

Wyniki konsultacji w sprawie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów

Cel przeprowadzenia konsultacji

Zgodnie z art. 6. ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (tekst jednolity: Dz.U. z 2011 r., nr 43, poz. 226 z późn. zm.) Krajowa Rada stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności dostawców usług medialnych i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji.

Art. 6. ust. 2. pkt 1) ustawy o radiofonii i telewizji wskazuje, że do zadań Krajowej Rady należy w szczególności projektowanie w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraziła opinię, że istnieje uzasadniona obawa, że rynek ofert płatnych telewizji, jest rynkiem dostawców, a nie odbiorców.

KRRiT – jako konstytucyjny organ odpowiedzialny min. za dostęp do informacji wyraził chęć poznania opinii odbiorców dotyczące wszelkich ograniczeń w dostępie do programów telewizyjnych, bogactwa oferty programowej proponowanych pakietów, łatwości doboru pożądanых programów - uwzględniającej zainteresowania i preferencje odbiorcy, możliwości weryfikacji i zmian programów, możliwości zmiany dostawcy usługi oraz sposobu traktowania oczekiwań konsumenckich odbiorców przez dostawców.

Konsultacje w sprawie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów przez operatorów rozprowadzających programy telewizyjne zostały przeprowadzone przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji od 2 grudnia 2011 r. do 20 stycznia 2012 r.

Opis procesu badawczego

- cel badania

Poznanie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów przez operatorów rozprowadzających programy telewizyjne oraz opinii w sprawie telewizji a la carte.

Przeprowadzone badanie wynikało z obawy KRRiT, że rynek ofert płatnych telewizji, jest rynkiem dostawców, a nie odbiorców, KRRiT – jako konstytucyjny organ odpowiedzialny min. za dostęp do informacji – pragnie poznać opinie odbiorców dotyczące wszelkich ograniczeń w dostępie do programów telewizyjnych.

Cel opisowy i weryfikacyjny.

- dobór próby

Klienci operatorów rozprowadzających programy telewizyjne, którzy odpowiedzą na pytania umieszczone na stroni internetowej www.krrit.gov.pl.

Na pytania respondenci mogli przysyłać odpowiedzi na adres Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, bądź drogą elektroniczną na adres konsultacje@krrit.gov.pl w terminie do 20 stycznia 2012 r.

- narzędzie badawcze

Pytania zamieszczone na stroni internetowej www.krrit.gov.pl:

(<http://www.krrit.gov.pl/dla-abonentow-i-konsumentow/komunikaty-prasowe/news,561,konsultacje-krrit-ws-potrzeb-i-oczekiwan-klientow-wobec-pakietowania-programow-przez-operatorow-rozp.html>) z prośbą o zabranie głosu w zaproponowanej dyskusji.

- realizacja badań

Odpowiedzi na pytania KRRiT były kierowane do KRRiT pocztą oraz za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres: konsultacje@krrit.gov.pl.

- wstępne grupowanie materiału

Napływające materiały od operatorów były wstępnie analizowane oraz wstępnie grupowane.

- uogólnianie wyników badań

Interpretacja uzyskanych informacji.

- pisanie sprawozdania końcowego

Opis odpowiedzi, stanu wyłaniającego się z uzyskanych informacji. Formułowanie propozycji przyszłych działań.

Rynek operatorów

Na polskim rynku funkcjonuje ok 400 operatorów kablowych obsługujących ok. 4,5 mln. klientów, jednak z usług 10 największych operatorów korzysta ponad 3,3 mln abonentów, co stanowi ok. 75% ogółu korzystających z usług operatorów kablowych. Dodatkowo z usług 4 platform satelitarnych korzysta ok. 6 mln abonentów.

Oznacza to, że ponad 80% (ok. 10 mln) gospodarstw domowych uzyskuje dostęp do usług telewizyjnych za pośrednictwem operatorów rozprowadzających programy.

Informacja o konsultacji

Konsultacje miały charakter otwarty. Były skierowane do klientów korzystających z usług dostawców programów telewizyjnych – operatorów kablowych, platform satelitarnych oraz operatorów wykorzystujących internet.

