tp startowy. Nowy plan tp 100 minut za darmo staje się atrakcyjniejszy dla abonentów planu tp standardowego przy wykorzystaniu powyżej 74 minut rozmów miejscowych i międzystrefowych w miesiącu. Nowy plan tp zawsze za darmo jest korzystniejszy dla tej grupy abonentów przy miesięcznym poziomie użytkowania powyżej 372 minut (Rysunek 3).

Tym samym ewentualne wprowadzenie planu tp 100 minut za darmo przy jednoczesnej likwidacji planu tp 60 minut za darmo znacząco podnosi próg opłacalności, przy którym abonenci dotychczasowego planu tp standardowego mogliby być skłonni do zmiany. Pozostałe plany taryfowe (tp startowy i tp zawsze za darmo) są korzystniejsze jedynie dla dotychczasowych abonentów planu tp standardowego intensywnie korzystających z telefonu. Natomiast przy niskim wykorzystaniu (poniżej 33 minut na miesiąc) prawdopodobnie najkorzystniejszym rozwiązaniem dla tych abonentów byłaby zmiana na plan tp socjalny (nie analizowany w tym opracowaniu).

Plan tp startowy jest mniej korzystny dla abonenta TP w stosunku do planu tp 60 minut za darmo prawie w całym zakresie analizowanego stopnia użytkowania. Ze względu na prawie identyczną wartość opłaty abonamentowej, nieznacznie wyższą średnią cenę minuty rozmowy (o około 4%) i 60 „bezpłatnych” minut zawartych w cenie abonamentu, plan tp startowy staje się korzystniejszy dopiero przy wykorzystaniu powyżej 1451 minut w miesiącu i może dotyczyć mniej niż 0,035% ogółu abonentów.

<sup>14</sup> Według wiedzy autora z planu tp standardowego korzysta nadal ponad połowa abonentów TP.



**Rysunek 3. Porównanie opłacalności planów taryfowych TP (300-600 min.)**

Należy zwrócić uwagę, że dwa z aktywnych planów taryfowych TP (plan tp startowy oraz nie analizowany tutaj plan startowy tp biznes), nie mające cech oferty wiązanej, nie są przez TP promowane, ani przedstawiane abonentom, jako alternatywa dla ofert wiązanych. Takie działanie TP wyraźnie wskazuje, że oferta planów startowego oraz sekundowego tp biznes nie może być traktowana jako dobra oferta rynkowa. Nieopłacalność korzystania z tych planów powoduje, że nie są one często wybierane przez abonentów TP w przeciwieństwie do planu 60 minut za darmo, który cieszy się stosunkowo dużą popularnością, zwłaszcza wobec agresywnych i często podstępnych działań marketingowych TP.

Prosty i łatwy do zrozumienia, nawet dla mniej obeznanym z ofertą klientów, rachunek ekonomiczny wskazuje bowiem, że w porównaniu z planem startowym, opłata za godzinę rozmów w ofercie wiązanej plan wynosi tylko 0,32 zł. Również inne proste wyliczenia przemawiają za skorzystaniem z oferty wiązanej zamiast z planu tp startowego. Otóż w planie tp startowym, za 60 minut rozmów prowadzonych po najniższej stawce, przewidzianej dla połączeń lokalnych w godzinach nocnych lub w weekendy (0,08 zł), łącznie z kosztem abonamentu, płaci się 45,46 zł, a więc o 4,48 zł więcej od ceny abonamentu w planie tp 60 minut za darmo. Wybierając z kolei po 30 minut połączeń strefowych i połączeń międzystrefowych przeprowadzonych także poza godzinami szczytu, płacimy łącznie z abonamentem 47,86 zł, czyli o 6,88 zł więcej niż wynosi cena abonamentu w planie tp 60 minut za darmo. Jest to oczywisty argument za skorzystaniem z oferty wiązanej nawet dla klientów korzystających z telefonu w niewielkim stopniu.

Oznacza to, że podstawowe plany taryfowe będące obecnie w ofercie TP, są skonstruowane w taki sposób, że w praktyce nie dają abonentowi możliwości wyboru oferty samego utrzymania łącza abonenckiego, nie związanej z ofertą bezpłatnych połączeń telefonicznych lub też czynią taki wybór zupełnie nieopłacalnym. Tym samym klienci „zmuszani” są czynnikami ekonomicznymi do wyboru oferty wiązanej.

Zgłoszony do akceptacji Prezesa UKE projekt zastąpienia planu tp 60 minut za darmo planem tp 100 minut za darmo spowoduje zwiększenie rachunków dla klientów wydzwaniających do 138 minut w miesiącu, czyli ponad dwukrotnie więcej niż pula bezpłatnych minut w dotychczasowym planie. Według szacunków bazujących na danych Tele2 może to dotyczyć około 73% abonentów<sup>15</sup>. Skorzystanie z tego planu oznacza niższe rachunki dla abonentów planu tp standardowego wydzwaniających powyżej 74 minut miesięcznie oraz dla abonentów planu tp startowego - powyżej 53 minut.

Jak już wspomniano, biorąc pod uwagę tylko rozmowy strefowe i międzystrefowe, nowy plan tp zawsze za darmo<sup>16</sup> jest korzystniejszy dla abonentów planu tp standardowego przy miesięcznym poziomie użytkowania powyżej 372 minut (Rysunek 3). Przy odpowiednio dużym stopniu korzystania z telefonu staje się on także korzystniejszy dla innych abonentów:

- planu tp startowego - powyżej 429 minut miesięcznie,
- planu tp 60 minut za darmo - powyżej 479 minut miesięcznie,
- planu tp 100 minut za darmo - powyżej 589 minut miesięcznie.

Nieco odmienną konstrukcję ma plan tp premium pro. W planie tym pakiet 200 minut, których koszt jest zawarty w opłacie abonamentowej, w odróżnieniu od wcześniej analizowanych planów taryfowych obejmuje, oprócz rozmów strefowych i międzystrefowych, także rozmowy do sieci komórkowych. Na podstawie danych ruchowych pochodzących z Tele2 oszacowano średnią ważoną cenę rozmowy obejmującą 3 kategorie: rozmowy strefowe, międzystrefowe i do sieci komórkowych (Tabela 3), a następnie obliczono wysokość faktury obejmującej cenę abonamentu oraz wartość rozmów wspomnianych 3 kategorii w zależności od liczby minut rozmów zrealizowanych w ciągu miesiąca.

