

**JAKI WPŁYW NA RYNEK
BĘDZIE MIAŁO PRZEJĘCIE
POLKOMTELA PRZEZ POLSAT?**

1. ZAKRES ANALIZY

Procesy konsolidacyjne w telekomunikacji są zjawiskiem naturalnym, gdyż jest to przemysł sieciowy, zależny od efektu skali, w którym koszty krańcowe są bardzo małe, natomiast koszty stałe w małym tylko stopniu zależą od poziomu sprzedaży. Stąd też prawie zawsze wynikiem konsolidacji są efekty synergii wynikające z obniżenia poziomu kosztów stałych oraz obniżenia kosztów wdrażania nowych usług. Oczywiście korzyści te nie zawsze i nie w pełni muszą być przenoszone na klientów – to już zależy od konkurencyjności danego rynku po transakcji i dlatego tak ważna jest tu rola organów antymonopolowych, które analizują korzyści i zagrożenia dla rynku związane z daną transakcją.

Niniejsza analiza jest próbą bliższego przyjrzenia się zjawisku konsolidacji rynku telekomunikacyjnego na przykładzie zaanonsowanej niedawno (i czekającej na zgodę UOKiK) transakcji przejęcia Polkomtela przez fundusz Spartan związany kapitałowo z Polsatem. Jest to przypadek o tyle ciekawy, że grupa przejmująca posiada już efektywną kontrolę nad znacznymi zasobami częstotliwościowymi, niezbędnymi do świadczenia usług mobilnych oraz jest liderem na rynku płatnej telewizji, będąc przy okazji dostawcą kontentu. Ponieważ rynki telekomunikacyjne i rynek telewizyjny coraz bardziej się wiążą się ze sobą (pośrednio, poprzez kontent, stanowiący coraz większy procent ruchu w sieciach telekomunikacyjnych i bezpośrednio poprzez sprzedaż pakietów usług obejmujących usługi TV i usługi telekomunikacyjne), implikacje tej transakcji wychodzą poza rynek mobilny i obejmują także rynek płatnej telewizji.

Zjawisko konwergencji usług zostało zresztą dostrzeżone i docenione już wcześniej. Świadczenie usług telewizyjnych, jest od dłuższego czasu obiektem zainteresowania regulatora rynku telekomunikacyjnego (UKE), tym bardziej że w grę wchodzi tu gospodarowanie wspólnymi zasobami częstotliwościowymi (i zagadnienia takie jak dywidenda cyfrowa etc.). W badaniach analitycznych konwergencja rynków także została doceniona – w raportach Audytela od 2010r rynek płatnej telewizji jest włączany do jednolitego rynku komunikacji elektronicznej.

2. METODYKA

W niniejszej analizie zastosowano standardową metodykę analizy kosztów i korzyści za pomocą wyliczenia dobrobytu społecznego w różnych scenariuszach rozwoju rynku, stosowaną już przez Audytel w analizach wykonywanych dla UKE. Analiza kosztów i korzyści w omawianym przypadku uwzględniała następujące kategorie:

- Korzyści/koszty Skarbu Państwa wynikające ze zmiany kwot wpływów z tytułu VAT od usług sprzedawanych na rynku detalicznym (mobilny głos, mobilny Internet, rynek płatnej TV);
- Korzyści/koszty konsumentów i przedsiębiorstw wynikające ze zmiany cen usług mobilnych oraz usług płatnej TV i związanej z tym zmieniającej się konsumpcji usług;
- Korzyści/koszty operatorów mobilnych i dostawców płatnej TV wynikające ze zwiększenia/zmniejszenia przychodów na poszczególnych segmentach rynku.

3. GENERYCZNE SCENARIUSZE ROZWOJU RYNKU

Ponieważ trudno jest precyzyjnie przewidzieć ewolucję rynku składającego się wielu dostawców, proponuje się aby możliwe scenariusze rozwoju rynku przedstawić jako złożenie, z różnym prawdopodobieństwem, kilku charakterystycznych scenariuszy generycznych, które występowały lub występują w różnych krajach, stosownie do ich uwarunkowań i stopnia rozwoju rynku. Dla potrzeb niniejszej analizy założono, że takie generyczne scenariusze są trzy, przy czym dwa z nich zakładają, że konwergencja rynków telewizyjnego i mobilnego będzie postępowała na tyle powoli, że ich bezpośrednie oddziaływanie będzie niewielkie, natomiast w trzecim przypadku efekt ten będzie znaczący. Oczywiście, możliwe będzie także całe *continuum* scenariuszy pośrednich, ale wartość oczekiwana dobrobytu społecznego powinna być w przybliżeniu zgodna z wartością dobrobytu odpowiedniej kombinacji (złożenia) trzech scenariuszy generycznych.

Tabela 1: Charakterystyka generycznych scenariuszy rozwoju rynku (segment mobilny i płatnej TV, perspektywa 5 lat)

Parametr / scenariusz		1: Rozwój organiczny	2: Liderzy kosztów	3: Integracja rynków TV+MOBILE
Udziały rynkowe MNO [%]	Polkomtel	15-20	20-25	30-35
	PTK / PTC	30-35	25-30	20-25
	P4	10-15	15-20	15-20
	inni	<5	5-10	-

Parametry rozwoju rynku dla modeli wymienionych w Tabeli 1 zostały wyliczone na podstawie modeli prognostycznych Audytela wykorzystywanych od wielu lat w publikowanych corocznie prognozach rynkowych. Modele te przewidują prognozowanie popytu na poszczególne rodzaje usług telekomunikacyjnych z uwzględnieniem trendów makroekonomicznych i technologicznych oraz efektów konkurencyjnych.

