

**PREZES URZĘDU
OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel.(071) 344 65 87, (071) 34 05 920, fax (071) 34 05 922
E-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

Wrocław, 20.12.2002 r.

RWR 535-s-2/02/AG/

Decyzja RWR 29/2002

Na podstawie art. 104 kpa i art. 11 ust. 1 w związku z art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. 2000 r. Nr 122, poz. 1319 ze zm.), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i konsumentów, po rozpoznaniu sprawy wszczętej z urzędu przeciwko Zielonogórskiej Telewizji Przewodowej SA z siedzibą w Zielonej Górze ul. Stefana Wyszyńskiego 29 **nie stwierdza się stosowania przez Zielonogórską Telewizję Przewodową SA** praktyki ograniczającej konkurencję, polegającej na nadużywaniu pozycji dominującej na rynku usług telewizji kablowej poprzez narzucanie nadmiernie wygórowanej ceny za dostarczanie usług telewizji kablowej dla odbiorców w Nowej Soli.

UZASADNIENIE

Dnia 2.04.2002 r. do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu wpłynęła skarga konsumenta z Nowej Soli na podwyżki opłat abonamentowych za korzystanie z telewizji kablowej, wprowadzone przez Zielonogórską Telewizję Przewodową SA, zwaną dale ZTP.

Dowód: karty 1-4

W reakcji na skargę, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadził postępowanie wyjaśniające, które wykazało, iż opłata za abonament pobierana przez ZTP należy do najwyższych na obszarze województw lubuskiego i dolnośląskiego.

Dowód: karty 5-169

W związku z powyższym w dniu 16.09.2002 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął z urzędu antymonopolowe postępowanie administracyjne w sprawie stosowania przez ZTP praktyki ograniczającej konkurencję, polegającej na nadużywaniu pozycji dominującej na rynku usług telewizji kablowej w Nowej Soli poprzez narzucanie nadmiernie wygórowanej ceny za dostarczanie usług telewizji kablowej, co może stanowić naruszenie art. 8 ust. 2 pkt 1 powołanej wyżej ustawy.

Dowód: karta 170

W odpowiedzi na stawiane zarzuty ZTP podała, iż przy wprowadzaniu podwyżki cen abonamentu bardzo dokładnie przeanalizowała wszystkie czynniki mające wpływ na jego wysokość. Podwyżka była konieczna z uwagi na bardzo wysokie koszty prowadzenia działalności i poniesione wcześniej straty. Głównym powodem wprowadzenia podwyżki był zamiar osiągnięcia odpowiedniego poziomu przychodów, który zapewniłby firmie środki na modernizację i remont starej sieci oraz dalszy rozwój bez ponoszenia strat, jak do było w latach poprzednich. Ponadto sieć telewizji kablowej wraz z jej stacją czołową, z uwagi na szybki rozwój techniki w tym zakresie, szybko się „starzeje”. Zatem kilkuletnie urządzenia są już urządzeniami przestarzałymi technologicznie i muszą zostać zastąpione bardziej nowoczesnymi, w celu zapewnienia jakości usług, odpowiadającej parametrom wynikającym z otrzymanych zezwoleń telekomunikacyjnych. Ponadto cena abonamentu określana jest indywidualnie przez każdego z operatorów, a na jej wysokość poza opłatami licencyjnymi mają wpływ również takie czynniki jak m.in. ceny energii, czynszów, płac, opłat za korzystanie z urządzeń telekomunikacyjnych itp. Jednocześnie ZTP podniosła, iż stosowane przez nią ceny nie odbiegają od cen stosowanych w sieciach o podobnej wielkości na terenie kraju.

Dowód: karty 172-173

Przeprowadzone przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowanie dowodowe pozwoliło na ustalenie następującego stanu faktycznego:

1. Zielonogórska Telewizja Przewodowa (zwana dalej ZTP) jest spółką akcyjną utworzoną 22.09.1993 r. Przedmiotem działalności ZTP jest m.in.:

- wykonywanie usług telekomunikacyjnych,
- wykonywanie usług radiokomunikacyjnych,
- eksport i import towarów,
- wykonywanie usług reklamowych,
- wykonywanie produkcji telewizyjnej,
- prowadzenie handlu detalicznego i hurtowego.