W świetle przeprowadzonych porównań zastanawiająca okazuje się konstrukcja planu tp premium pro (Rysunki 4-7). Okazał się on korzystniejszy od:

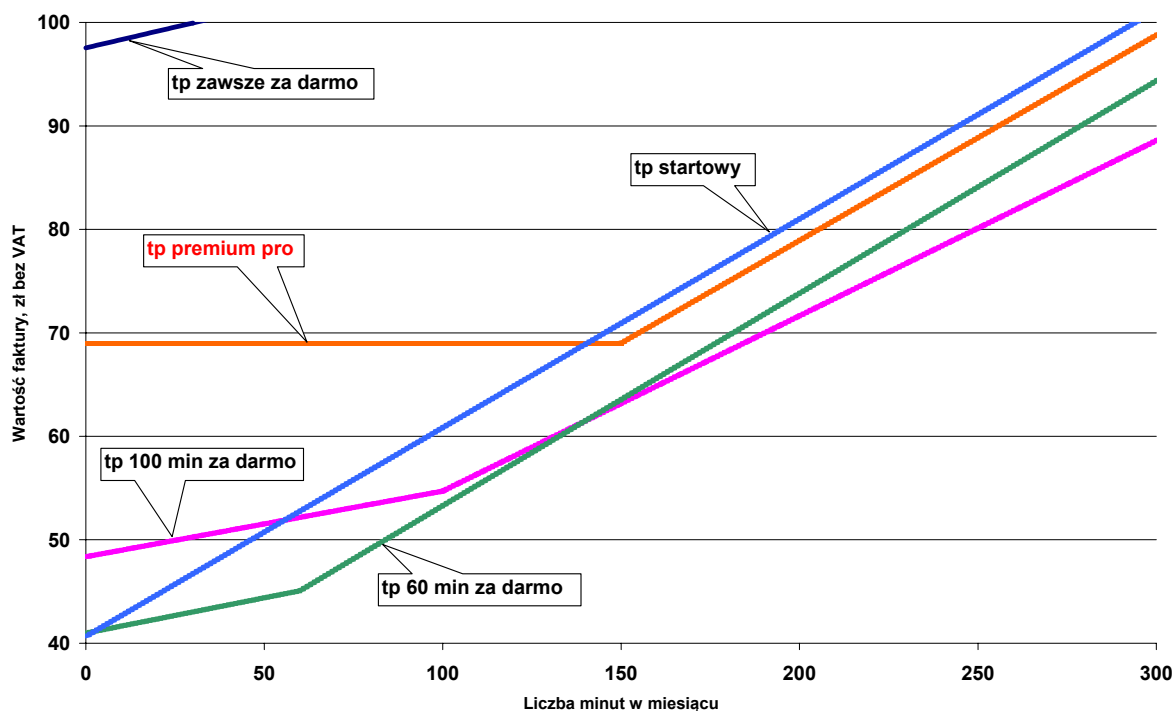
- planu tp startowego (który jak wcześniej wykazano do atrakcyjnych nie należy) przy ponad 140 minutach rozmów trzech kategorii w miesiącu (Rysunek 4),
- planu tp 60 minut za darmo - przy ponad **943** minutach rozmów w miesiącu (Rysunek 6).

Jest on także korzystniejszy od planu sekundowego jedna stawka tp biznes profit niezależnie od liczby minut wydzwonionych w miesiącu (Rysunek 7). Wynika to z faktu, że ceny analizowanych tutaj trzech kategorii połączeń i wysokość opłaty abonamentowej są w obu planach taryfowych identyczne, a różni je jedynie to, że w proponowanym planie tp premium pro w ramach pakietu „darmowych” minut mogą być wykorzystywane połączenia do sieci komórkowych. Plan tp premium pro jest również korzystniejszy od planu tp zawsze za darmo, ale tylko przy wykorzystaniu do **493** minutach rozmów w miesiącu (Rysunek 5). Natomiast w stosunku do proponowanego planu 100 minut za darmo plan ten jest zawsze mniej korzystny dla abonentów.