Klienci operatorów zostali poproszeni poprzez stronę www.krrit.gov.pl:

(<http://www.krrit.gov.pl/dla-abonentow-i-konsumentow/komunikaty-prasowe/news,561,konsultacje-krrit-ws-potrzeb-i-oczekiwan-klientow-wobec-pakietowania-programow-przez-operatorow-rozp.html>) o udzielenie odpowiedzi na następujące pytania:

1. Przychody operatorów zależą od pakietów, które są przez nich układane. Dlatego operatorzy zachęcają klientów do wyboru pakietów wyższych oraz pakietów dodatkowych tzw. premium.

Czy odpowiada Państwu forma pakietowania oferty programowej przez operatorów?

2. Oferta operatorów składa się od kilku do kilkunastu pakietów o różnej zawartości programowej i różnych cenach. Zakup pakietów typu „premium” jest zazwyczaj uzależniony od zakupu pakietów „podstawowych”.

Czy jest to forma przejrzysta i umożliwia świadomy wybór oferty najbardziej odpowiadającej odbiorcy?

3. Zgodnie z raportem UOKiK z sierpnia 2011 „Raport z badania rynku usług dostępu do płatnej telewizji” świadczenie pakietów usług telekomunikacyjnych jest bardzo

entuzjastycznie oceniane przez użytkowników. Pociąga to za sobą mniejszą ilość formalności (jeden rachunek, serwis, promocyjna cena). W raporcie stwierdzono, że badany rynek jest rynkiem umiarkowanie skoncentrowanym.

Czy umowy z operatorem powinny być podpisywane na określoną liczbę programów w pakiecie, czy też na konkretne programy oferowane w pakiecie?

4. Klienci korzystający z usług operatorów telefonicznych mogą zmienić ofertę na korzystniejszą – bardziej odpowiadającą indywidualnym preferencjom bez zbędnej procedury w ciągu kilku dni.

Kwestie dotyczące przeniesienia przydzielonego numeru przy zmianie operatora regulują przepisy ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 z późn. zm.) oraz Rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 16 grudnia 2010 r. w sprawie warunków korzystania z uprawnień w publicznych sieciach telefonicznych (Dz. U. Nr 249, poz. 1670).

Czy chcieliby Państwo mieć możliwość zmiany operatora (dostawcy programów TV) na wzór mechanizmu zmiany operatora telefonicznego?

5. W USA, w 2006 roku toczyła się debata na temat wprowadzenia możliwości wprowadzenia do oferty operatorów kablowych telewizji „a la carte” (możliwości wyboru pojedynczych programów). W dyskusję włączył się ówczesny przewodniczący amerykańskiego regulatora zintegrowanego FCC, Kevin Martin, prezentując stanowisko popierające prawo odbiorców do wyboru kanałów. Natomiast największe firmy takie jak: Disney oraz dostawcy kablowi jak Time Warner zabronili operatorom kablowym sprzedaży pojedynczych kanałów.

Brak zainteresowania telewizji kablowych wprowadzeniem oferty „a la carte wynika” z obawy o spadek oglądalności oraz odpływu dochodów z reklam.

Czy chcieliby Państwo mieć możliwość wyboru z oferty jedynie niektórych, pojedynczych programów zamiast pakietów programowych?

6. Kanadyjski operator TV Bell zaczął oferować TV „a la carte” abonentom w Quebecu. Miesięczna stawka za Bell TV „a la carte” to, 15 programów za 15 USD, 20 programów za 19 USD lub 30 kanałów za 22 USD. Poza tym poszczególne kanały można nabyć za 2 USD lub 20 popularnych kanałów można otrzymać za 5 USD (informacja za: <http://money.blogs.time.com/2010/03/04/tv-a-la-carte-one-mans->

[dream/](#)).

Czy forma wyboru pojedynczych programów byłaby z Państwa punktu widzenia, lepsza od zakupu pakietów programowych?

Respondenci zostali także poinformowani, że w przypadku objęcia polskich operatorów obowiązkiem udostępniania abonentom pojedynczych programów, obowiązek ten, w myśl zasady neutralności technologicznej, powinien objąć wszystkie podmioty świadczące usługi rozprowadzania programów. Nałożenie takiego obowiązku będzie wymagało zmian ustawowych. Obecnie KRRiT nie ma uprawnień do interweniowania lub narzucania treści umów pomiędzy operatorami a abonentami.