Dowód: karty 175-180

2. ZTP prowadzi swoją działalność na obszarze województwa Lubuskiego, gdzie posiada trzy ośrodki:

- w Zielonej Górze – 24.906 abonentów, w tym 16.361 odbiorców pakietu podstawowego,
- w Nowej Soli - 5.763 abonentów, w tym 3.286 odbiorców pakietu podstawowego,
- w Czerwieńsku – 358 abonentów, w tym 343 odbiorców pakietu podstawowego.

Dowód: karta 181

3. Opłaty za korzystanie z abonamentu ZTP w pakiecie podstawowym w Nowej Soli od roku 2000 kształtowały się następująco:

- 2000 r. – 31, 72 zł;
- 2001 r. – 34,00 zł;
- 2002 r. - 37,50 zł.

Dowód: karty 3, 12, 28-29,182

4. W ramach postępowania Urząd dokonał analizy ofert innych operatorów sieci telewizji kablowej w ośrodkach na terenie województw Dolnośląskiego i Lubuskiego, o liczbie abonentów zbliżonej do Nowej Soli, tzn. 1500-5000. Poniżej w tabeli (Tab. 1) zestawiono dane, jak w badanych ośrodkach kształtowała się wysokość opłat abonamentowych w latach

2000-2002 wraz z liczbą abonentów oraz liczbą oferowanych programów w pakiecie podstawowym.

Tab. 1. Zestawienie opłat abonamentowych w porównaniu z liczbą odbiorców oraz liczbą oferowanych programów w latach 2000-2002 dla ośrodków o liczbie odbiorców nie przekraczającej 5 tys. ****tajemnica przedsiębiorstwa*****

Operator	Miejscowość	2000 r.			2001 r.			2002 r.		
		Liczba progr. w pakiecie	Cena brutto (PLN)	Liczba abonentów	Liczba progr. w pakiecie	Cena brutto (PLN)	Liczba abonentów	Liczba progr. w pakiecie	Cena brutto (PLN)	Liczba abonentów
	Oleśnica	46	38,92	2957	45	38,92	2627	45	44,65	2581
	Dzierżoniów	45	24,99	3162	43	24,99	3191	44	24,99	3120
	Wałbrzych	42	20,00	2035	42	20,00	2013	43	22,00	2014
	Wałbrzych	51	24,00	4833	50	24,00	4724	58	26,00	4829
	Żagań	26	13,50	1250	28	16,00	1250	31	19,50	1250
	Słubice	39	22,00	3404	44	27,00	3708	47	29,00	3715
ZTP	Nowa Sól	55	31,72	3489	55	34,00	3489	55	37,50	3286

Źródło: opracowanie własne na podstawie kart: 41-45,53-57, 64-66,71-94, 104, 115, 132, 142-156, 159-162

Jak widać, ceny abonamentów różnią się dość znacznie, podobnie jak liczba oferowanych programów. W roku 2000 i 2001 za pakiety zawierające 39-55 programów odbiorcy płacili od 20,00 zł do 38,92 zł. Tylko jeden operator miał znacznie niższą cenę, tj. 13,50 zł w roku 2000 i 16,00 zł w roku 2001, ale oferował zaledwie odpowiednio 26 i 28 programów. ZTP w tym czasie pobierała opłaty w wysokości ok. 31,72 i 34,00 zł, ale miała też najszerszą ofertę programową (55 programów), podczas gdy najdroższy operator oferował zaledwie 45 programów za cenę 38,92 zł. Przyjmując ofertę ZTP za punkt odniesienia (100%), abonament najtańszego operatora w roku 2000 stanowił 42,55% ceny abonamentu ZTP, zaś w roku 2001 – 47% abonamentu ZTP, ale pod względem oferty programowej stanowiło to odpowiednio 47% oferty ZTP w roku 2000 i 51% w roku 2001. Z kolei najdroższy operator pobierał za abonament 122,7% ceny ZTP w roku 2000 i 114,5% ceny ZTP w roku 2001, oferując odpowiednio 83,6% oraz 81,8% programów.