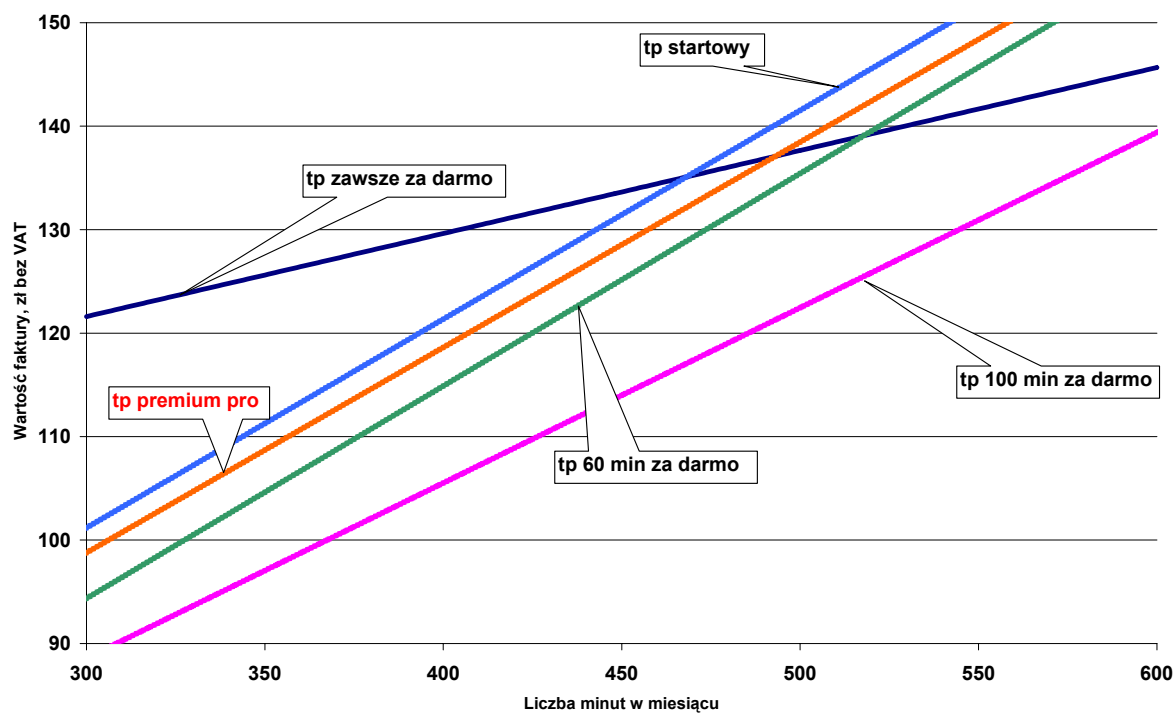
---

<sup>15</sup> Około 73% abonentów Tele2 wykorzystuje do 138 minut połączeń strefowych i międzystrefowych w miesiącu.

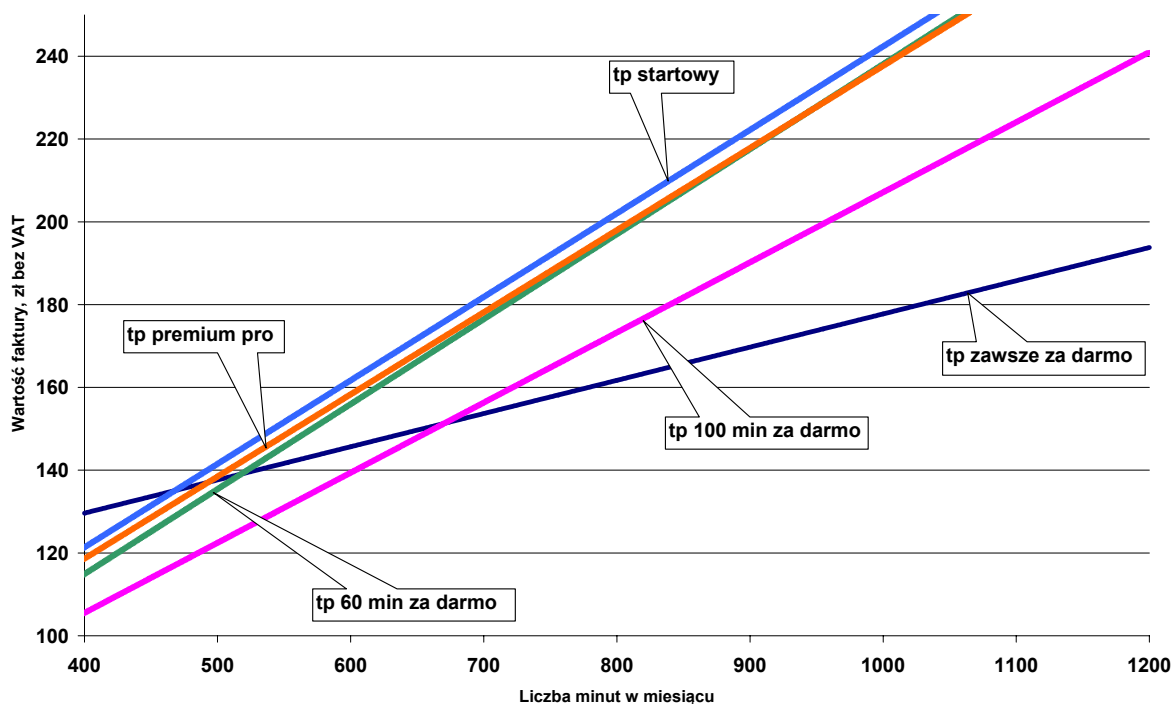
<sup>16</sup> W wysokości faktury abonenta korzystającego z tego planu uwzględniono fakt, że nie wszystkie rozmowy objęte są pulą „darmowych” minut. Zgodnie z danymi TP, przyjęto, że **8%** rozmów strefowych i międzystrefowych jest realizowanych poza sieć TP i koszt tych rozmów został dodany do wartości faktury abonenta korzystającego z planu tp za darmo.



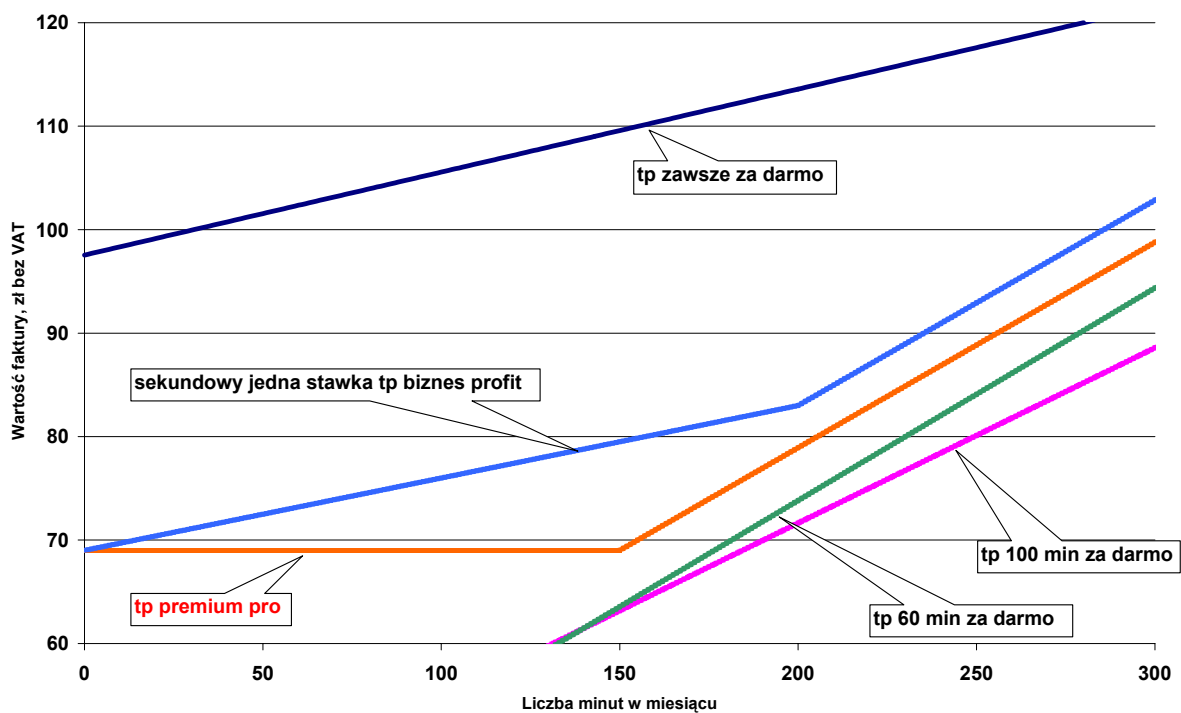
Rysunek 4. Plan tp premium pro na tle innych planów taryfowych TP (0-300 min.)