Dodatkowo Przewodniczący KRRiT zwrócił się o ewentualne wzięcie udziału w konsultacjach i podzielenie się z KRRiT doświadczeniami do:

Rady Krajowej Federacji Konsumentów, Pani Małgorzaty Krasnodębskiej-Tomkiel, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów; Pani Grażyny Rokickiej Prezes Stowarzyszenia Konsumentów Polskich, Pani Prof. Ireny Lipowicz Rzecznika Praw Obywatelskich.

Wyniki konsultacji

W ramach konsultacji nadesłano 37 informacji od klientów operatorów w tym 2 nie na temat (1 informacja dotyczyła zawartości MUX, 2 kwestii technicznych związanych z dekoderni platform satelitarnych) – w konsultacjach wzięto pod uwagę 35 odpowiedzi na pytania. 25 respondentów udzieliło konkretnych odpowiedzi na pytania. Przy 10 wypowiedziach konieczna była analiza treści wypowiedzi respondenta w celu usystematyzowania odpowiedzi i przyporządkowania do konkretnego pytania. Niektóre z głosów w konsultacjach nie były odpowiedzią na wszystkie pytania, ale pewną deklaracją poparcia dla idei tv a la carte – w tym przypadku odpowiadały jedynie na 2 ostatnie pytania. Konsultacje wykorzystano także do przekazania innych informacji dotyczących oferty operatorów, jak np.:

- zmuszanie abonentów platform satelitarnych do używania dedykowanych dekoderni i uniemożliwianie odbioru oferty na sprzęcie posiadanym przez abonenta (np. poprzez moduł CAM (Conditional Access Module) wbudowany w TV);

- brak norm jakościowych co do oferowanych programów. Obecnie każdy z operatorów dostarcza programy w jakości regulowanej przez siebie a nie normy. Zdaniem respondenta jest to szczególnie dotkliwe przy programach HD, „którym w istocie sporo brakuje do sugerowanego przez wielu specjalistów bitrate, który powinien mieścić się w przedziale pomiędzy 10 a 15 Mb/s”.

Stanowisko w sprawie pakietyzacji programów oraz TV a la carte wyraziła także Telekomunikacja Polska S.A. – operator cyfrowej platformy satelitarnej oraz IPTV oraz Polska Izba Komunikacji Elektronicznej – organizacja zrzeszająca ok. 100 podmiotów, reprezentujących 75% polskiego rynku telewizji kablowej.

Opinie odbiorców usług operatorów

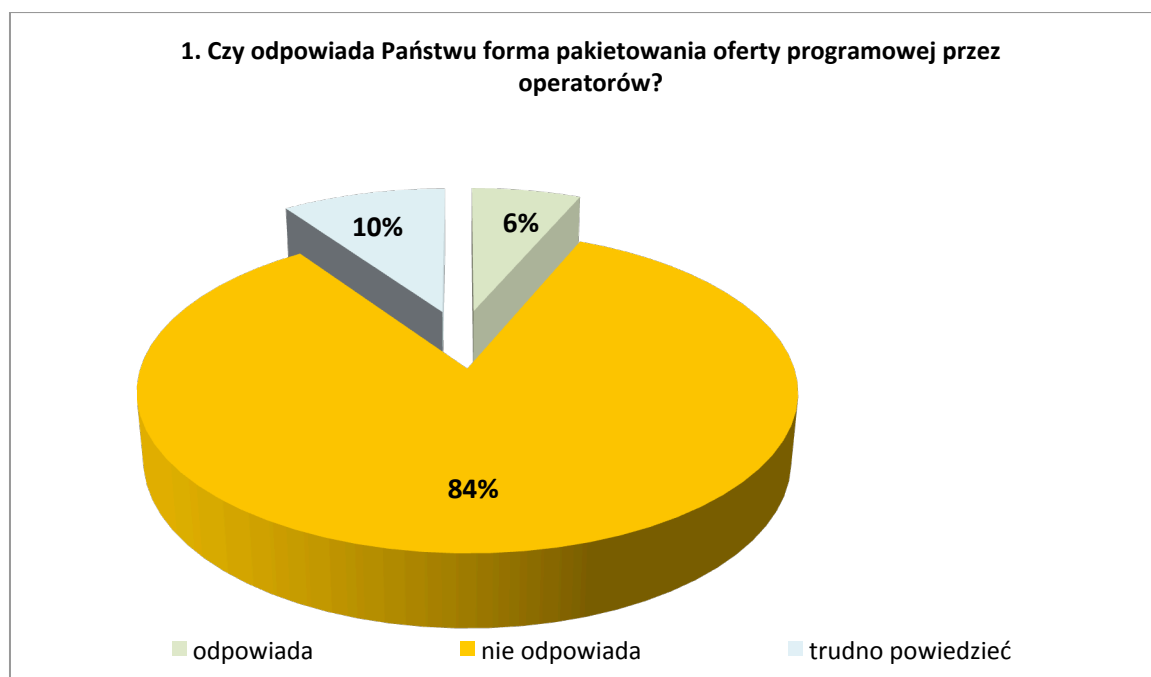
Na pytanie **1. Czy odpowiada Państwu forma pakietowania oferty programowej przez operatorów?** - odpowiedziało 31 respondentów.