W roku 2002 najtańszy operator oferuje 31 programów za cenę 19,50 zł, co stanowi 52% ceny abonamentu ZTP i 56,4% jej oferty programowej. Pozostali operatorzy oferują 43-58 programów (78-105% liczby programów oferowanych przez ZTP) za cenę od 22,00 zł do 44,65 zł (58,7-119,1% ceny abonamentu ZTP). ZTP wciąż oferuje 55 programów za cenę 37,50 zł. Najdroższy operator oferuje w tym czasie 45 programów za cenę 44,65 zł. Jego cena jest więc o 19% wyższa od ceny ZTP przy mniejszej od ZTP o 18% liczbie oferowanych programów.

5. Porównano również oferty programowe badanych operatorów pod względem wybranych najpopularniejszych kanałów ze szczególnym uwzględnieniem programów odpłatnych (Tab. 2).

Z zestawienia wynika, iż ZTP oraz UPC pobierające najwyższe opłaty abonamentowe oferują jednocześnie największą liczbę wspomnianych wyżej programów. ****tajemnica przedsiębiorstwa***** jako najdroższy operator oferuje 24 ze wspomnianych programów, w tym 16 programów odpłatnych, zaś ZTP oferuje 19 z wybranych programów, w tym 14 programów odpłatnych. Najkorzystniejszą ofertę ****tajemnica przedsiębiorstwa***** – 20 programów z listy, w tym 14 odpłatnych za znacznie niższą cenę (26 zł). Pozostali operatorzy,

których ceny wahają się od 19,50 zł do 29,00 zł oferują 11-15 ze wspomnianych programów, co stanowi od 58% do 79% oferty ZTP, w tym 5-7 kanałów odpłatnych (36-50% oferty ZTP).

Tab. 2. Oferta operatorów telewizji kablowej w 2002 r. dla ośrodków o zbliżonej do Nowej Soli liczbie odbiorców. ****tajemnica przedsiębiorstwa*****

	ZTP Nowa Sól					
DISCOVERY CHANNEL	X	X	X	X	X	X
DISCOVERY SCI&TREK	X		X			X
DISCOVERY TRAVEL&ADV	X		X			X
DISCOVERY CIVILISATION	X		X			X
PLANETTE	X	X	X	X	X	X
NATIONAL GEOGRAPHIC		X				
ANIMAL PLANET	X	X	X	X	X	X
TRAVEL CHANNEL		X	X			
AVANTE		X				
EXSTREME SPORTS CANNEL		X				
EUROSPORT	X	X	X	X	X	X
DSF	X	X	X	X	X	X
REALITY TV		X	X			
FASHION TV	X	X	X			
TMT		X		X		
ALE KINO	X					
HALLMARK		X	X			
LE CINEMA		X				
ROMANTICA	X	X				
RTL	X	X	X	X	X	X
RTL2	X	X	X	X	X	X
PRO7	X	X	X	X	X	X
MTV POLSKA		X	X	X	X	X
MTV CLASSIC		X	X			
VIVA		X		X		X
VIVA PLUS	X	X		X		X
VIVA POLSKA	X		X	X	X	
CARTOON NETWORK	X	X	X			
FOX KIDS	X	X	X			
MINI MAX	X				X	X
Razem	19	24	20	13	11	15
w tym programy płatne	14	16	14	6	5	7

* kolorem szarym oznaczono programy płatne

6. Dla uzyskania szerszego obrazu w zakresie opłat abonamentowych za telewizję kablową, porównano ofertę uczestnika postępowania z ofertami operatorów w różnych miastach polski liczących, podobnie jak Nowa Sól, do 50 tys. mieszkańców (Tab.3.).