SCENARIUSZ 1: rozwój organiczny

Jednym z kierunków działań regulatorów, nie tylko na rynku polskim, było zwiększanie konkurencji na rynku mobilnym poprzez umożliwianie wejść nowym graczom. Jak wskazują obserwacje licznych rynków europejskich, z reguły kolejni operatorzy mobilni, coraz później wchodzący na rynek, osiągają coraz niższe docelowe udziały rynkowe. Dzieje się tak pomimo zabiegów regulacyjnych mających wyrównywać szanse rynkowe (np. asymetria MTR, MNP), choć oczywiście są wyjątki od tej zasady, jak na przykład wejście Orange na rynek brytyjski (patrz tabela poniżej).

Tabela 2. Zależność kolejności wejścia MNO od udziałów w krajowym rynku telefonii ruchomej, według stanu na koniec 2007 r., baza – kraje EU 15

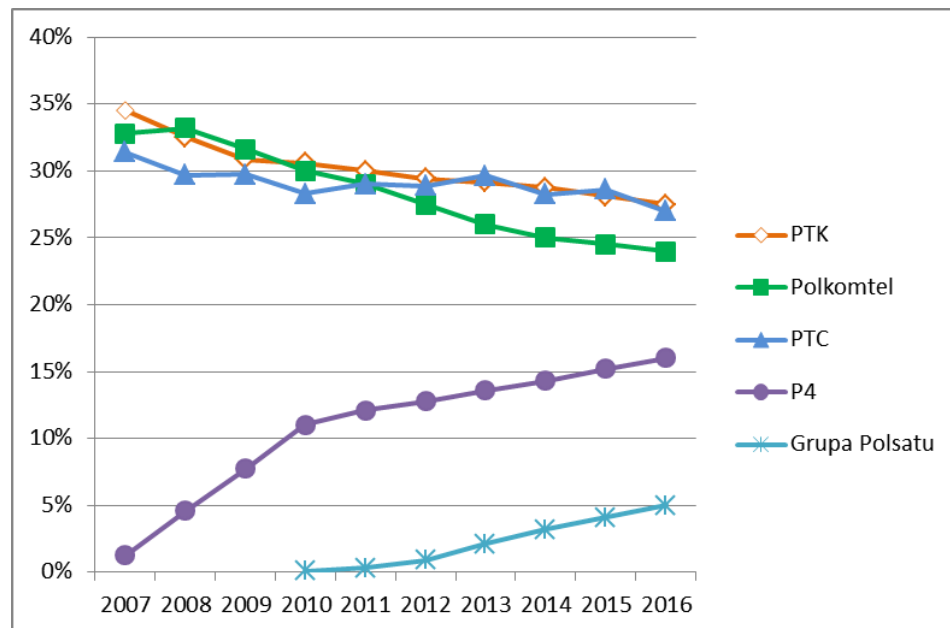
Kolejność wejścia Kraj / MNO	Pierwszy	Drugi	Trzeci	Czwarty	Piąty
Austria	Mobikom (42%, 1994)	T-Mobile (35%, 1996)	ONE (18%, 1997)	H3G (5%, 2003)	
Belgia	Proximus (43%, 1994)	Mobistar (30%, 1998)	BASE (27%, 1999)		
Dania	TDC (44%, 1992)	Sonofon (25%, 1992)	Telia (21%, 1995)	Other (8%, 1998)	H3G (2%, 2001)
Finlandia	Elisa (36%, 1992)	Sonera (37%, 1992)	DNA (20%, 2001)	Other (7%)	
Francja	Orange (46%, 1992)	SFR (36%, 1992)	Bouygues (18%, 1996)		
Grecja	Vodafone (30%, 1993)	Wind Hellas (26%, 1993)	Cosmote (36%, 1998)	Q-Telecom (8%, 2002)	
Hiszpania	Telefonica (45%, 1995)	Vodafone (32%, 1995)	Orange (22%, 1999)	Yoigo (1%, 2006)	
Holandia	KPN (51%, 1994)	Vodafone (22%, 1995)	T-Mobile (15%, 1999)	Orange (12%, 1999)	
Irlandia	Vodafone (43%, 1993)	O2 (32%, 1997)	Meteor (18%, 2001)	H3G (7%, 2004)	
Luksemburg	P&T (48%, 1993)	Tango (27%, 1998)	VOX (25%, 2004)		
Niemcy	T-Mobile (37%, 1992)	Vodafone (35%, 1992)	E-Plus (15%, 1994)	O2 (13%, 1998)	
Portugalia	TMN (43%, 1992)	Vodafone (36%, 1992)	Optimus (21%, 1998)		
Szwecja	Telia (45%, 1992)	Tele2 (28%, 1992)	Telenor (17%, 1992)	H3G (8%, 2003)	Inni (2%)
Wielka Brytania	Vodafone (25%, 1992)	O2 (25%, 1993)	T-Mobile (24%, 1993)	Orange (21%, 1994)	H3G (5%, 2003)

Źródło: TERA Consultants „Response to the ERG public consultation on a draft Common Position on symmetry of mobile/fixed call termination rates”, 2008

Mamy także podobne wydarzenie na rynku polskim: trzeci operator GSM (Idea, obecnie Orange) zrównał swój udział rynkowy z udziałami dwóch operatorów zasiedziających w 2003r, chociaż należy pamiętać że w obu tych przypadkach *challenger* miał za sobą wsparcie międzynarodowego operatora a w Polsce dodatkowo

doświadczenia z rynku telefonii ruchomej NMT oraz wsparcie narodowego operatora stacjonarnego.