2 odpowiada forma pakietyzacji programów oferowana przez operatorów.

26 nie jest zadowolonych z zaproponowanej oferty.

3 nie miało zdania na ten temat.

W odpowiedziach wskazywano m.in., że jest to forma korzystna jedynie dla operatora.



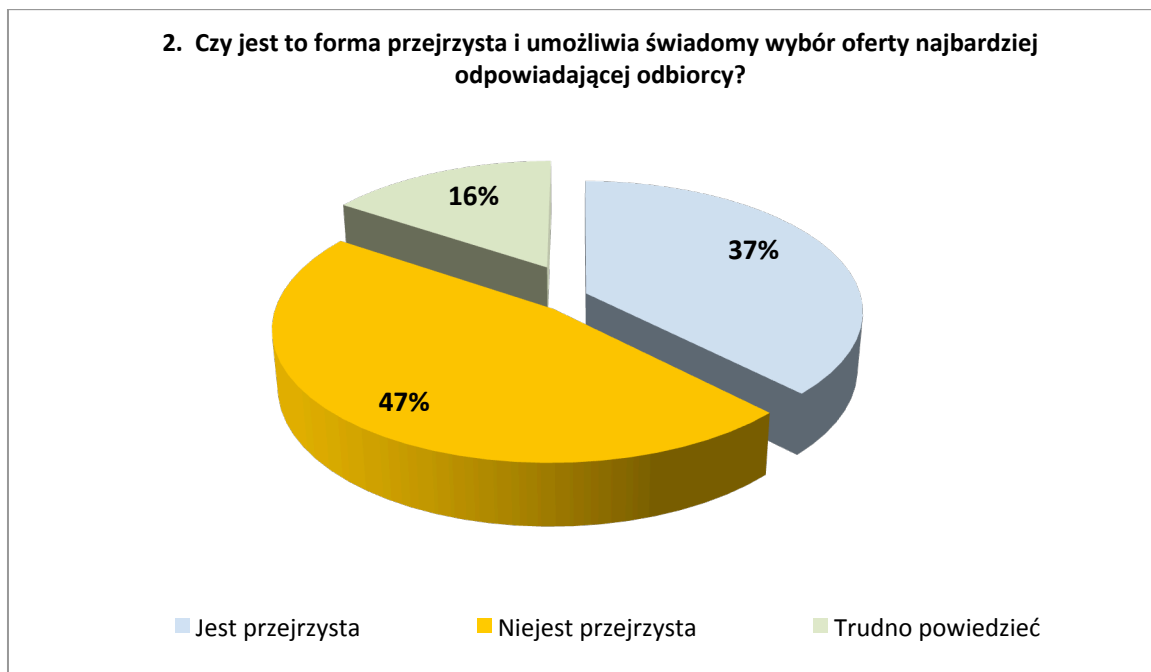
Na pytanie **2. Czy pakietyzacja jest formą przejrzystą i umożliwia świadomy wybór oferty najbardziej odpowiadającej odbiorcy?** - odpowiedziało 32 respondentów.

Dla 12 jest to forma przejrzysta.

15 nie jest zadowolonych z przejrzystości oferty pakietowej.

5 nie miało zdania na ten temat.

W odpowiedziach wskazywano m.in., że jest to forma przejrzysta, jednak płaci się za coś czego się nie ogląda, przejrzystość wynika z braku wyboru, pakiety byłyby przejrzyste, gdyby programy grupowano tematycznie, dlaczego w pakietach sportowych dodawane są programy dla dorosłych, przejrzyste ale wymuszające kupowanie dodatkowych pakietów, „dużo byleczego”.