Rysunek 5. Plan tp premium pro na tle innych planów taryfowych TP (300-600 min.)



Rysunek 6. Plan tp premium pro na tle innych planów taryfowych TP (600-1200 min.)



Rysunek 7. Plan tp premium pro a plan sekundowy jedna stawka tp biznes profit.

Podsumowując, przy trzech kategoriach rozmów (strefowych, międzystrefowych i do sieci komórkowych) wchodzących w skład faktury najkorzystniejsze dla abonenta jest wybranie:

- do 139 minut - plan tp 60 minut za darmo,
- od 140 do 670 minut - plan tp 100 minut za darmo,
- od 671 minut - plan tp zawsze za darmo.

Stąd, w świetle przedstawionej analizy<sup>17</sup> trudno jest znaleźć uzasadnienie dla wprowadzenia planu tp premium pro.

## 6. Wpływ stosowanych przez TP ofert wiązanych na konkurencję na rynku usług telefonicznych

Porównując ze sobą taryfy TP i Tele2, nie będące ofertami pakietowymi (wiązanymi), czyli plany tp standardowy i tp startowy oraz cenniki Tele2 impulsowy preselekcji i sekundowy, możemy wykazać realne oszczędności przy korzystaniu z usług Tele2, bez względu na liczbę minut wydzwonionych w ciągu miesiąca (Rysunek 8). Wynika to z faktu, że ceny połączeń jakie oferuje Tele2, są znacząco niższe niż te oferowane przez operatora zasiedzialego. A zatem wszystkim abonentom TP, korzystającym zarówno z planu tp standardowego jak i tp startowego, niezależnie od wydzwonionej liczby minut w miesiącu, opłaca się korzystać z preselekcji.

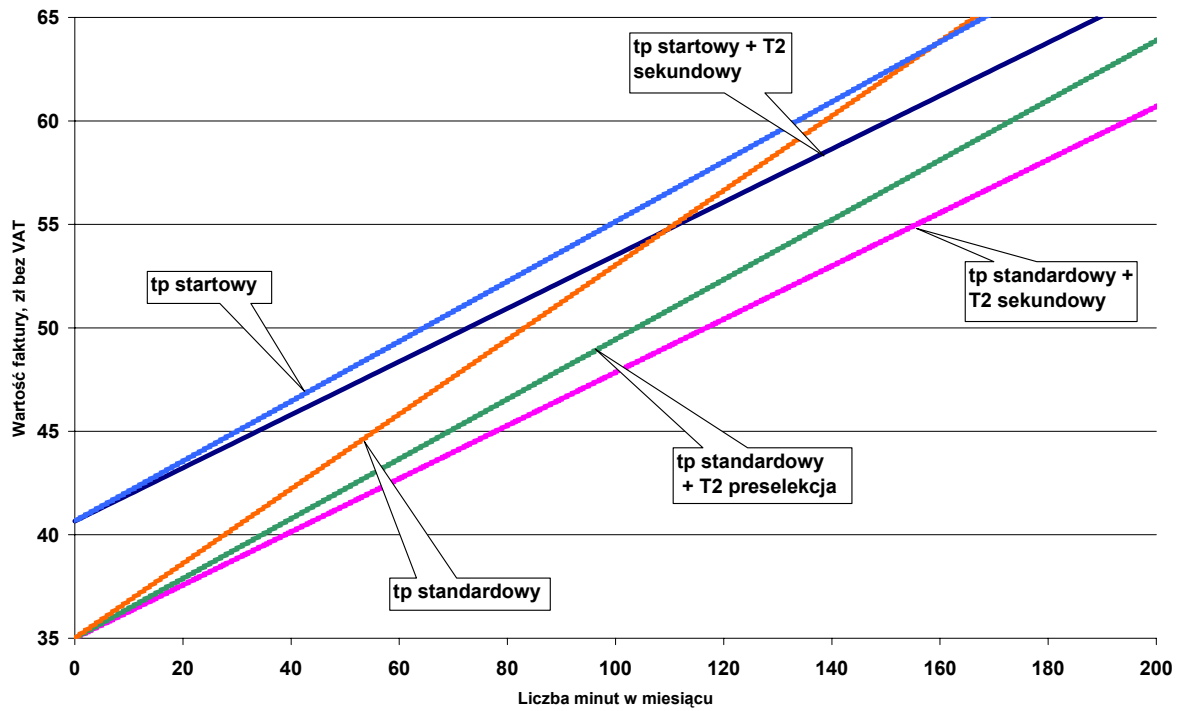
Inaczej wygląda sytuacja dla abonentów TP korzystających z planu tp 60 minut za darmo. Z powodu 60 minut rozmów ujętych w cenie abonamentu, korzystanie z usług preselekcji innego operatora (tutaj Tele2), jest korzystne tylko przy wykonywaniu ponad 406 minut rozmów międzymiastowych i lokalnych miesięcznie (Rysunek 9). Tymczasem abonenci generujący miesięcznie tak duży ruch stanowią tylko około 3% wszystkich abonentów Tele2. Równocześnie dla wielu klientów przejście z planu tp standardowego na plan tp 60 minut za darmo, jeżeli równocześnie korzystali z preselekcji u operatora alternatywnego, oznacza zwiększenie, a nie zmniejszenie wydatków.