Rys. 1 Udziały rynkowe w rynku telefonii komórkowej – wariant rozwoju organicznego (bazowy)



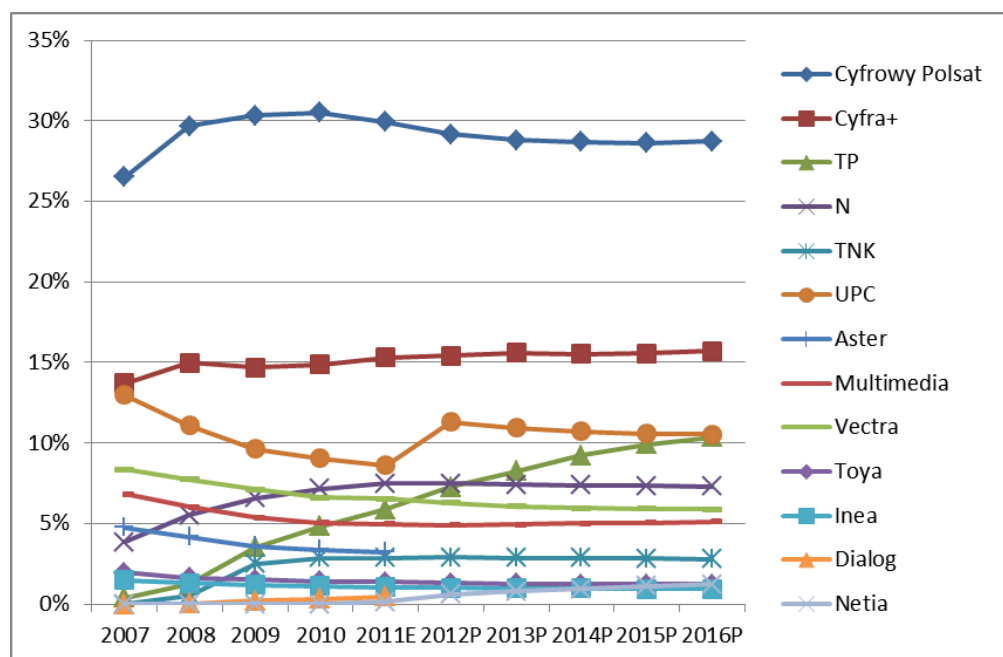
Od kilku lat obserwujemy drugie udane wejście na polski rynek mobilny, tym razem w wykonaniu P4 (sieć Play), który do początku roku 2011 osiągnął 5 milionów abonentów i ponad 11% udziału w rynku. Sukces P4 jest w dużym stopniu efektem wsparcia regulacyjnego (asymetria MTR), którego zakres jest stopniowo ograniczany i które niebawem zostanie zupełnie zaniechane. Można więc oczekiwać, że wzrost udziałów rynkowych P4 zostanie stopniowo wyhamowany na poziomie nieco ponad 15%, tym bardziej że weszła już na rynek nowa konkurencja w postaci Cyfrowego Polsatu (który działa w trybie MVNO) oraz spółek infrastrukturalnych kontrolowanych przez Polsat, które mają większe wsparcie regulacyjne i duże zasoby częstotliwościowe. Ze względu na ich późniejsze wejście, docelowe udziały rynkowe tych nowych graczy nie przekroczą 5-10%. Zakładamy w tym scenariuszu, że na rynku nie ma przejęć lub że ich ewentualny efekt rynkowy, podobnie jak efekt synergii z porozumienia PTC i PTK pozostaną w większości na papierze. W najlepszej pozycji strategicznej będą jednak mimo wszystko PTC i PTK, gdyż mają

stabilnych, branżowych inwestorów strategicznych, w odróżnieniu od Polkomtela i reszty konkurencji.

Ze względu na rywalizację w dość dużym oligopolu (5 graczy, nie licząc MVNO), konkurencyjność rynku mobilnego jako takiego nadal będzie się wzmacniać, co będzie miało przełożenie na malejące ceny usług mobilnych. Kwestia konwergencji usług także nie wpłynie znacząco na obraz rynku – podobnie jak w scenariuszu 1.

Rynek telewizji płatnej (wszyscy dostawcy usług CATV, DVB-S i IP TV łącznie) w tym scenariuszu będzie się rozwijał osobno i będzie nadal pozostawał rozdrobiony, pomimo pewnych procesów konsolidacyjnych (przejęcie Astera przez UPC, Dialogu przez Netię czy akwizycje Vectry).

Rys. 2 Udziały rynkowe w rynku usług TV – wariant rozwoju organicznego (bazowy)



W scenariuszu tym nie będzie bezpośredniego oddziaływania na siebie rynków TV i rynku mobilnego – jedynymi aktywnymi i liczącymi się graczami z rynku stricte telekomunikacyjnego działającymi na rynku TV będą Netia i TP a wpływ MVNO z rynku telewizyjnego na rynek mobilny także będzie ograniczony.

SCENARIUSZ 2: Liderzy kosztów

Równowaga na rynku oligopolowym, jakim jest do pewnego stopnia regulowany rynek usług mobilnych w Polsce, nie jest równowagą statyczną, gdyż rynek jest poddany presji wielu czynników zarówno wewnętrznych (działania konkurencyjne, zmieniające się potrzeby klientów) jak i zewnętrznych (zagrożenie substytutami, konwergencja usług, presja regulacyjna). Jednym z ważnych wydarzeń, jakie zaszło na polskim rynku mobilnym i które może zmienić jego dynamikę, jest porozumienie pomiędzy PTK Centertel i PTC w sprawie wspólnego wykorzystania infrastruktury (zgoda UOKiK: czerwiec 2011) oraz utworzenia wspólnej spółki zakupowej (zgoda UOKiK: wrzesień 2011). Porozumienie to ma dwa realne wymiary rynkowe:

1/ przenosi konkurencję z poziomu infrastruktury na poziom usług (bo obie strony porozumienia pozostają przy swoich markach Orange i T-Mobile);