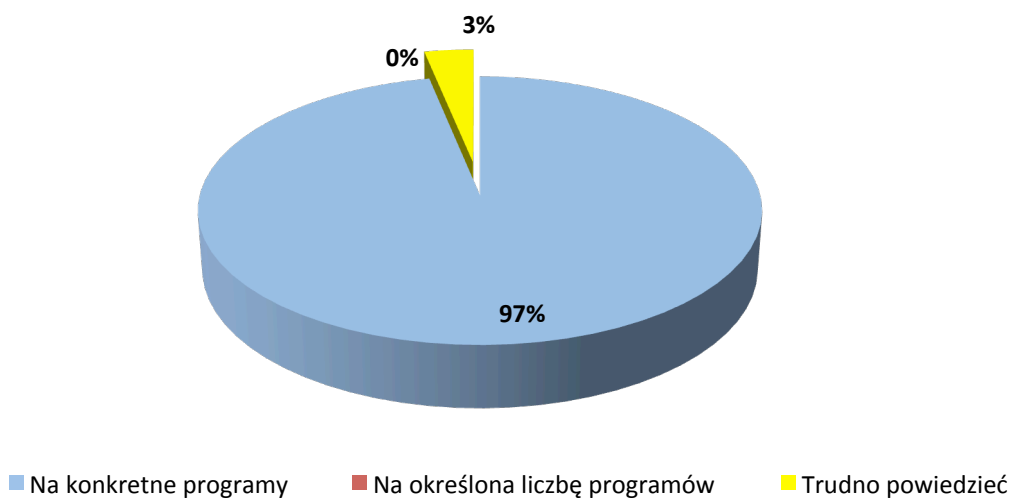


Na pytanie **3. Czy umowy z operatorem powinny być podpisywane na określoną liczbę programów w pakiecie, czy też na konkretne programy oferowane w pakiecie?** – odpowiedziało 31 respondentów.

30 wskazało, że umowy powinny być podpisywane na konkretne programy z oferty operatora.

1 osoba nie miała na ten temat zdania.

3. Czy umowy z operatorem powinny być podpisywane na określoną liczbę programów w pakiecie, czy też na konkretne programy oferowane w pakiecie?



W odpowiedziach wskazywano m.in., że najlepszym rozwiązaniem byłaby wycena każdego programu z oferty, wariant wymienienia programów w umowach powinien być obowiązkowy.

Powszechną praktyką jest podpisywanie przez operatorów umów, w których wymieniona jest liczba programów, którą zobowiązuje się operator dostarczać abonentowi.

Zastąpienie pewnych programów innymi (np. programów niemieckojęzycznych programami koreańskimi) nie powoduje zmniejszenia liczby dostarczanych programów – tym samym zmiana taka nie powoduje naruszenia warunków umowy. Zmienia się jednak atrakcyjność oferty.

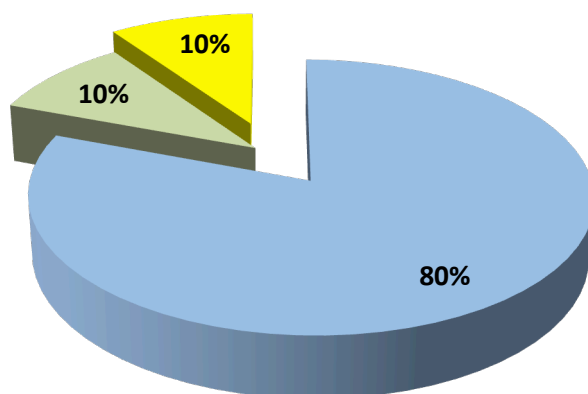
Na pytanie **4. Czy chcieliby Państwo mieć możliwość zmiany operatora (dostawcy programów TV) na wzór mechanizmu zmiany operatora telefonicznego?** – odpowiedziało 31 respondentów.

25 respondentów wyraziło opinię, że chciałoby mieć możliwość swobodnej zmiany operatora dostarczającego programy TV.

3 nie widzi potrzeby wprowadzania takich przepisów.

3 nie miało zdania na ten temat.

4. Czy chcieliby Państwo mieć możliwość zmiany operatora (dostawcy programów TV) na wzór mechanizmu zmiany operatora telefonicznego?



■ Tak - należy wprowadzić możliwość swobodnej zmiany operatora ■ Nie ■ Nie mam zdania

W odpowiedziach na brak potrzeby wprowadzenia takich przepisów wskazywano m.in. na strach przed dodatkowymi opłatami i karami umownymi związanymi ze zmianą operatora. W odpowiedziach za wprowadzeniem możliwości swobodnej zmiany operatora wskazano m.in., że byłoby to zasadne, ale pod warunkiem, gdy sprzęt do odbioru DVB-S będzie kompatybilny dla wszystkich platform.

Na pytanie **5. Czy chcieliby Państwo mieć możliwość wyboru z oferty jedynie niektórych, pojedynczych programów zamiast pakietów programowych?** – odpowiedziało 35 respondentów.

100% respondentów wyraziło opinię, że chciałoby mieć możliwość wyboru pojedynczych programów zamiast pakietów dobranych przez operatora.

Na pytanie **6. Czy forma wyboru pojedynczych programów byłaby z Państwa punktu widzenia, lepsza od zakupu pakietów programowych?** – odpowiedziało 35 respondentów.

100% respondentów wyraziło opinię wybór pojedynczych programów byłby lepszy od zakupu pakietów programowych.

Stanowisko Telekomunikacji Polskiej S.A.

Telekomunikacja Polska SA wskazała, że obecne przepisy nie wykluczają świadczenia ofert a la carte, chociaż z poszanowaniem zasady must carry.

Zawartość pakietów jest układana na podstawie badań oraz wiedzy eksperckiej, „gdyż chodzi o to aby na podstawie elastyczności cenowej pewnych grup klienckich zbudować produkt najbardziej atrakcyjny w danym przedziale cenowym”.

Wskazano, że na rynku polskim były już podejmowane próby świadczenia usług podobnych do a la carte, nie zakończyły się jednak rynkowym sukcesem. Przy próbach podejmowanych przez TP S.A. klienci zainteresowani tego typu usługą stanowili ok. 1%.

Wskazano na wyższą cenę programów w ofercie a la carte, w porównaniu z ofertą pakietową, co wynika z ekonomiki świadczenia usług telewizyjnych i podstaw działalności komercyjnej zarówno nadawców jak i operatorów.

Zdaniem TP S.A., nadawcy starają się multiplikować ilość nadawanych przez nich kanałów, nadając wiele programów mogą obniżyć koszt kontentu, ponieważ jest on sprzedawany np. w stacji głównej (ogólnokrajowej), następnie w stacjach tematycznych i internecie – tym samym program dociera do szerszej widowni a nadawcy mogą sprzedawać reklamy skuteczniej i za korzystniejszą cenę. Wyższe wpływy z reklam umożliwiają udostępnianie programów operatorom za darmo lub za niewielką opłatę co ma wpływ na niższe koszty końcowe dla Klienta.

Według Telekomunikacji Polskiej SA przy wprowadzeniu obowiązkowych ofert a la carte, część programów może nie być wybierana przez klientów co spowoduje to ich nieopłacalność i zamknięcie. Tym samym efektem wprowadzenia oferty a la carte może być zmniejszenie oferty programowej. Na rynku utrzymują się tylko główne programy wybierane masowo. Wzrost kosztów kontentu przełoży się na cenę końcową płaconą przez klientów.

Obsługa sprzedaży pojedynczych programów zamiast pakietów spowoduje dużo wyższy koszt jednostkowy dla operatora. Cena jednego programu będzie musiała uwzględniać koszty obsługi, które obecnie rozkładają się na kilkanaście programów zawartych w pakiecie.

Wskazano także, że rynek płatnej telewizji jest rynkiem odbiorców usług - a nie dostawców. Dodatkowo jest rynkiem nasyconym i wysoce konkurencyjnym operatorzy muszą rywalizować dobrą i atrakcyjną ofertą z silną i liczną konkurencją. Tym samym klienci mają dostęp do bogatej oferty programowej.

Telekomunikacja Polska SA poinformowała, że umowy z Nadawcami podpisywane są zwykle na czas określony, podczas którego nadawcy mają prawo „zakończyć działalność dowolnego programu”. W przypadku ewentualnych zmian lepszym rozwiązaniem wydaje się podpisywanie umowy na określoną ilość programów lub na zakres programowy, a nie na określone programy.

Zdaniem TP SA sytuacja na rynku nie wskazuje na potrzebę wprowadzenia nowych regulacji ustawowych odnoszących się do ofert typu a la carte.

Stanowisko Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej

W opinii PIKE rynek płatnej telewizji kablowej nie stanowi rynku dostawców. Rynek operatorów kablowych jest rozdrobniony – walczy z silną konkurencją platform satelitarnych, telekomów, dostawców internetowych oraz cyfrowej telewizji naziemnej. Taka sytuacja sugeruje zatem silną pozycję kontrahentów operatorów kablowych – abonentów i dostawców treści.

Według PIKE „programy podlegają pakietyzacji w interesie użytkowników”, a przyczyn tego zjawiska „należy szukać w polityce nadawców”.

PIKE poinformowała, że większość nadawców „wyklucza udzielanie licencji na reemitowanie programów poza pakietami” oraz „odmawia udzielania licencji na reemitowanie tych programów pojedynczo”. Jako przykład nadawców stosujących takie rozwiązania wskazano grupę Eurosport oraz grupę Discovery.

Zdaniem Izby, operatorzy przyjęliby z uznaniem ukroczenie takich praktyk przez KRRiT.

PIKE planuje podjęcie działań mających na celu zakwestionowanie tego typu praktyk przez prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zdaniem PIKE przymuszenie nadawców do przedstawiania oferty pojedynczych programów doprowadzi do znaczącego wzrostu cen za program, ograniczenia oferty programowej oraz konieczności rezygnacji przez operatorów z programów przeznaczonych dla wąskiego grona odbiorców a będących programami o wysokiej jakości.

Według PIKE rozprowadzanie programów w pakietach narzuca interpretacja przez KRRiT art. 43. oraz 43a. ustawy o radiofonii i telewizji zobowiązująca operatorów do rozprowadzania siedmiu programów określonych w art. 43. ust. 1 każdemu odbiorcy.

Rozprowadzanie programów w pakietach jest ekonomicznie uzasadnione wobec konieczności zapewnienia abonentom dostępu do sieci operatora. Koszty tego działania są ponoszone przez abonenta. Dostęp wyłącznie do poszczególnych programów skutkowałby – zdaniem PIKE – ich ekonomiczną nieatrakcyjnością dla abonentów ze względu na konieczność ponoszenia dodatkowej opłaty dostępowej.

Wskazano, że oferowanie TV a la carte jest technicznie niewykonalne przy ofercie tv analogowej, a ta technologia jest wykorzystywana przez mniejszych operatorów dla rozprowadzania programów ok. połowie aktywnych abonentów operatora.

Brak zainteresowania operatorów kablowych ofertą a la carte wynika z polityki marketingowej nadawców oraz finansowych możliwości abonentów.

Wnioski

Klienci korzystający z usług operatorów rozprowadzających programy oczekują możliwości wyboru pojedynczych programów z oferty operatorów.

Niektórzy z respondentów wskazywali nawet na cenę za 1 program.

W przekazywanych do KRRiT informacjach zwracano uwagę, że chcąc korzystać z programów, którymi klient był zainteresowany konieczne było wykupienie 2-3 dodatkowych pakietów premium. Z oferty ok. 100 programów klient korzystał z 15-20 tym samym miał wrażenie, że płaci za coś czego nie potrzebuje a firma zwyczajnie go naciąga.

Informowano o niezrozumiałym pakietowaniu programów – sportowe sprzedawane z erotycznymi w jednym pakiecie.

Wskazano na zmuszanie abonentów platform satelitarnych do używania dedykowanych dekoderek i uniemożliwianie odbioru oferty na sprzęcie posiadanym przez abonenta (np. poprzez moduł CAM (Conditional Access Module) wbudowany w TV), a także na brak norm jakościowych co do oferowanych programów. Obecnie każdy z operatorów dostarcza programy w jakości regulowanej przez siebie a nie obowiązującej normy technicznej. Jest to szczególnie dotkliwe przy programach HD, „którym w istocie sporo brakuje

do sugerowanego przez wielu specjalistów bitrate, który powinien mieścić się w przedziale pomiędzy 10 a 15 Mb/s”.

KRRiT powinna jednak dostrzegać również sytuację rynkową, w której działają operatorzy. Na tę sytuację zwrócili uwagę: PIKE oraz Telekomunikacja Polska S.A.

Informacje przekazane w ramach konsultacji w sprawie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów – pomimo rozbieżności pomiędzy stanowiskiem operatorów a oczekiwaniami klientów – mogą zostać wykorzystane w pracach nad projektami zmian legislacyjnych.