Tab. 3. Oferta operatorów telewizji kablowej w 2002 r. w różnych miastach Polski do 50 tys. mieszkańców.

Miejscowość	Liczba programów w pakiecie podstawowym	Udział % w odniesieniu do oferty ZTP	Wysokość opłaty abonamentowej	Udział % w odniesieniu do ceny ZTP
Brzeg	45	81,8%	44,65 zł	119,1%
Krotoszyn	45	81,8%	44,65 zł	119,1%
Września	51	92,7%	42,97 zł	114,6%
Nowa Sól	55	100%	37,50 zł	100%
Sochaczew	25	45,4%	26,00 zł	69,3%
Bytów	33	60%	24,00 zł	64%
Szczecinek	26	47,3%	23,00 zł	61,3%
Świecie	35	63,6%	22,00 zł	58,7%
Świecie	35	63,6%	22,00 zł	58,7%
Goleniów	28	50,9%	21,00 zł	56%
Trzebiatów	26	47,3%	21,00 zł	56%
Solec Kujawski	30	54,5%	20,70 zł	55,2%
Tomaszów Lubelski	27	49,1%	18,00 zł	48%
Mińsk Mazowiecki	35	63,6%	15,00 zł	40%

Źródło: opracowanie Delegatury UOKiK w Lublinie(karty 193-207), karty 209-214.

Jak widać, operatorzy mają bardzo zróżnicowane oferty. Oferują od 25 do 55 programów w cenie abonamentu od 15 do 44,65 zł. ZTP za cenę 37,50 zł oferuje największą ilość programów. Operatorzy, którzy stosują niższą cenę abonamentu, za cenę od 30,7% do 60% niższą oferują maksymalnie 63,6% tej liczby programów, którą oferuje ZTP. W trzech miejscowościach operator za cenę od 14,6% do 19,1% wyższą oferuje od 45 do 51 programów, co stanowi 81,8%-92,7% oferty programowej ZTP w sensie ilościowym.

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów za praktykę ograniczającą konkurencję uznaje nadużywanie pozycji dominującej na rynku poprzez bezpośredni lub pośrednie narzucanie nieuczciwych cen, w tym cen nadmiernie

wygórowanych albo rażąco niskich, odległych terminów płatności lub innych warunków zakupu albo sprzedaży towarów.

Przepis art. 1 ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* stanowi, iż ma ona zastosowanie, gdy wymaga tego interes publiczny. Powyższe sformułowanie wyklucza zatem możliwość podejmowania przez organ antymonopolowy działań w celu ochrony interesów indywidualnych. W niniejszej sprawie działaniami cenowymi ZTP dotknięta jest grupa 3.286 odbiorców pakietu podstawowego, w związku z czym Prezes UOKiK uznał, iż postępowanie jest zasadne z punktu widzenia interesu publicznoprawnego. Zatem dla rozpatrywanej sprawy mają zastosowanie przepisy ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*. Kwestia cen bowiem w przypadku operatora telewizji kablowej, zawsze dotyczy szerokiego kręgu odbiorców.

Przedmiotem niniejszej sprawy jest rozstrzygnięcie czy cena abonamentu w pakiecie podstawowym pobierana przez ZTP w Nowej Soli jest ceną nadmiernie wygórowaną. Przesłankami dla stwierdzenia tej praktyki (art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*) są:

- posiadanie przez przedsiębiorcę pozycji dominującej na rynku właściwym;
- narzucenie ceny;
- cena narzucona ma charakter ceny nadmiernie wygórowanej;

przy czym przesłanki te muszą zostać spełnione łącznie.

Dla zbadania, czy ZTP posiada pozycję dominującą, wyjściową sprawą jest wyznaczenie rynku właściwego w aspekcie produktowym i geograficznym.