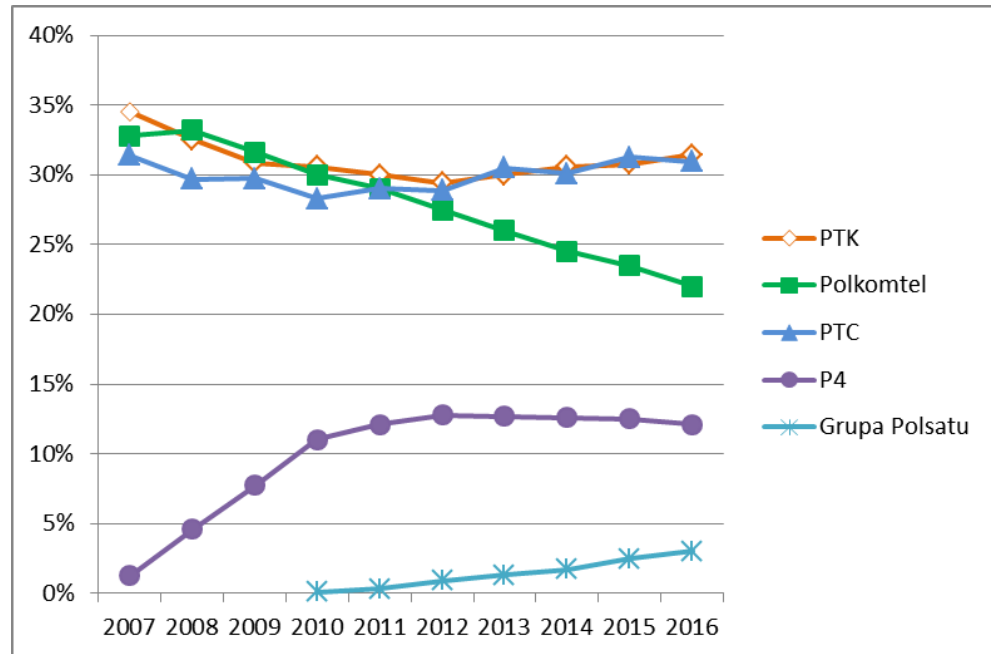
2/ zapewnia obu stronom dużą przewagę kosztową względem wszystkich pozostałych graczy na rynku, co jest szalenie ważne zwłaszcza w kontekście niezbędnych inwestycji w sieci nowej generacji (LTE/LTE-Advanced).

Dodatkowo w sferze spekulacji, nie całkiem bezpodstawnych, jeżeli się zważy połączenie sieci Orange i T-Mobile w Wielkiej Brytanii, jest dalsza ewentualna integracja tych operatorów na rynku polskim. Jak na to zareagują konkurenci?

Nawet gdyby doszło do podobnego porozumienia wszystkich pozostałych operatorów mobilnych, to biorąc pod uwagę nierówne siły (połączone udziały rynkowe wszystkich pozostałych operatorów wynoszą około 40% wobec 60% PTC i PTK, na poziomie liczby BTS układ sił jest jak 30% do 70%), jedyną sensowną strategią dla nich, byłoby opóźnienie lub ograniczenie inwestycji w LTE i wykorzystanie rezerw pojemnościowych istniejącej infrastruktury (technologia HSPA+) tak długo jak się tylko da. Taka strategia mogłaby być całkiem efektywna średnioterminowo a ponadto zarówno P4 jak i Polkomtel (jeżeli nie zostanie sprzedany) mogą nie mieć specjalnego wyboru – inwestycja w LTE będzie bardzo kosztowna, gdyż wymaga zbudowania zupełnie nowej infrastruktury. Zakładamy tu milcząco, że wszystkie strony

zainteresowane inwestycją w LTE będą miały w perspektywie 2-3 lat rozwiązana kwestię niezbędnych zasobów częstotliwościowych.

Rys. 3 Udziały w rynku telefonii komórkowej – scenariusz (2)



Opóźnienie inwestycji w LTE przez mniejszych konkurentów może oznaczać w dłuższym terminie oddanie pola tandemu PTC-PTK, które w efekcie osiągnęłyby udziały w rynku rzędu 33% każdy. W scenariuszu tym liderzy rynku, nie będąc po presję kosztową, w dłuższym terminie narzuciliby rynkowi swoją politykę cenową, której prawdopodobnym przejawem byłoby dążenie do uniknięcia wojny cenowej w głosie na rzecz bardzo bogatej i konkurencyjnej oferty w zakresie do internetu. Wszyscy pozostali konkurenci z powodów technologicznych (brak szerokiego wdrożenia LTE) i z powodu zbyt małej ekonomii skali, nie byłoby w stanie utrzymać swych udziałów (Polkomtel) lub osiągać dalszego wzrostu (P4, inni).

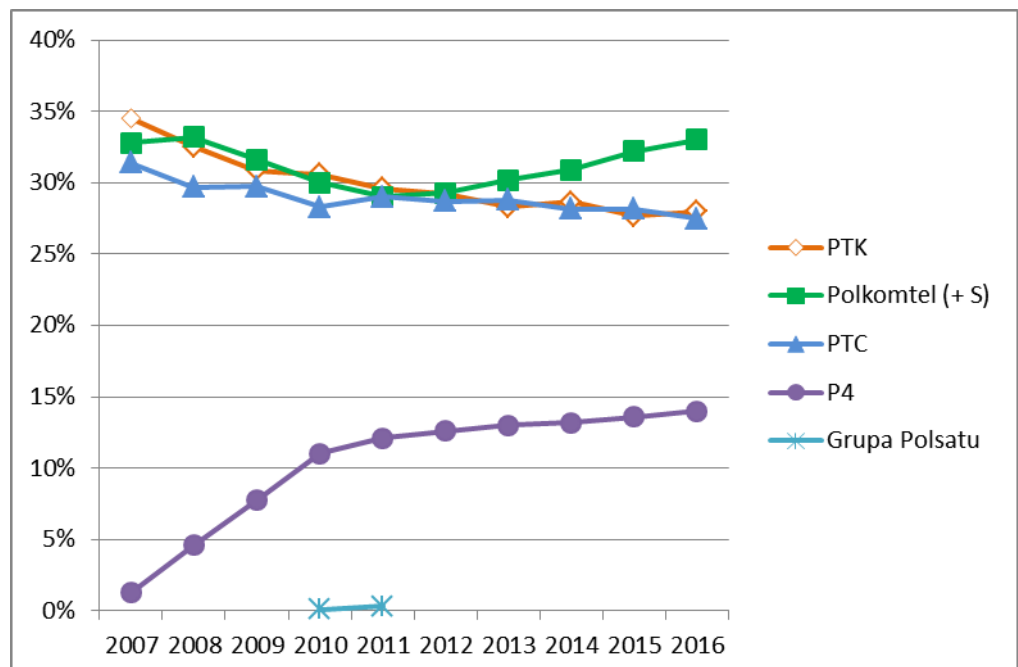
Kwestia konwergencji usług mobilnych i telewizyjnych nie byłaby wówczas istotna dla obrazu rynku – podobnie jak w wariantcie bazowym - albo z powodu braku dużego, pionowo zintegrowanego dostawcy usług, który byłby jednocześnie operatorem mobilnym, dostawcą dostępu do telewizji i dostawcą treści telewizyjnego,