Zastąpienie planu tp 60 minut za darmo planem tp 100 minut za darmo spowoduje, że korzystanie z usług Tele2 i jego planu sekundowego w obecnym kształcie przez abonentów TP z planem tp 100 minut za darmo będzie nieopłacalne niezależnie od liczby minut wydzwonionych w miesiącu (Rysunek 10).

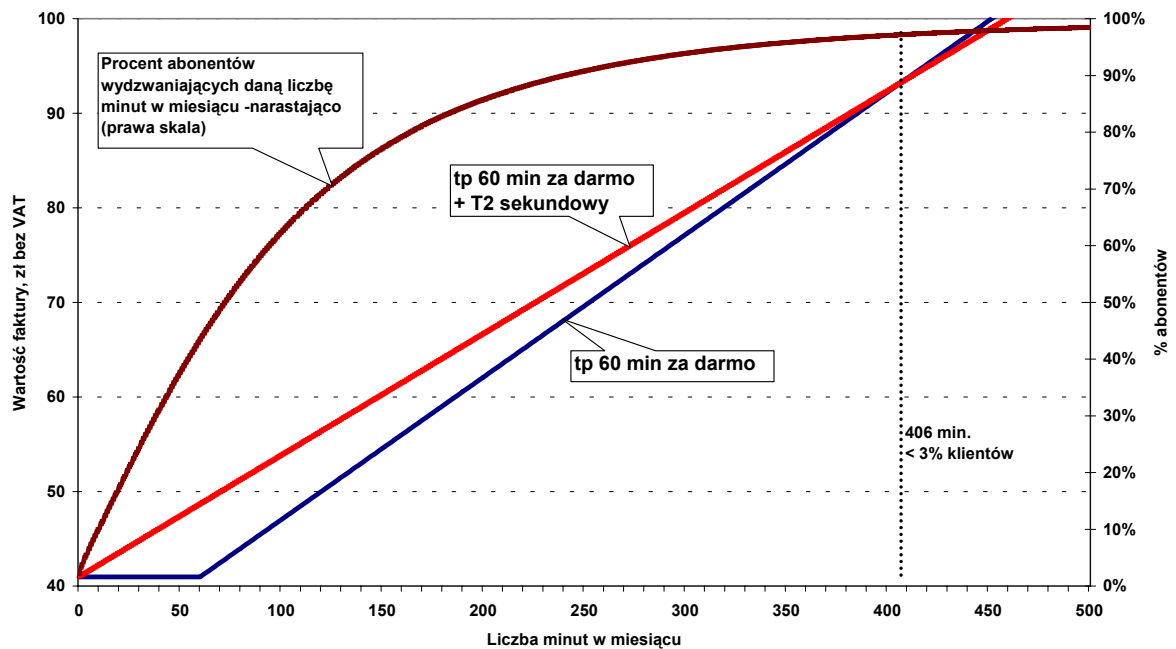
Jak to wynika z Rysunku 11, na którym porównano koszty korzystania z taryf TP i Tele2, dla klientów w umiarkowany sposób korzystających z usług telefonicznych oraz dla intensywnych użytkowników, przejście na plan tp 60 minut za darmo i rezygnacja z preselekcji w Tele2 (co jest powszechne, aby klient miał pewność, że wykorzysta „darmowe” minuty z abonamentu w TP), oznacza wzrost wydatków.

---

<sup>17</sup> Analiza opłacalności poszczególnych planów taryfowych w niniejszym opracowaniu jest prowadzona przy ściśle określonych założeniach, m.in. co do kategorii rozmów uwzględnianych w fakturze, struktury ruchu, itd. Uwzględnienie większej liczby elementów lub przyjęcie innych charakterystyk ruchowych (np. pochodzących bezpośrednio od TP - nie estymowanych lub odnoszących się do konkretnej grupy abonentów mających być grupą docelową dla danego planu taryfowego) może prowadzić do innych wniosków.

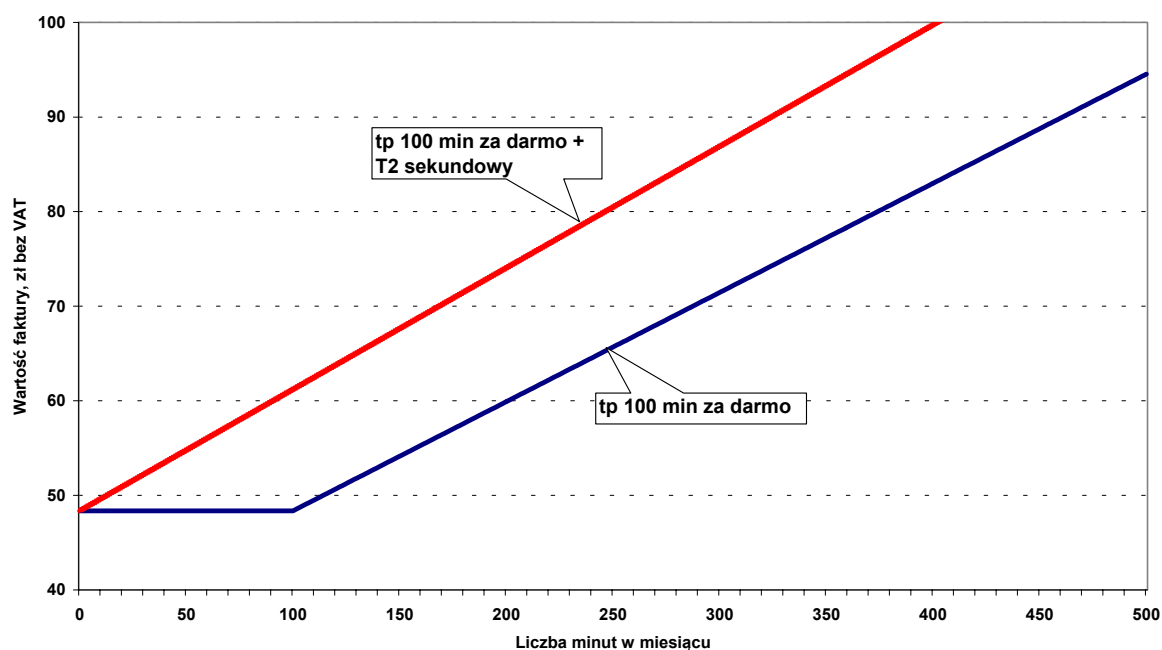


Rysunek 8. Porównanie opłacalności planów taryfowych TP i Tele2 bez wliczonych minut