Zgodnie z art. 4 pkt 8 ww. ustawy przez pojęcie rynku właściwego rozumie się rynek towarów, które ze względu na przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. Na rynek właściwy składa się rynek produktowy oraz rynek geograficzny. Oba te rynki muszą być oznaczone przez Prezesa Urzędu.

Przy wyznaczaniu rynku produktowego, zasadą jest stosowanie wąskich kryteriów segmentacji takiego rynku. Kryteria te muszą wynikać z obiektywnych parametrów produktu, mających zasadniczy wpływ na ich zakup przez nabywców. W danej sprawie są nimi przeznaczenie, funkcje użytkowe i cena. Cechy te pozwalają nabywcom łatwo identyfikować produkty, odróżniać od siebie i ewentualnie traktować jako bliskie substytuty.

Z powodów popytowych i podażowych nie można uważać za bliski substytut telewizji kablowej usług telewizji cyfrowej (Cyfra+, Polsat Cyfrowy). Analizując czynniki popytowe należy podnieść to, że telewizja kablowa jest łatwo rozpoznawalna przez konsumentów i wyraźnie rozróżniana w stosunku do telewizji cyfrowej. Poza tym jeszcze do niedawna opłaty za usługi telewizji cyfrowej, przy zbliżonej ofercie programowej, były niemal dwukrotnie wyższe. Dopiero od roku obserwuje się spadek ceny abonamentu za korzystanie z telewizji cyfrowej i zbliżenie jej do cen abonamentów za telewizję kablową. Obecnie Cyfra+ oferuje pakiet programowy zbliżony do oferty ZTP za cenę 56 zł brutto miesięcznie, zaś Polsat Cyfrowy oferuje pakiet co prawda znacznie uboższy (19 programów), ale za 36,47 zł brutto miesięcznie. Wciąż jednak pozostają wysokie koszty związane z uruchomieniem sygnału (aktywacja, kaucja za dekodery) oraz ewentualne opłaty miesięczne za korzystanie z dekodera (Polsat Cyfrowy). Nie jest to więc atrakcyjna alternatywa dla konsumentów, którzy już są

abonentami telewizji kablowej i ponieśli w związku z tym koszty przyłączenia do sieci, ponieważ rezygnacja z telewizji kablowej na rzecz telewizji cyfrowej niesie za sobą niejako „stratę” z tytułu poniesionych wcześniej kosztów przyłączenia. Inaczej mówiąc, rezygnujący muszą ponieść znaczne tzw. koszty przestawienia się na inny produkt (telewizja cyfrowa).

Nie zachodzi również prosta substytucja tych telewizji po stronie podaży. Decydują o tym koszty nowej instalacji i koszty „utopione” w instalacji „starej”. Podaż telewizji kablowej, w odróżnieniu od telewizji cyfrowej, skoncentrowana jest na osiedlach mieszkaniowych zabudowanych domami wielorodzinnymi (efekty ekonomii skali). Natomiast podaż telewizji cyfrowej koncentruje się głównie na tym segmencie rynku, który tworzą konsumenci zamieszkujący w budynkach o zabudowie rozproszonej i domach jednorodzinnych. Nie jest więc w praktyce substytutem dla telewizji kablowej telewizja cyfrowa oparta na systemie połączeń anten satelitarnych, ponieważ ten system emisji i rozprowadzania programów telewizyjnych ze względu na to, iż adresowany jest do innej grupy widzów mieści się w innym segmencie rynku. Nie można też łatwo telewizji cyfrowej zastąpić usługami telewizji kablowej w przypadku gdyby operator wycofał się z rynku. Wymaga to bowiem znacznych nakładów inwestycyjnych, uzgodnień właścicielskich, a przede wszystkim odpowiedniej skali, czyli liczby abonentów, tak aby cała operacja stała się opłacalna.

Zatem w rozpatrywanej sprawie, z uwagi na konieczność posiadania odpowiedniej infrastruktury, rynkiem geograficznym jest rynek lokalny obejmujący miejscowość Nowa Sól. Natomiast rynkiem produktowym jest pakiet programów telewizyjnych i radiowych rozprowadzanych przez operatora telewizji kablowej ZTP za pomocą sieci kablowych.