albo z powodu słabej adopcji pakietów usług mobilnych i telewizyjnych na rynku.

SCENARIUSZ 3: Konwergencja rynków TV i mobilnego

Ponieważ rynki telekomunikacyjne i rynek telewizyjny coraz bardziej się wiążą ze sobą (pośrednio, poprzez контент, stanowiący coraz większy procent ruchu w sieciach telekomunikacyjnych i bezpośrednio poprzez sprzedaż pakietów usług obejmujących usługi TV i usługi telekomunikacyjne, to należy także rozważyć scenariusz, w którym nastąpiłaby ścisła integracja tych rynków. Byłoby to możliwe zwłaszcza w przypadku pojawienia się na rynku dużego, pionowo zintegrowanego dostawcy usług, który byłby jednocześnie operatorem mobilnym, dostawcą dostępu do telewizji i dostawcą kontentu telewizyjnego. Dominującą strategią marketingową dla takiego gracza jest pakietyzacja usług oraz, w przypadku połączenia dwóch firm, sprzedaż skrośna (cross-selling) do nowej bazy klientów.

Rys. 3 Udziały w rynku telefonii komórkowej – scenariusz (3)

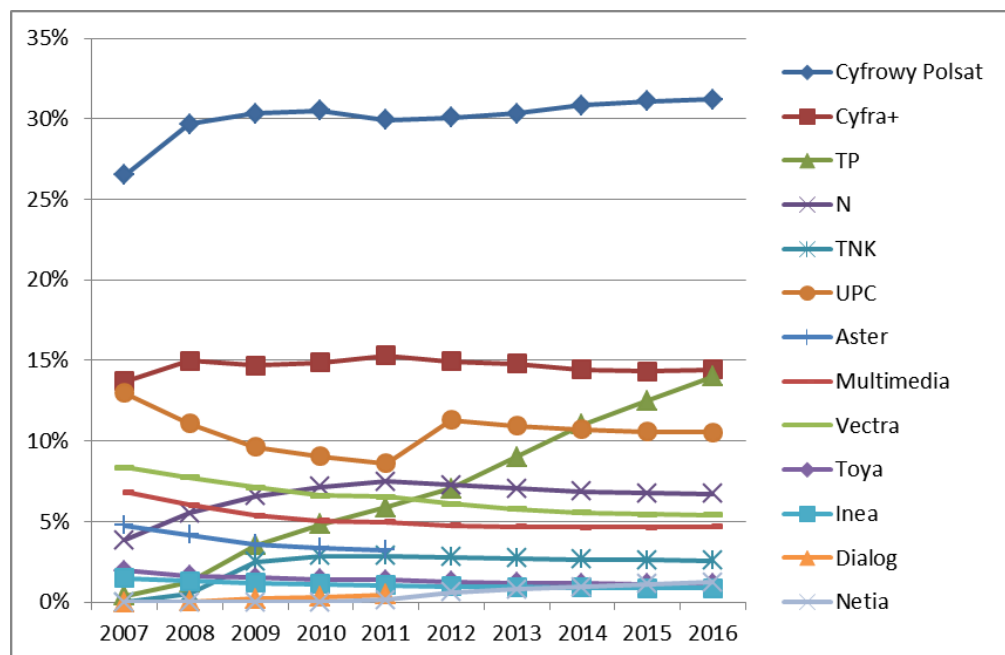


Strategia rozwoju musi natomiast bazować na wykreowaniu nowej wartości poprzez wykreowanie usług, które będą łączyły w sobie

doświadczenie konsumenta usługi telewizyjnej z elastycznością usługi mobilnej. Nie wdając się w dywagacje na temat możliwej palety nowych usług, w tym nowej „zabójczej” aplikacji, można przewidzieć, że sama pakietyzacja usług mobilnych i telewizyjnych może być niezwykle skutecznym narzędziem walki konkurencyjnej.

Grupa Polsatu w połączeniu z Polkomtelem stanowi (potencjalnie) przykład takiego właśnie zintegrowanego dostawcy o dużych synergjach. Z punktu widzenia strategicznego ważna może być nie tylko pionowa integracja dostawcy usługi, ale także połączenie dużej bazy klientów Polkomtela (14 milionów SIM to ostrożnie licząc 10 milionów unikalnych konsumentów, jeżeli odliczyć martwe dusze, abonentów biznesowych i M2M) z umiejętnością CP do konkurowania ceną. Dzięki połączonym zasobom częstotliwościowym grupa będzie mogła pozwolić sobie na agresywną politykę marketingową w obszarze mobilnego internetu oraz dostępu do treści multimedialnych.

Rys. 4 Udziały w rynku TV – scenariusz (3)



Spowoduje to wojnę cenową na dwóch frontach: walkę o rynek telewizji satelitarnej (zagrożonej dodatkowo wejściem DVB-T z kanałami FTA) oraz walkę o mobilny broadband, w którym oprócz

ceny i szerokości rury coraz bardziej zacznie się liczyć dostęp do treści multimedialnych, najlepiej w formie mobilnej.