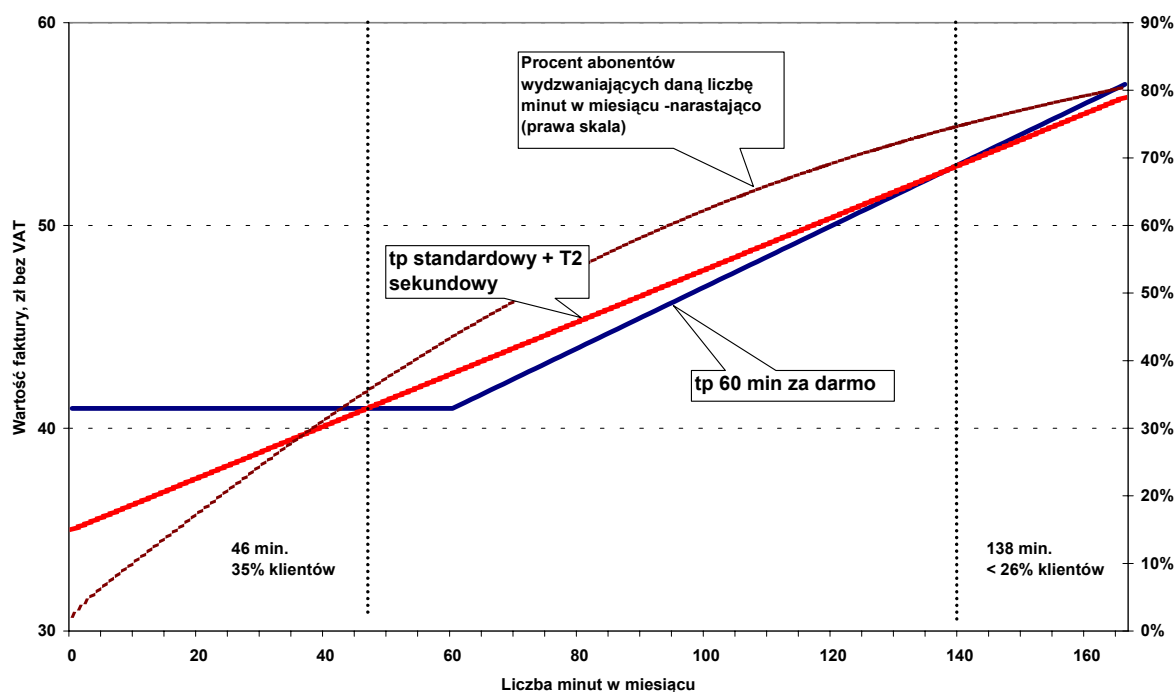


Rysunek 9. Porównanie opłacalności korzystania z preselekcji Tele2 dla abonentów planu tp 60 minut



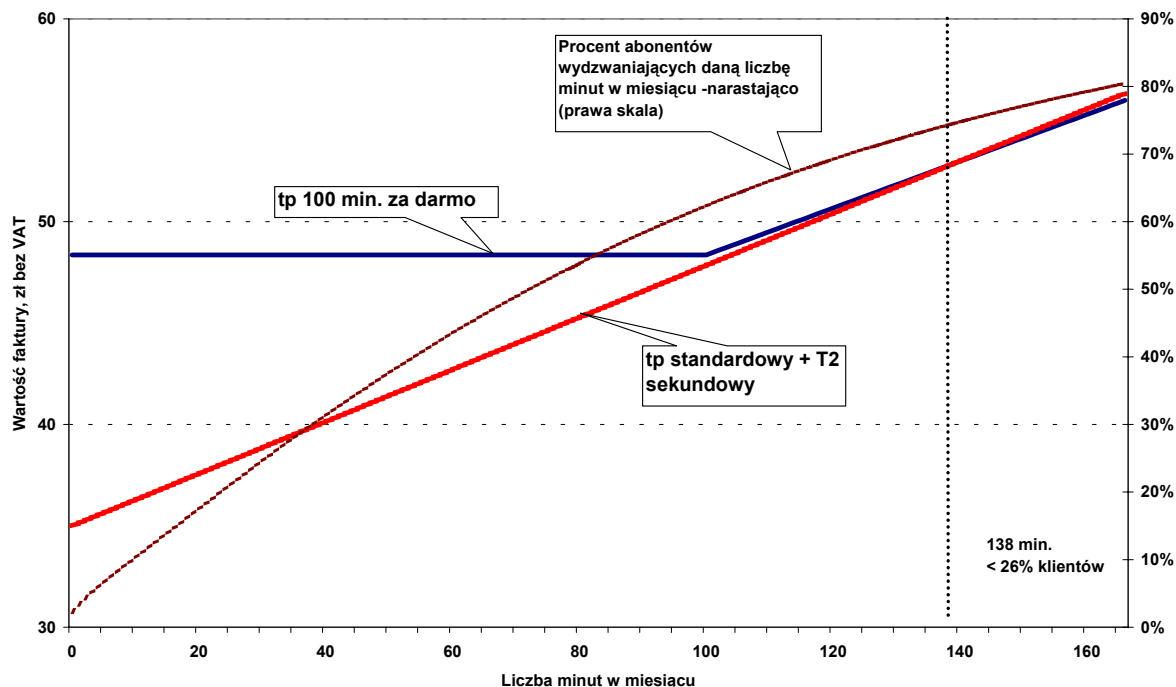


Rysunek 10. Porównanie opłacalności korzystania z preselekcji Tele2 dla abonentów planu tp 100 minut



Rysunek 11. Porównanie opłacalności korzystania z planu sekundowego Tele2 z planem tp standardowym wobec planu tp 60 minut za darmo

W sytuacji, gdy abonent TP wykorzystuje w miesiącu do 60 minut (35% klientów), czyli dokładnie tyle ile zawarte jest w pakiecie 60 minut za darmo, nie będzie on zainteresowany ofertą innego operatora, oferującego wyłączenie połączenia telefoniczne<sup>18</sup>. Z kolei w przypadku abonentów intensywniej korzystających z usług telefonicznych (26% klientów), korzyści z preselekcji widoczne są dopiero po wykonaniu przez nich więcej niż 138 minut połączeń w miesiącu.