Art. 4 pkt 9 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* definiuje pozycję dominującą jako pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.

W rozpatrywanej sprawie zatem nie ulega wątpliwości, iż ZTP jako jedyny przedsiębiorca oferujący usługi telewizji kablowej w Nowej Soli, posiada pozycję dominującą, a nawet monopolistyczną.

Tym samym spełniona jest pierwsza z trzech przesłanek praktyki określonej w art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Posiadanie pozycji dominującej jednak samo przez się nie narusza prawa. Narusza prawo dopiero jej nadużywanie, przejawiające się w stosowaniu zakazanych ustawowo praktyk ograniczających konkurencję.

W niniejszej sprawie kwestią sporną jest, czy ZTP pobierając ustaloną przez siebie opłatę za abonament naruszyła przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a w szczególności, czy cena pobierana przez ZTP za dostarczanie usług telewizji kablowej w pakiecie podstawowym jest ceną nadmiernie wygórowaną.

Należy przyjąć, iż cena oferowana przez ZTP odbiorcom w Nowej Soli jest ceną narzuconą, gdyż nie podlega ona negocjacji, zaś odbiorcy usług tego operatora nie mają alternatywy w postaci wyboru innego operatora telewizji kablowej. Umowy zawierane pomiędzy operatorem a odbiorcą usług telewizji kablowej mają charakter umów adhezyjnych, które – z samej istoty – odbiegają od przyjętej w art. 353¹ kodeksu cywilnego zasady swobodnego kształtowania treści umów przez strony. W praktyce, usługodawca, czyli

operator telewizji kablowej, ustala jednostronnie treść umowy, zaś kontrahent – odbiorca może do tej umowy przystąpić bądź przystąpienia odmówić.

Oznacza to, iż spełniona jest także druga z przesłanek praktyki ograniczającej konkurencję, określonej w art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy.

Pozostaje więc do rozstrzygnięcia istnienie trzeciej przesłanki, tj. czy cena pobierana przez ZTP na rynku w Nowej Soli jest ceną nadmiernie wygórowaną.

Przez cenę nadmiernie wygórowaną, stanowiącą istotę praktyki z art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy antymonopolowej należy rozumieć cenę narzuconą nabywcy przez podmiot posiadający pozycję dominującą, z racji posiadania siły rynkowej, rażąco zawyżoną w stosunku do wartości świadczenia wzajemnego. Cena taka w istotny sposób narusza zasadę ekwiwalentności świadczeń uczestników umowy określoną w art. 487 § 2 k.c.

Art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy antymonopolowej nie formułuje jednak żadnych kryteriów oceny sytuacji, kiedy cenę należy uznać za nadmiernie wygórowaną. W określeniu tych kryteriów pomocne jest uwzględnienie orzecznictwa Sądu Antymonopolowego.

W wyrokach z dnia 19 listopada 1992 r. (Sygn. akt XVII Amr 23/92 – Wokanda nr 5, maj 1993) i z dnia 10 marca 1999 r. (Sygn. akt XVII Amr 35/93 – Wokanda nr 7, lipiec 1993) Sąd Antymonopolowy uznał, że definicja ceny nadmiernie wygórowanej nie powinna opierać się, w odniesieniu do przedsiębiorcy o pozycji monopolistycznej, na kryteriach kosztowych. Przedsiębiorca ten bowiem, jako nie poddawany konfrontacji ze strony konkurentów, może z łatwością w kalkulować w cenę pozorne koszty działalności, trudne do zweryfikowania. Ponadto kryterium kosztowe nie zachęca do podnoszenia przez przedsiębiorcę efektywności gospodarowania. Stąd orzecznictwo odeszło od analizy kosztów, jako metody obciążonej uwarunkowaniami subiektywnymi, na rzecz bardziej obiektywnych kryteriów, jak analiza porównawcza cen stosowanych dla tych samych towarów lub usług przez innych przedsiębiorców.