Tak na marginesie: podobne szanse rynkowe, choć z zupełnie innej perspektywy, już dostrzega Amazon, który ostatnio zaprezentował całą gamę nowych niezwykle tanich e-czytników (od 79 USD) oraz tabletów multimedialnych (od 199 USD). Model biznesowy Amazona opiera się przy tym nie na samej dystrybucji urządzeń będących inteligentnym i tanim opakowaniem treści, ale na generowaniu dodatkowych strumieni przychodów dzięki temu, że „opakowania” te są jednocześnie ruchomymi punktami sprzedaży, które same namawiają konsumenta do zakupu nowych treści.

4. PUNKT WYJŚCIA I DALSZY ROZWÓJ SYTUACJI

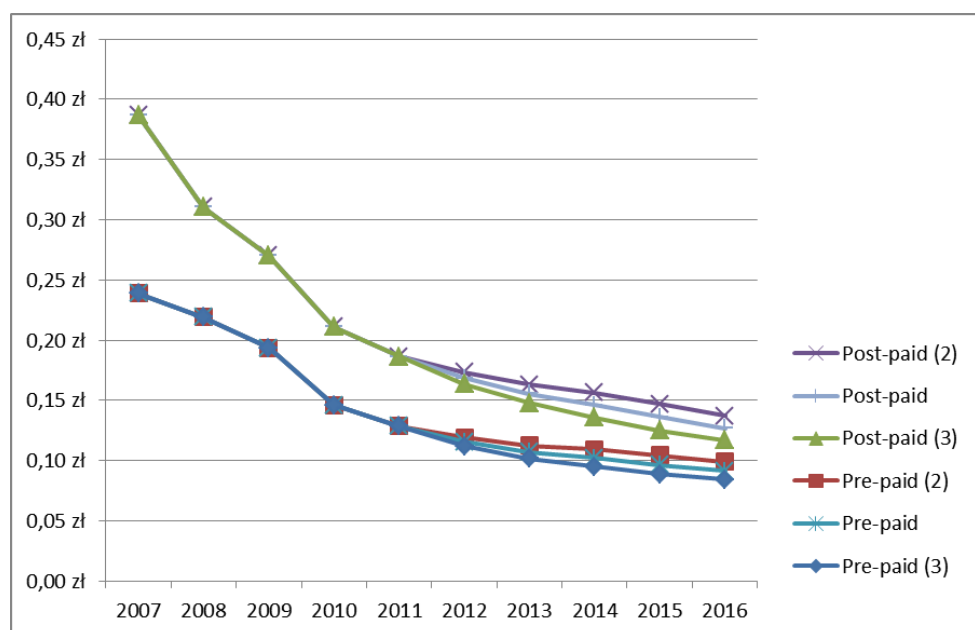
Punktem wyjścia do dalszej analizy jest sytuacja na przełomie Q3/Q4 2001r, gdy nie wiadomo jeszcze na pewno czy i kiedy nastąpi przejęcie Polkomtela. Teoretycznie możliwa jest także zgoda warunkowa uzależniająca transakcję na przykład od zgody na odsprzedaż części spektrum przez spółki grupy Solorza w celu ewentualnego refarmingu na przykład na potrzeby LTE. Jedno jest pewne: szanse materializacji poszczególnych scenariuszy dalszego rozwoju rynku będą różne, zwłaszcza scenariuszy skrajnych (2 i 3), w zależności od tego, czy przejęcie Polkomtela przez grupę Polsatu zostanie zrealizowane (zgoda UOKiK na transakcję), czy też nie.

Tabela 3: Względne prawdopodobieństwo realizacji generycznych scenariuszy rozwoju rynku w zależności od decyzji UOKiK

Decyzja UOKiK	Szanse realizacji scenariusza generycznego		
	1:Business as usual	2:Liderzy kosztów	3:Integracja rynków TV+MOBILE
Zgoda na przejęcie Polkomtela	50%	10%	40%
Brak zgody	30%	65%	5%

Szanse realizacji poszczególnych scenariuszy zostały wyznaczone metodą ekspercką, poprzez szczegółową analizę słabych i silnych stron poszczególnych operatorów w danej sytuacji rynkowej, ich szanse i zagrożenia oraz wynikające stąd najbardziej prawdopodobne strategie biznesowe. Wpływ tej arbitralnej dystrybucji prawdopodobieństwa na efekt analizy zostanie omówiony na etapie analizy wrażliwości modelu.

Rys. 5 Porównanie ewolucji średnich efektywnych cen usług głosowych pre-paid i post-paid w scenariuszach generycznych [w zł za 1 minutę]