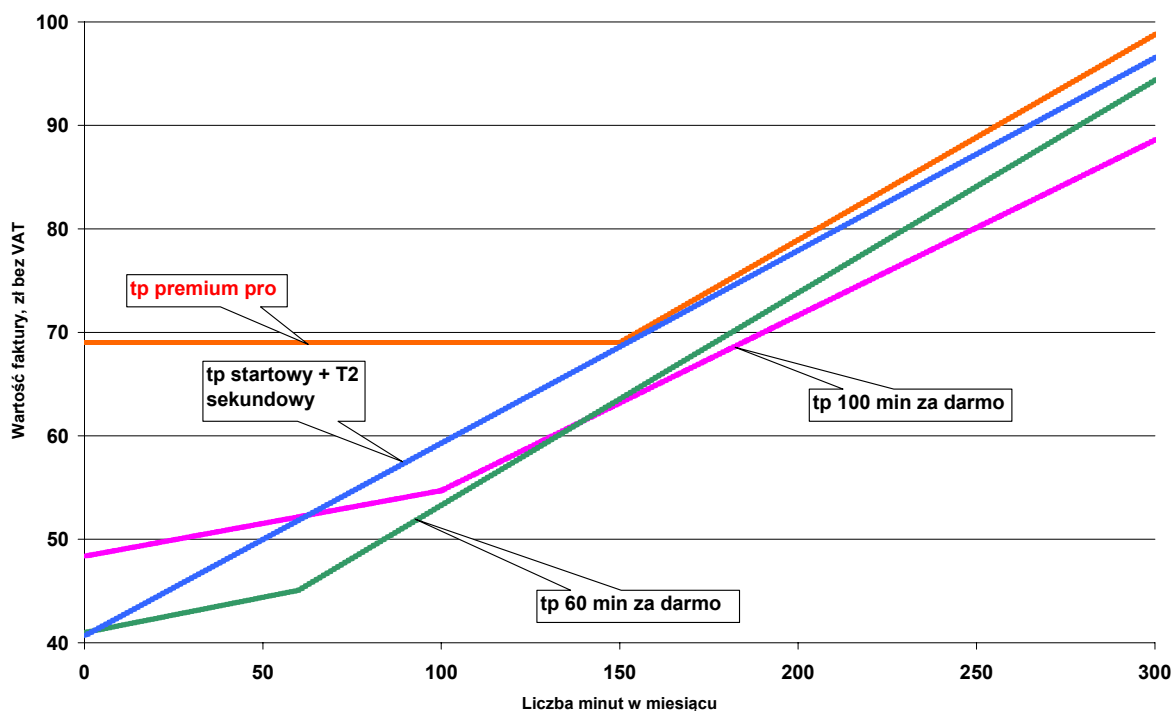


**Rysunek 12. Porównanie opłacalności korzystania z planu sekundowego Tele2 z planem tp standardowym wobec planu tp 100 minut za darmo**

Analogiczna analiza dla planu tp 100 minut za darmo wykazuje opłacalność takiej zamiany, tj. rezygnację z abonamentu standardowego i preselekcji w Tele2 i zakupienie planu tp 100 minut za darmo, jedynie dla około 25% abonentów najintensywniej korzystających z telefonu (Rysunek 12).

Warto też zauważyć, że abonent TP, który korzysta z planu tp 60 minut za darmo (lub analogicznego), po złożeniu zlecenia preselekcji na usługi innego dostawcy, na ogół nie skorzysta z pakietu minut zawartych w abonamencie. Wynika to z tego, że aby tego dokonać konieczne jest każdorazowe wybranie numeru dostępu do sieci TP. Jest to istotne utrudnienie, tym bardziej, że abonent nie jest w trakcie okresu rozliczeniowego informowany przez TP o liczbie minut wykorzystanych w ramach pakietu. Z uwagi na brak możliwości skontrolowania stopnia wykorzystania „darmowego” pakietu minut, praktycznie niemożliwe jest racjonalne korzystanie z oferty obu dostawców usług telekomunikacyjnych jednocześnie. W tej sytuacji, nowo pozyskani abonenci TP oraz ci, którzy bezpowrotnie rezygnują z korzystania z planu standardowego, są w praktyce poza zasięgiem oferty alternatywnych dostawców usług.

<sup>18</sup> Aczkolwiek przy wydzwanianiu do 46 minut w miesiącu (co dotyczy 35% abonentów Tele2) korzystanie z planu tp standardowego w połączeniu z planem sekundowym Tele2 jest korzystniejsze dla klientów.



**Rysunek 13.** Porównanie opłacalności korzystania z planu sekundowego Tele2 z planem tp startowym wobec planu tp premium pro.

W przypadku kontrowersyjnego planu tp premium pro, okazuje się, że korzystniejszą ofertą jest plan tp startowy (a tym bardziej plan tp standardowy) w połączeniu z preselekcją w Tele2 i to niezależnie od stopnia użytkowania telefonu (Rysunek 13).

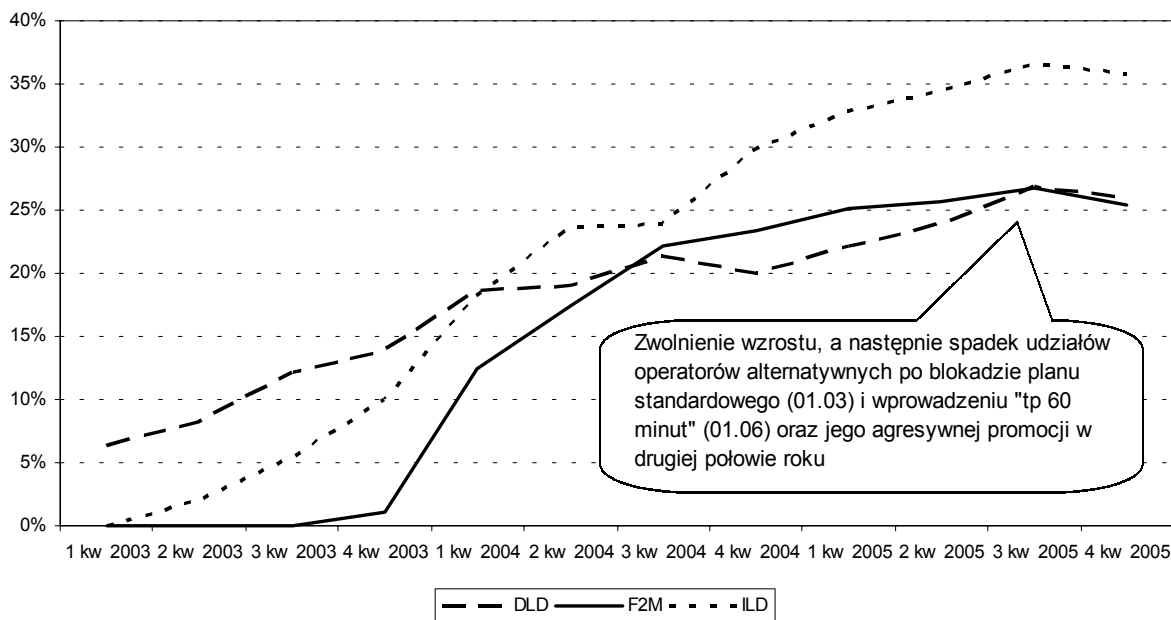
## 7. Wnioski

Zjawisko ofert wiązanych jest coraz częściej spotykanym w Europie działaniem operatorów o znaczącej pozycji rynkowej, którzy poprzez tego typu usługi starają się zmniejszyć swój wskaźnik rotacji klientów.

Negatywny wpływ wprowadzenia nowych planów taryfowych oraz równoczesnego zamknięcia planu standardowego na rozwój konkurencji ma również swoje odzwierciedlenie w ewolucji udziałów rynkowych TP i operatorów alternatywnych (Rysunek 14). Wprowadzenie niekonkurencyjnych planów taryfowych miało istotny wpływ na spowolnienie tempa wzrostu udziału w rynku alternatywnych dostawców usług. TP w swoich raportach kwartalnych, a także France Telecom w sprawozdaniu z działalności za rok 2005 wyraźnie podaje, że plan tp 60 minut za darmo i zamknięcie planu standardowego są narzędziem walki o odzyskanie udziałów rynkowych.

Podsumowując, TP, korzystając ze swojej uprzywilejowanej pozycji, ogranicza prawa abonentów do swobodnego wyboru dostawcy usług, poprzez łączenie oferty abonamentu (gdzie TP ma zdecydowaną przewagę rynkową - ponad 90% linii abonenckich należy do TP) z ofertą połączeń głosowych (gdzie TP konkuruje z innymi dostawcami usług, w tym nie posiadającymi własnej infrastruktury na poziomie sieci abonenckiej). Tym samym TP wprowadza szereg ofert wiązanych, które nie mogą być replikowane przez operatorów świadczących usługi na rzecz abonentów TP na zasadzie dostępu pośredniego, tak aby zapewnić równoprawne warunki konkurencji. Podkreślenia wymaga także fakt, iż inni dostawcy usług nie mogą zaoferować abonentom

przylączonym do sieci TP analogicznej oferty, gdyż oferta hurtowa TP nie umożliwia im oferowania usługi abonamentu (utrzymania łącza w gotowości do świadczenia usług)<sup>19</sup>. Zatem bez wątplenia, oferty pakietowe (wiązane), oparte na zastanej sieci, powinny podlegać ostrym regulacjom, a także zostać poddane testowi ograniczenia marginesu zysku. Całkowicie zakazane powinny być oferty zawierające produkt poza zasięgiem konkurencji w pakiecie z jakimkolwiek innym produktem czy usługą poddaną wolnej konkurencji.



**Rysunek 14. Udziały operatorów alternatywnych w rynku połączeń telefonicznych, 2003-2005**

Przedstawione analizy wykazują, że działania TP polegające na wprowadzeniu nowych planów taryfowych, w szczególności będących ofertami wiązanymi, spowodowały wzrost kosztów usług telefonicznych ponoszonych przez część abonentów<sup>20</sup>, korzystających z nowych planów taryfowych TP w porównaniu do planu standardowego (będącego ostatnią ofertą TP nie zawierającą w sobie określonej ilości połączeń), który został wycofany z oferty TP.

Działania TP mają też niekorzystny wpływ na rozwój konkurencji na rynku świadczenia usług połączeń telefonicznych, co przejawia się poprzez:

- pogorszenie sytuacji operatorów alternatywnych, z powodu braku realnych możliwości stworzenia konkurencyjnej oferty połączeń telefonicznych, skierowanej do abonentów podstawowych planów telefonicznych TP, będących w aktualnej ofercie operatora (plan tp 60 minut za darmo, plan tp startowy) oraz planach przewidzianych do wdrożenia,
- ograniczenie, a w praktyce wyłączenie, możliwości równego dostępu do sieci telefonii stacjonarnej dla operatorów alternatywnych konkurujących z TP,

<sup>19</sup> Poza jednym jak na razie przypadkiem Tele2, dzięki wspomnianej wcześniej decyzji Prezesa UKE.

<sup>20</sup> Dotyczy to przede wszystkim abonentów korzystających z telefonu w niewielkim stopniu.

- wyłączenie możliwości zadziałania naturalnych mechanizmów konkurencyjnych (konkurencja cenowa, stosowanie zróżnicowanych ofert pakietów połączeń) na rynku świadczenia usług połączeń telefonicznych.

Na zakończenie należy jeszcze raz przypomnieć, że analiza opłacalności poszczególnych planów taryfowych w niniejszym opracowaniu była prowadzona przy ściśle określonych założeniach, m.in. dotyczących kategorii rozmów uwzględnianych w fakturze, struktury ruchu, itd. Uwzględnienie większej liczby elementów lub przyjęcie innych charakterystyk ruchowych (np. pochodzących bezpośrednio od TP - a nie estymowanych lub odnoszących się do konkretnej grupy abonentów mających być grupą docelową dla danego planu taryfowego zamiast dla całej populacji abonentów) może prowadzić do odmiennych wniosków.