W omawianej sprawie, aby udowodnić stosowanie przez ZTP nadmiernie wygórowanych cen, należałoby wykazać, że są one nie tylko wyższe, ale rażąco wyższe od cen stosowanych przez innych przedsiębiorców prowadzących ten sam rodzaj działalności na porównywalnych rynkach.

W niniejszym postępowaniu Urząd przeprowadził analizę porównawczą cen stosowanych przez ZTP z cenami stosowanymi przez innych przedsiębiorców zajmujących się dostarczaniem usług telewizji kablowej na obszarze województw dolnośląskiego i lubuskiego oraz z cenami stosowanymi przez innych operatorów na terenie całego kraju z uwzględnieniem wielkości badanych rynków (miast).

Jak widać w zestawieniach (Tab.1 i Tab.3), przedsiębiorcy prowadzący działalność w tej samej dziedzinie co ZTP, za swoje usługi pobierają różne ceny. Różnią się również oferty programowe badanych operatorów. Jednakże nie ulega wątpliwości, iż cena za ofertę ZTP nie jest ceną najwyższą, ponieważ zarówno w województwach dolnośląskim i lubuskim, jak również na obszarze całej Polski, działają operatorzy o zbliżonej ofercie programowej, których usługi są droższe. Tańsi operatorzy oferują zaś znacznie mniej programów, zwłaszcza płatnych, a uznanych za interesujące (Tab.2).

Ponadto dla wyraźniejszego ukazania różnicy w cenach przedmiotowych usług w różnych miastach, dokonano podziału tych miast według kryteriów zawartych poniżej (Tab.4).

Tab. 4. Rozkład wysokości opłat abonamentowych w badanych miastach Polski.

Miejscowość	Grupy cenowe		
	Grupa I (15,00 – 20,00 zł)	Grupa II (20,01 – 30,00 zł)	Grupa III (30,01 – 45,00 zł)
Brzeg			X
Bytów		X	
Goleniów		X	
Krotoszyn			X
Mińsk Mazowiecki	X		
Nowa Sól			X
Sochaczew		X	
Solec Kujawski		X	
Szczecinek		X	
Świecie		X	
Świecie		X	
Tomaszów Lubelski	X		
Trzebiatów		X	
Września			X

Źródło: opracowanie własne na podstawie kart: 196-207.

Jak widać, spośród czternastu badanych miast liczących do 50 tys. mieszkańców, większość, bo aż osiem, znajduje się w II grupie cenowej tj. od 20,01 zł do 30,00 zł. Tylko dwa miasta znajdują się w grupie cenowej do 20,00 zł. Natomiast w czterech miejscowościach, w tym w Nowej Soli, ceny abonamentu przekraczają 30,00 zł. ZTP zalicza się więc do najdroższych operatorów. Należy jednak zaznaczyć, że w pozostałych trzech przypadkach operatorzy pobierają cenę za abonament wyższą niż ZTP w Nowej Soli.

Uwzględniając stanowisko Sądu Antymonopolowego należy stwierdzić, że cena zastosowana przez ZTP nie jest ceną rażąco wysoką w stosunku do cen stosowanych przez innych przedsiębiorców, nie jest ceną nawet najwyższą wśród badanych operatorów oferujących podobne pakiety programowe. Konsumenci korzystający z usług ZTP nie mają jednak możliwości wyboru tańszego operatora, gdyż na terenie Nowej Soli ZTP nie spotyka się on z żadną konkurencją, jako że jest jedynym przedsiębiorcą świadczącym usługi telewizji kablowej. Zdaniem Urzędu należy zatem zbadać także inne kryteria ceny nadmiernie wygórowanej jak koszty, rentowność oraz marża zysku.

Poniżej (Tab. 5) zestawiono poszczególne koszty jednostkowe mające wpływ na wysokość abonamentu, a także poziom marży oraz rentowności sprzedaży brutto dla operatorów telewizji kablowej z województw Lubuskiego i Dolnośląskiego.