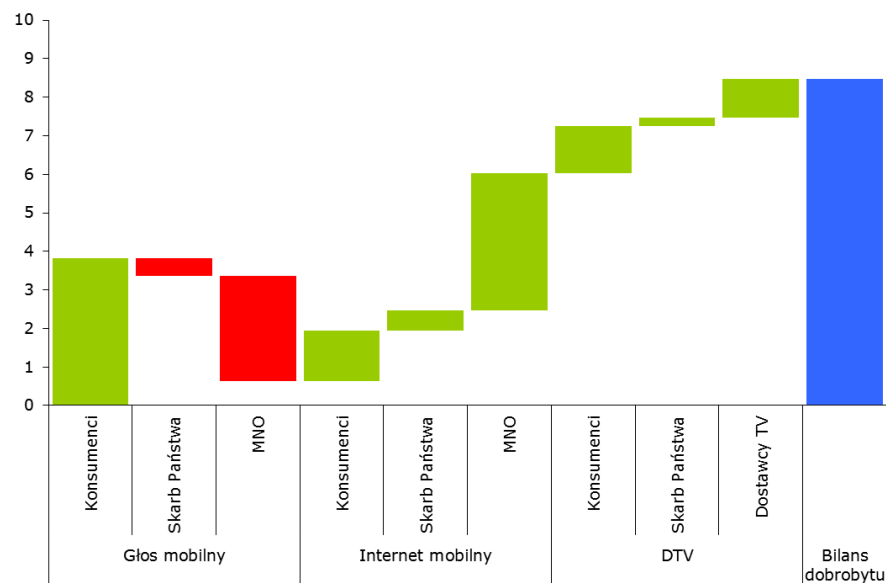


Czynnikami różnicującymi tempo ewolucji cen usług głosowych i usług internetowych w scenariuszach 1-3 będzie poziom konkurencyjności rynku (w tym liczba graczy) oraz wzajemny wpływ rynku mobilnego i TV. W scenariuszu (2) poprzez wzmocnienie roli liderów na rynku mobilnym i „zabetonowanie” go tym samym spadek cen będzie wolniejszy, w scenariuszu (3) poprzez pakietyzację usług mobilno-telewizyjnych dojdzie do efektywnej konkurencji pomiędzy graczami z różnych dotąd rynków, czego następstwem będą spadki cen usług mobilnych i zwiększenie konsumpcji usług. W usługach telewizyjnych nie będzie spadku cen, za to zwiększy się konsumpcja usług poprzez zwiększenie ich dostępności.

5. BILANS DOBROBYTU

Ekonomiczna wartość oczekiwana wypadkowych scenariuszy rynkowych jakie nastąpią po decyzji UOKiK będzie sumą bilansów dobrobytu scenariuszy generycznych (2) i (3) pomnożonych przez względne prawdopodobieństwo realizacji danego scenariusza w konkretnym przypadku. W obu przypadkach scenariuszem odniesienia (bazowy) jest scenariusz rozwoju organicznego a do obliczeń dobrobytu przyjęto 5-letni horyzont planowania. Wartość dobrobytu społecznego w wariancie dojścia transakcji do skutku jest dodatnia i wynosi ok. 5.2 mld zł, natomiast w wariancie nie dojścia do skutku transakcji wartość dobrobytu jest ujemna i wynosi ok. -3.3 mld zł. Można więc stwierdzić, że względna wartość ekonomiczna tej transakcji wynosi ok. 8.5 mld zł.

Rys 6: Analiza bilansu dobrobytu przejścia Polkomtela [mld zł]



Przejęcie Polkomtela będzie korzystne dla konsumentów oraz rynku jako całości, głównie ze względu na przyspieszenie spadku cen usług w niektórych segmentach usług mobilnych i zwiększenie penetracji usług płatnej TV. Bilanse dobrobytu, zarówno dostawców MNO jak i dostawców usług telewizyjnych będą dodatnie, podobnie jak bilans Skarbu Państwa.

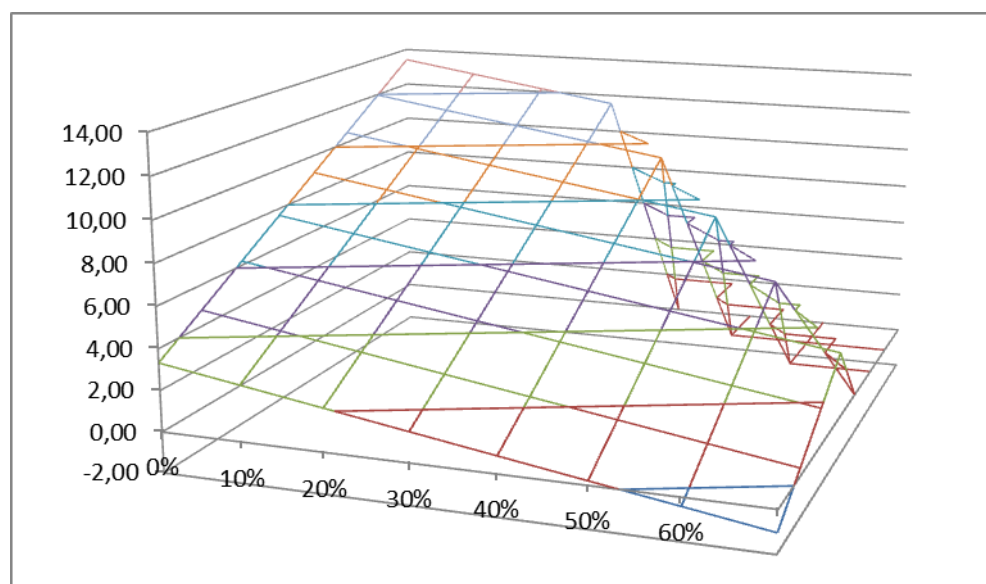
Tabela 4: Bilans dobrobytu w podziale na grupy usług

Segment pre-paid - głos	Korzyści [mln zł]
Bilans dobrobytu społecznego, w tym:	151,33
Nadwyżka MNO	-604,66
Nadwyżka konsumentów	895,07
Nadwyżka Skarbu Państwa	-139,07
Segment post-paid - głos	
Bilans dobrobytu społecznego, w tym:	490,59
Nadwyżka MNO	-2 122,67
Nadwyżka konsumentów	2 932,59
Nadwyżka Skarbu Państwa	-319,32
Internet mobilny (razem)	
Bilans dobrobytu społecznego, w tym:	5 381,09
Nadwyżka MNO	3 547,84
Nadwyżka konsumentów	1 299,53
Nadwyżka Skarbu Państwa	533,72
Rynek TV	
Bilans dobrobytu społecznego, w tym:	2 445,32
Nadwyżka dostawców	994,03
Nadwyżka konsumentów	1 222,66
Nadwyżka Skarbu Państwa	228,63
RAZEM	
Bilans dobrobytu społecznego, w tym:	8 468,34
Nadwyżka dostawców usług	1 814,54
Nadwyżka konsumentów	6 349,85
Nadwyżka Skarbu Państwa	303,95

6. ANALIZA WRAŻLIWOŚCI MODELU

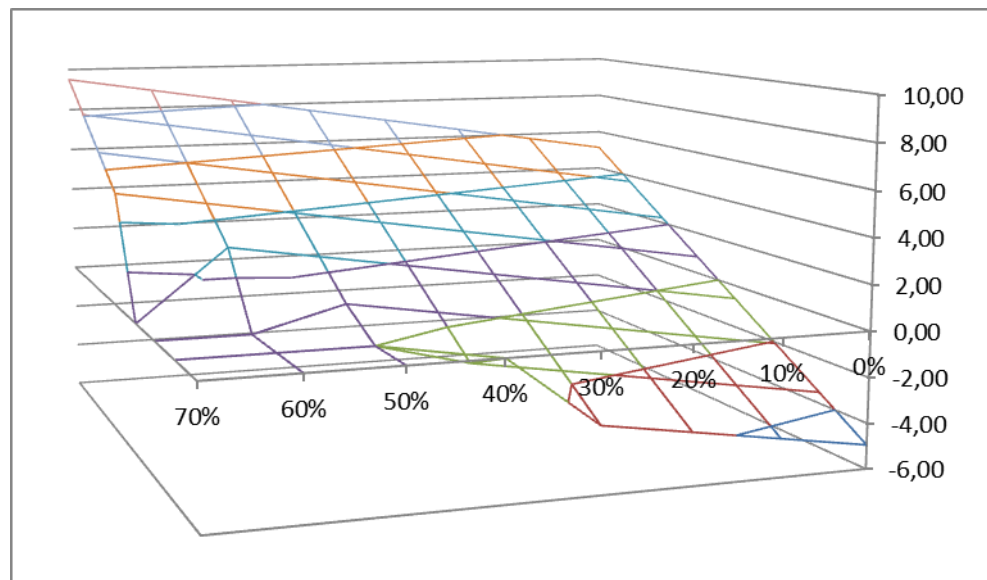
Analiza scenariuszowa oparta na arbitralnych założeniach odnośnie prawdopodobieństwa wystąpienia takiego czy innego zdarzenia zawsze niesie ze sobą niebezpieczeństwo wystąpienia błędu grubego, zwłaszcza gdy niewielkie zmiany któregoś z parametrów zmieniają całkowicie wynik analizy. Aby ograniczyć możliwość wystąpienia takiego błędu, wykonano analizę wrażliwości polegającą na obliczeniu wartości oczekiwanej bilansu dobrobytu w zależności od rozkładu prawdopodobieństwa pomiędzy scenariusze (2) i (3) w dość szerokim zakresie zmienności (od 0% do 70% dla każdego z parametrów, z wyłączeniem kombinacji dających prawdopodobieństwo większe niż 100%).

Rys. 7 Bilans dobrobytu społecznego decyzji o koncentracji w zależności od dystrybucji prawdopodobieństwa w opcji „ZGODA NA KONCENTRACJĘ” – analiza wrażliwości wokół punktu o współrzędnych (10%, 40%)



Jak widać z wykresu 7, wartość bilansu dobrobytu pozostaje dodatnia w całym zakresie zmienności badanych parametrów.

Rys. 8 Bilans dobrobytu społecznego decyzji o koncentracji w zależności od dystrybucji prawdopodobieństwa w opcji „BRAK ZGODY NA KONCENTRACJĘ” – analiza wrażliwości wokół punktu (65%, 5%), kierunek osi X i Y odwrócony dla uzyskania lepszej perspektywy



Podobna analiza wrażliwości założeń dla scenariusza braku zgody na koncentrację wykazuje, że w przypadku odwrócenia relacji prawdopodobieństw i znacznego zwiększenia prawdopodobieństwa scenariusza 3 (do 60% lub więcej), bilans staje się ujemny. Odpowiadałoby to sytuacji, w której mimo wszystko dochodzi do integracji rynków TV i mobilnego pomimo braku zgody na koncentrację Polkomtela z grupą Polsatu. Wydaje się jednak, bez zapalnika w postaci fuzji dwóch dużych graczy reprezentujących oba rynki, taki rozwój sytuacji jest szalenie mało prawdopodobny.

W celu zmniejszenia liczby wolnych parametrów modelu w w/w rozważaniach przyjęto następujące założenia upraszczające:

- pomija się wpływ długości okresu czasu do wydania decyzji przez UOKiK, choć niewątpliwie w przypadku przeciągnięcia tej decyzji do ostatniego dopuszczalnego prawnie terminu (grudzień 2011), szanse realizacji scenariuszy korzystnych dla Polkomtela i grupy Polsatu maleją;

- pomija się wpływ ewentualnego refarmingu niektórych częstotliwości – warunek taki potencjalnie mógłby nałożyć UOKiK wydając zgodę na koncentrację - niewątpliwie zasoby te mają istotne znaczenie dla długoterminowej pozycji konkurencyjnej wszystkich graczy;
- zakłada się, że w okresie objętym prognozą stawki MTR będą symetryczne i pomija się wszelkie przepływy na rynku hurtowym;
- pomija się kategorie usług, których wpływ na ogólny bilans jest relatywnie mały (np. SMS, MMS) bądź niemożliwy do oszacowania (np. nowe usługi multimedialne);
- nie uwzględnia się w bilansie dobrobytu przepływów związanych z wypłatą zysków przedsiębiorstw i zapłatą ceny za przejmowane przedsiębiorstwa.

PRAWA AUTORSKIE

Prawa autorskie do niniejszego opracowania pozostają wyłączną własnością firmy Audytel. Cytowania fragmentów jest możliwe z powołaniem się na źródło, w tym nazwę firmy Audytel oraz tytuł i rok opracowania. Publikowanie materiałów w całości oraz używanie znaku graficznego Audytela wymaga pisemnej zgody firmy. □