Tab. 5. Zestawienie poszczególnych składników kalkulacji ceny abonamentu w pakiecie pełnym, marży oraz wskaźnika rentowności sprzedaży brutto dla operatorów telewizji kablowej z województw Lubuskiego i Dolnośląskiego. ****tajemnica przedsiębiorstwa****

Źródło: opracowanie własne na podstawie kart: 41-42, 46-48, 64-66, 84-86, 95, 103-104, 157, 184, 223-224.

Jak widać w 2000 r. marża wahała się od 6,35% (Satkabel Wałbrzych) do 24,74% (Jim-Sat Słubice). ZTP ustaliła marże na poziomie 14,6%. W 2001 r. marża wynosiła od 3,91% (Satkabel Wałbrzych) do 20% (ZTP). W 2002 r. marża wyniosła od 7,37% (Satkabel Wałbrzych) do 36,83% (UPC Oleśnica), podczas gdy marża ZTP wyniosła 23,4%.

Co do rentowności sprzedaży, to w roku 2000 tylko dwóch operatorów miało dodatni wynik finansowy. Ich rentowność sprzedaży wyniosła ***tajemnica przedsiębiorstwa*** W 2001 r. ich wskaźnik rentowności sprzedaży wyniósł odpowiednio ***tajemnica przedsiębiorstwa*** Dodatni wynik finansowy uzyskała również ZTP osiągając rentowność sprzedaży na poziomie ***tajemnica przedsiębiorstwa*** W I półroczu 2002 r. nadal tylko ci trzej operatorzy mogli pochwalić się dodatnim wynikiem finansowym osiągając rentowność sprzedaży: ***tajemnica przedsiębiorstwa***

Z analizy tej widać, iż ZTP nie osiąga trwale wysokiego zysku, który można by nazwać zyskiem monopolowym, będącego podstawą ceny nadmiernie wygórowanej (ceny monopolowej). Cena ZTP, chociaż wysoka, ale nie najwyższa, nie odbiega zdecydowanie, biorąc pod uwagę liczbę programów odpłatnych, od cen stosowanych przez innych operatorów telewizji kablowej na porównywalnych rynkach.

Natomiast, gdy chodzi o koszty, to trudno porównać te wielkości z uwagi na różnice w liczbie oferowanych programów. Operatorzy oferujący mniejszą od ZTP ilość programów ponoszą również znacznie niższe koszty związane z opłatami licencyjnymi. Z kolei ***tajemnica przedsiębiorstwa***, jedyny porównywalny pod względem oferty programowej operator, oblicza koszty jednostkowe globalnie, w odniesieniu do wszystkich swoich abonentów. W niemal wszystkich przypadkach zbliżone są koszty związane z administracją, serwisem i utrzymaniem sieci, z wyjątkiem jednego operatora. Jednakże te wielkości również nie są do końca porównywalne, ponieważ sporządzając kalkulację, operatorzy różnie kwalifikują poszczególne grupy kosztów.

Zatem z uwagi na specyficzne uwarunkowania działalności związanej ze świadczeniem usług telewizji kablowej nie jest możliwe dokonanie porównania poszczególnych składników kosztów i zasadności ich występowania.

Konkludując, należy stwierdzić, iż przeprowadzona powyżej analiza oraz porównanie cen stosowanych w innych miejscowościach upoważnia do stwierdzenia, że cena stosowana przez ZTP nie może być zakwalifikowana jako cena nadmiernie wygórowana. Nie została zatem spełniona ostatnia, trzecia przesłanka praktyki opisaney w art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W związku z czym, skoro nie zostały spełnione łącznie wszystkie trzy przesłanki hipotezy praktyki określonej przez ww. przepis ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

należało orzec jak w sentencji.

Od niniejszej decyzji przysługuje stronom odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwóch tygodni od dnia doręczenia decyzji.

Z up. Prezesa UOKiK
Dyrektor Delegatury UOKiK we Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk