

SŁAWOMIR TAJER

IBRKK – Warszawa

Zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych a preferencje konsumentów

Wprowadzenie

W ramach rynku usług telekomunikacyjnych wyodrębnia się cztery subrynki. Trzy z nich, tj. telefonia stacjonarna, telefonia mobilna, dostęp do Internetu, poddane są analizie i ocenie w artykule. Pominięty został natomiast subrynek, jakim jest transmisja danych. Wynika to z faktu, że działania funkcjonujących na nim operatorów ukierunkowane są głównie na świadczenie usług konsumentom biznesowym.

W ostatnich latach postępował wzrost liczby przedsiębiorców telekomunikacyjnych, zarejestrowanych przez Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE). Wśród nich szczególnie miejsce zajmuje Telekomunikacja Polska S.A., pomimo iż jej działalność była i jest nadal negatywnie oceniana zarówno przez dużą część abonentów, jak i operatorów funkcjonujących na poszczególnych subrynkach. Potwierdzają to m.in. wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w 2011 r. wśród konsumentów indywidualnych. Znaczny odsetek respondentów (40%) wyraził opinię, że usługa dostępu do Internetu pod marką „Orange” jest lepsza, szybsza i mniej wadliwa, aczkolwiek posiada takie same parametry jak analogiczna usługa pod marką „Telekomunikacja Polska” (Tajer, 2012, s. 148-149). Dlatego w kwietniu 2012 r. TP S.A. dokonała rebrandingu, a inaczej mówiąc, zaprzestała stosowania dotychczasowej marki i logo, jednak nie zaniechała prowadzenia dalszej działalności. Istnieje nadal jako przedsiębiorca telekomunikacyjny, posiadający osobowość prawną. Wykorzystuje natomiast wspólnie z PTK Centertel Sp. z o.o. markę i logo „Orange”. Czy to posunięcie przyczyni się do zmiany sposobu działania Telekomunikacji Polskiej S.A.? Trudno odpowiedzieć na to pytanie, gdyż zbyt mało czasu upłynęło od przeprowadzenia rebrandingu. Spółka ta jest w dalszym ciągu faktycznym monopolistą na rynku telekomunikacyjnym. Pozostaje ona bowiem właścicielem przeważającej części infrastruktury dostępowej i transmisyjnej sieci szkieletowej (np. sieć POLPAK oraz POLPAK-T).

Przystępując do Unii Europejskiej, Polska zobowiązała się m.in. do uzupełnienia istniejącej infrastruktury telekomunikacyjnej i jej budowy na terenach stanowiących tzw. „białe plamy” (głównie w Polsce wschodniej). Inaczej mówiąc, zgodnie z unijnymi zaleceniami infrastruktura telekomunikacyjna powinna osiągnąć taki poziom,

żeby każdy konsument zainteresowany szerokopasmowym dostępem do Internetu mógł bez większych przeszkód zakupić tę usługę u wybranego przez siebie operatora. Kwestia ta jest również istotna z punktu widzenia budowy i rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego. Polska musi bowiem współpracować w tym zakresie z innymi krajami Unii Europejskiej, m.in. w celu (Surdej, 2009, s. 8):

- budowy jednolitej przestrzeni informacyjnej, która powinna doprowadzić do stworzenia otwartego, a zarazem w pełni konkurencyjnego rynku wewnętrznego,
- zwiększenia nacisku na innowacyjność i badania w zakresie rozwiązań teleinformatycznych, co powinno wydatnie wspierać zarówno wzrost gospodarczy, jak i tworzenie nowych miejsc pracy.

Można więc z dużym prawdopodobieństwem zakładać, że zapotrzebowanie na nowoczesne usługi telekomunikacyjne w Polsce (m.in. na szerokopasmowy dostęp do Internetu) zarówno wśród konsumentów indywidualnych, jak i biznesowych będzie nadal bardzo wysokie.

Zmiany na rynku usług telefonii stacjonarnej

Przedsiębiorcy telekomunikacyjni (operatorzy) działający na rynku telefonii stacjonarnej świadczą użytkownikom końcowym (abonentom) dwie podstawowe usługi, a konkretnie usługę dostępu do sieci tej telefonii i usługę połączenia telefonicznego.

W 2012 r. w rejestrze prowadzonym przez UKE wpisanych było 140 przedsiębiorców telekomunikacyjnych deklarujących działalność na rynku telefonii stacjonarnej. W porównaniu z 2008 r. liczba operatorów zwiększyła się o 18,6%. Spośród nich największe tempo wzrostu odnotowano w grupie przedsiębiorców deklarujących realizację połączeń międzynarodowych (ponad 3-krotne). W przypadku operatorów lokalnych odnotowano natomiast spadek o 10,2% (tablica 1).

Podstawowymi kryteriami oceny rynku telefonii stacjonarnej są wypracowane przez operatorów przychody oraz liczba obsługiwanych abonentów. Zastosowanie pierwszego z nich pozwala na sformułowanie następującego wniosku. W ostatnich pięciu latach głównym „graczem” na rynku telefonii stacjonarnej była Telekomunikacja Polska S.A., aczkolwiek jej udziały, wyrażone sumą przychodów ze świadczonych usług¹, ulegały stałemu spadkowi. W efekcie zmniejszyły się o 15,9 pkt. proc. (z 73,3% w 2008 r. do 57,4% w 2012 r.). Ponad 1,5-krotnie wzrosły natomiast udziały operatorów alternatywnych. Spośród nich największy posiadała Netia S.A. (14,6%). Wielokrotnie mniejszymi udziałami legitymowali się następujący operatorzy alternatywni: Telefonia Dialog S.A. (5,8%), UPC Polska Sp. z o.o. (4,4%), PTC Sp. z o.o., która

¹ Wliczono przychody z działalności stacjonarnej pochodzące z: abonamentu, przyłączenia abonenta, połączeń lokalnych, strefowych, międzystrefowych i międzynarodowych, do sieci ruchomych oraz innych połączeń (np. z numerami dostępu do sieci inteligentnych, w ramach usługi informacji o numerach). Nie wliczono natomiast przychodów z połączeń głosowych świadczonych w telefonii VoIP, a także połączeń z siecią Internet poprzez dostęp wdzwaniany (*dial-up*) (UKE, 2010, s. 44).

w maju 2013 r. zmieniła nazwę na T-Mobile Polska S.A. (2,4%), Telekomunikacja NOVUM S.A. (2,4%) (UKE, 2013a, s. 52).

Tablica 1

Zmiany w liczbie przedsiębiorców telekomunikacyjnych deklarujących działalność na rynku usług telefonii stacjonarnej w latach 2008-2012

Wyszczególnienie	Lata				
	2008	2009	2010	2011	2012
Operatorzy telefonii stacjonarnej ogółem					
- liczba	118	121	126	115	140
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	102,5	104,1	91,3	121,7
z tego:					
Operatorzy o zasięgu lokalnym					
- liczba	118	121	126	96	106
- dynamika (rok poprzedni + 100%)	100,0	102,5	104,1	76,2	110,4
Operatorzy o zasięgu międzystrefowym					
- liczba	57	121	124	97	103
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	212,3	102,5	78,2	106,2
Operatorzy o zasięgu międzynarodowym					
- liczba	49	119	123	98	99
- dynamika (rok poprzedni + 100%)	100,0	242,9	103,4	79,7	101,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: GUS, *Łączność – wyniki działalności*, wydania z lat 2009-2012.

Analiza rynku telefonii stacjonarnej według kryterium, jakim jest liczba obsługiwanych abonentów, wykazała ich znaczny spadek. Był on zauważalny zarówno w przypadku użytkowników ogółem, jak i przy uwzględnieniu miejsca zamieszkania. W 2012 r. przedsiębiorcy telekomunikacyjni, działający na rynku telefonii stacjonarnej obsługiwali prawie 5,2 mln abonentów. W porównaniu z 2008 r. liczba użytkowników tej telefonii zmniejszyła się o 35,7%. Przy uwzględnieniu miejsca zamieszkania abonenta spadek ten był natomiast następujący: o 34,2% (w miastach) i o 41,0% (na terenach wiejskich) – tablica 2.

Uwzględnienie rodzaju operatora, z którego usług korzystają abonenci, potwierdza wcześniej sformułowany wniosek. W latach 2008-2012 obserwowano utrzymującą się dominację Telekomunikacji Polskiej S.A. na rynku telefonii stacjonarnej. Należy jednak odnotować, że udziały tej spółki w liczbie obsługiwanych klientów zmniejszyły się o 17,5 pkt. proc. (z 73,2% w 2008 r. do 55,7% w 2012 r.). Ponad 2,5-krotnie wzrosły natomiast udziały operatorów alternatywnych. Największym konkurentem TP S.A., pod względem liczby obsługiwanych użytkowników telefonii stacjonarnej, pozostaje Netia S.A. W 2012 r. operator ten świadczył usługi co dziewiątemu abonentowi (UKE, 2013a, s. 51).

Tablica 2

Zmiany w liczbie abonentów telefonii stacjonarnej w latach 2008-2012

Wyszczególnienie	Lata				
	2008	2009	2010	2011	2012
Abonenci telefonii stacjonarnej ogółem					
- liczba	8048,7	7381,3	7037,1	5861,1	5182,0
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	91,7	95,3	83,9	88,4
w tym:					
Abonenci zamieszkali w miastach					
- liczba	6388,9	5839,1	5612,0	4595,4	4203,0
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	91,4	96,1	81,9	91,5
Abonenci zamieszkali na wsiach					
- liczba	1659,8	1542,2	1425,1	1256,7	979,0
-dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	92,9	92,4	88,8	77,9

Źródło: Jak w tabeli 1.

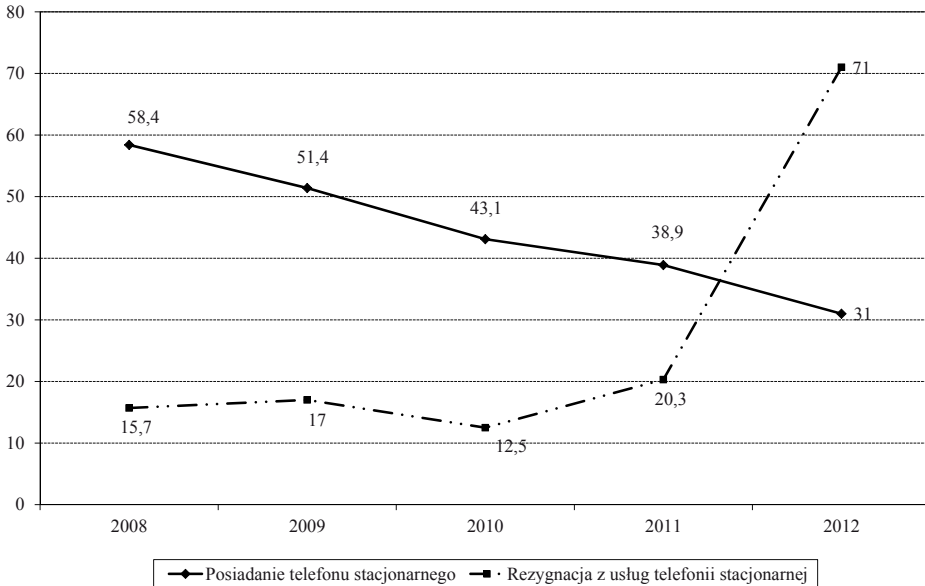
Przytoczone wyżej informacje pozwalają stwierdzić, że w ostatnich pięciu latach następował stały spadek liczby abonentów i przychodów wypracowanych przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych działających na rynku telefonii stacjonarnej. Istnieją co najmniej dwie przyczyny tego stanu rzeczy. Pierwsza to dynamicznie rozwijający się segment telefonii mobilnej, stanowiący substytut „usług w stałej lokalizacji”. Druga, mająca istotny wpływ na spadek liczby abonentów oraz przychodów wypracowanych przez operatorów telefonii stacjonarnej, to szeroka oferta usług internetowych, w tym zwłaszcza technologii VoIP, która umożliwia przesyłanie dźwięków mowy za pomocą łącz internetowych (tzw. „telefonii internetowej”). Na zasadność tego wniosku wskazują również wyniki cyklicznych badań ankietowych dotyczących preferencji i zmian w sposobie korzystania z usług telekomunikacyjnych przez konsumentów indywidualnych.

Mimo że w latach 2008-2012 średnie miesięczne wydatki na usługi telefonii stacjonarnej uległy zmniejszeniu prawie o połowę, nie wpłynęło to na wzrost popularności tej telefonii. W efekcie notuje się malejący odsetek konsumentów deklarujących posiadanie telefonu stacjonarnego. Jednocześnie następuje dynamiczny wzrost w grupie abonentów, którzy chcą zrezygnować z usług telefonii stacjonarnej (wykres 1).

Główną przyczyną rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej pozostaje „posiadanie i użytkowanie telefonu komórkowego”. W 2008 r. na ten wariant odpowiedzi wskazało 79,4% respondentów, a w 2012 r. – 80,4%. Inne przyczyny rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej były wymieniane znacznie rzadziej. Na przykład „zbyt wysokie koszty związane z użytkowaniem telefonu stacjonarnego” jako główną przyczynę rezygnacji z usług podawała corocznie ok. 1/4 ankietowanych konsumentów indywidualnych. Ponadto należy odnotować następujący fakt. W każdym badaniu ankietowym

Wykres 1

Konsumenci indywidualni deklarujący posiadanie telefonu stacjonarnego i rozważający rezygnację z usług telefonii stacjonarnej w latach 2008-2012 (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (CBM INDICATOR 2008, s. 10-11; UKE, 2013b, s. 8 i 10).

przeprowadzonym w ostatnich pięciu latach ok. 6-7% respondentów wyrażało gotowość rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej na rzecz telefonii VoIP, która pozwala na darmowe rozmowy we własnej sieci lub tańsze rozmowy zagraniczne. Może to oznaczać, iż prowadzenie rozmów za pomocą łączny internetowych będzie prawdopodobnie jedną z najszybciej rozwijających się usług świadczonych przez operatorów działających na polskim rynku telekomunikacyjnym.

Zmiany na rynku usług telefonii mobilnej (komórkowej)

Polski rynek telefonii mobilnej uznawany jest przez ekspertów z UKE za „dojrzały”. Dlatego jego rozwój nie przebiega już tak gwałtownie jak w pierwszej dekadzie bieżącego stulecia. Obecnie przedsiębiorcom działającym na rynku telefonii mobilnej bardziej zależy na utrzymaniu i maksymalnym zagospodarowaniu istniejącej bazy użytkowników (m.in. poprzez rozwój nowych usług i promocje cenowe).

W 2012 r. zarejestrowanych było 26 podmiotów deklarujących działalność na rynku telefonii mobilnej. W tej grupie znajdowało się 19 operatorów wirtualnych, którzy

świadczyli usługi na bazie infrastruktury innego przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, i 7 operatorów infrastrukturalnych, czyli dysponujących własną infrastrukturą. Dla porównania, w 2008 r. zarejestrowanych było łącznie 12 podmiotów deklarujących działalność na rynku telefonii mobilnej. W latach 2008-2012 ich liczba wzrosła więc ponad 2-krotnie (tablica 3).

Tablica 3

Zmiany w liczbie przedsiębiorców telekomunikacyjnych deklarujących działalność na rynku telefonii mobilnej w latach 2008-2012

Wyszczególnienie	Lata				
	2008	2009	2010	2011	2012
Operatorzy telefonii ruchomej ogółem					
- liczba	12	18	21	23	26
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	150,0	116,7	109,5	113,0
w tym:					
Operatorzy infrastrukturalni (MNO)					
- liczba	4	6	6	7	7
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	120,0	100,0	116,7	100,0
Operatorzy wirtualni (MVNO)					
- liczba	8	12	15	16	19
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	171,4	125,0	106,7	118,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (UKE, wydania z lat 2009-2013).

Główni „gracze” na rynku telefonii mobilnej to operatorzy infrastrukturalni. W 2012 r. do tej grupy należały: PTK Centertel Sp. z o.o. (30,7% udział w łącznych przychodach ze świadczonych usług), Polkomtel S.A. (30,4%), PTC Sp. z o.o. (26,1%) oraz P4 Sp. z o.o. (12,5%). Udział operatorów wirtualnych w rynku telefonii mobilnej był natomiast znikomy. W latach 2008-2012 kształtował się on na poziomie 0,2-0,3%².

W 2012 r. ogół operatorów telefonii mobilnej wypracował przychody w kwocie ok. 18,9 mld zł, czyli 45% wartości całego polskiego rynku usług telekomunikacyjnych. Dla porównania, w 2008 r. wyniosły one prawie 17 mld zł. Praktycznie całość tych przychodów została wypracowana przez operatorów infrastrukturalnych. Na przykład w 2009 r. ich udział wynosił 99,8%, w 2010 r. – 99,0%, a w 2011 i 2012 r. – po 99,7% (UKE, 2009, s. 30; UKE, 2011, s. 25).

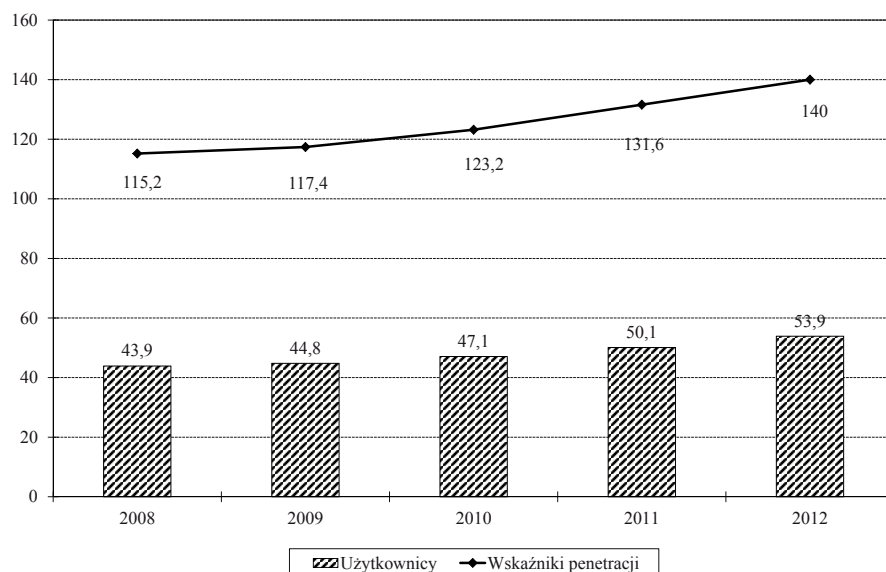
W przypadku rynku telefonii mobilnej częściej stosowanymi kryteriami oceny niż wypracowane przez operatorów przychody są: nominalna liczba użytkowników

² Suma przychodów (bez VAT) z opłat pobranych od użytkowników końcowych z tytułu: aktywacji usług i aparatów telefonicznych, opłat abonamentowych, wysyłanych SMS i MMS, transmisji danych, roamingu aktywnego, usługi przenoszenia numerów, tzw. usług premium rate, kar umownych (UKE, 2013a, s. 26).

(aktywnych kart SIM) i wskaźnik penetracji³. Dostępne materiały źródłowe pozwalają stwierdzić, że w analizowanych latach postępowało spowolnienie tempa wzrostu nominalnej liczby użytkowników (wykres 2). Prawdopodobnie było ono spowodowane po pierwsze znacznym nasyceniem rynku telefonii mobilnej w Polsce, w efekcie czego obserwuje się malejące tempo wzrostu aktywnych kart SIM, a po drugie „czyszczeniem” przez operatorów tzw. baz klienckich, polegającym na wyłączaniu nieaktywnych kart SIM.

Wykres 2

Nominalna liczba użytkowników (w mln) i wskaźniki penetracji rynku telefonii mobilnej w latach 2008-2012 (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (UKE, 2012, s. 24; UKE, 2013a, s. 23).

W latach 2008-2012 udział operatorów w rynku telefonii mobilnej, wyrażony nominalną liczbą użytkowników, nie uległ w zasadzie zmianom. Największą grupę klientów mieli operatorzy infrastrukturalni: PTK Centertel Sp. z o.o., Polkomtel S.A., PTC Sp. z o.o. oraz P4 Sp. z o.o., najmniejszą natomiast podmioty wirtualne (tablica 4).

³ Wskaźnik penetracji rynku telefonii mobilnej wyraża ilości aktywnych kart SIM przypadających na 100 mieszkańców danego kraju, http://www.symulator-biznesu.pl/podrecznik/PL/WSKAZNIK_PENETRACJI_RYNKU_POD.pdf [dostęp: luty 2014].

Tablica 4

**Udziały głównych operatorów w rynku telefonii mobilnej w Polsce
w latach 2008-2012 wyrażone nominalną liczbą użytkowników
(aktywnych kart SIM), w %**

Nazwa operatora	Lata				
	2008	2009	2010	2011	2012
PTC Sp. z o.o. (T-Mobile S.A.)	29,5	29,5	27,6	27,7	29,3
PTK Centertel Sp. z o.o. (Orange Polska S.A.)	32,3	30,6	30,5	29,2	27,6
Polkomtel S.A.	33,0	31,3	29,9	27,9	25,6
P4 Sp. z o.o.	4,6	7,7	11,0	14,1	16,4
Pozostali/Operatorzy wirtualni	0,7	0,9	1,0	1,0	1,3

Źródło: Jak w tablicy 3.

Podobna sytuacja występuje w przypadku kształtowania się wskaźnika penetracji rynku. Aczkolwiek w latach 2008-2012 zwiększył się on ze 115,2% do 140,0%, jednak odnotowano spowolnienie tempa jego wzrostu (wykres 2).

W ocenie ekspertów z UKE spowolnienie tempa wzrostu nominalnej liczby użytkowników i wskaźnika penetracji rynku telefonii mobilnej będzie się nadal utrzymywać. Wynika to z faktu, że wzrost liczby aktywnych kart SIM tylko w minimalnym stopniu zależy obecnie od nowych użytkowników. Baza klientów telefonii mobilnej w Polsce została już bowiem w zdecydowanym stopniu zagospodarowana. Wskazują na to również wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród konsumentów indywidualnych.

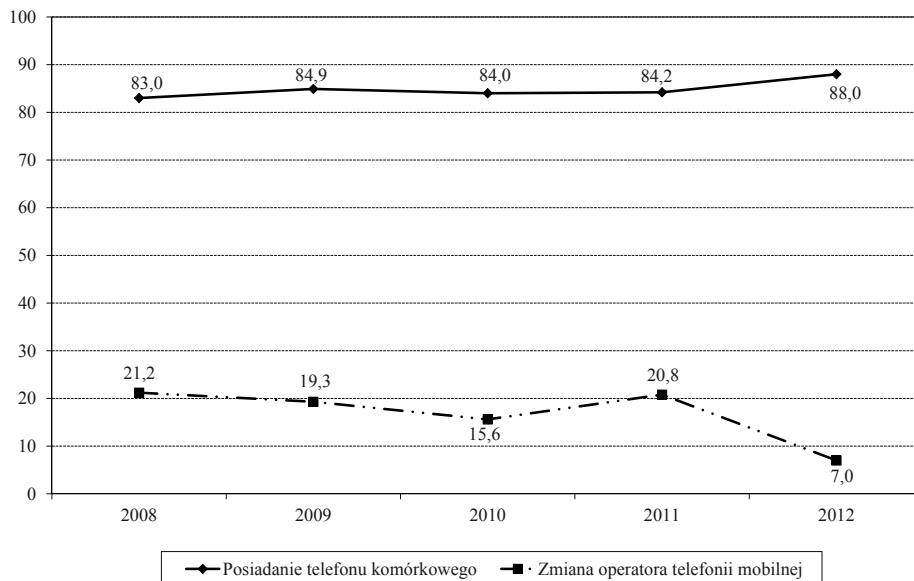
W ostatnich pięciu latach odsetek osób deklarujących posiadanie telefonu komórkowego wzrósł o 5,0 pkt. proc. Należy przy tym odnotować, że żaden z respondentów nie brał pod uwagę możliwość rezygnacji z usług telefonii mobilnej. Część konsumentów indywidualnych zmieniła jednak operatora. W 2008 r. stanowili oni 21,2% całej próby badawczej, a w 2012 r. – 7,0% (wykres 3). Sugeruje to ustabilizowanie się rynku telefonii mobilnej.

Nadal głównymi kryteriami branymi pod uwagę przez konsumentów indywidualnych przy zmianie operatora telefonii mobilnej są oferta cenowa oraz rabaty, natomiast najmniej ważnym kryterium pozostaje cena usług w roamingu (CBM INDICATOR, 2008, s. 11; UKE, 2013b, s. 9).

Wyniki cytowanych badań ankietowych pozwalają również stwierdzić, że korzystanie z usług telefonii mobilnej jest relatywnie tańsze niż z usług telefonii stacjonarnej. Na przykład średnie miesięczne wydatki na usługi *pre-paid* (telefon na kartę) w latach 2008-2011 utrzymywały się w przedziale 41-44 zł. Dopiero

Wykres 3

Konsumenti indywidualni deklarujący posiadanie telefonu komórkowego i zmianę operatora telefonii mobilnej w latach 2008-2012 (w %)



Źródło: Jak w wykresie 1.

w 2012 r. odnotowano zauważalny spadek w tym zakresie (do 37 zł). Z kolei stałe zmniejszanie się kosztów związanych z użytkowaniem telefonu komórkowego występowało wśród konsumentów usługi *post-paid* (telefon na abonament). W 2008 r. przeciętny miesięczny rachunek wynosił 77 zł, natomiast w 2012 r. – 66 zł. Mimo stałego spadku kosztów oferta abonamentowa pozostaje więc najdroższą usługą telefonii mobilnej.

Przytoczone wyżej informacje sugerują, iż wzrost penetracji rynku telefonii mobilnej będzie prawdopodobnie zależał głównie od klientów, którzy zdecydują się na posiadanie więcej niż jednego telefonu komórkowego.

Zmiany na rynku usługi dostępu do Internetu

Dostęp do Internetu jest tym subrynkiem usług telekomunikacyjnych, którego popularność w latach 2008-2012 rosła. Wskazuje na to utrzymujący się relatywnie duży wzrost liczby zarówno stacjonarnych łączy szerokopasmowych, jak i mobilnych (tablica 5).

Analiza danych zamieszczonych w tabelicy 5 pozwala stwierdzić, że dostęp Polaków do usług związanych z Internetem jest możliwy – jak dotychczas – głównie poprzez stacjonarne łącza szerokopasmowe. W 2012 r. było ich prawie 2-krotnie więcej niż łączy mobilnych. Należy jednak odnotować, że w ostatnich pięciu latach liczba łączy z Internetem za pośrednictwem telefonii komórkowej zwiększała się szybciej niż poprzez stacjonarną. Przyczyną tego stanu rzeczy jest prawdopodobnie wzrastająca konkurencyjność oferty usługowej operatorów sieci mobilnych.

Tablica 5

Zmiany w dostępie do Internetu w latach 2008-2012

Wyszczególnienie	Lata				
	2008	2009	2010	2011	2012
Łącza do sieci Internetu ogółem					
- liczba (w mln)	5,5	7,3	8,9	10,1	11,7
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	132,1	121,9	113,5	115,8
w tym:					
Stacjonarne łącza szerokopasmowe					
- liczba (w mln)	4,4	5,2	6,1	6,7	7,6
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	116,3	117,3	109,8	113,4
Łącza mobilne					
- liczba (w mln)	1,1	2,1	2,8	3,4	4,1
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	198,0	133,3	121,4	120,6

Źródło: Jak w tabelicy 3.

Z dostępnych materiałów źródłowych wynika, że w 2012 r. zarejestrowanych było 2447 przedsiębiorców telekomunikacyjnych, deklarujących świadczenie usługi dostępu do Internetu. Wśród nich największą liczebnie grupę stanowili dostawcy tej usługi za pomocą eksploatowanej sieci transmisji danych, najmniejszą natomiast – przy wykorzystaniu łączy stałych dzierżawionych. Dla porównania, w 2008 r. zarejestrowanych było łącznie 721 przedsiębiorców telekomunikacyjnych deklarujących świadczenie usługi dostępu do Internetu. W latach 2008-2012 ich liczba zwiększyła się więc prawie 4-krotnie (tablica 6).

Stacjonarne łącza szerokopasmowe oferują obecnie przede wszystkim operatorzy tradycyjnych sieci kablowych, działający w dużych miastach lub w ich pobliżu. Na tych terenach obecni są również operatorzy sieci telewizji kablowych. Poza retransmisją sygnału audiowizualnego świadczą oni usługę szerokopasmowego dostępu do Internetu za pomocą modemów kablowych TVK. Mieszkańcy dużych aglomeracji mają również możliwość uzyskania stałego dostępu do Internetu za pośrednictwem tzw. sieci dostępowych, będących własnością lokalnych dostawców (ISP). Sieci tych operatorów pokrywają zazwyczaj niewielki obszar (np. osiedle, a nawet kilka domów

wielorodzinnych). Wynika to przede wszystkim ze skuteczności działań lokalnych dostawców w pozyskiwaniu klientów i ograniczeń związanych z zasięgiem sieci dostępowej (UKE, 2009, s. 8-9).

Tablica 6

**Zmiany w liczbie przedsiębiorców telekomunikacyjnych
deklarujących prowadzenie działalności na rynku usługi dostępu do Internetu
w latach 2008-2012**

Wyszczególnienie	Lata				
	2008	2009	2010	2011	2012
Dostawcy usługi dostępu do Internetu ogółem					
- liczba	721	629	1886	2186	2447
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	87,2	299,8	115,9	111,9
z tego:					
Przy wykorzystaniu łączy dzierżawionych					
- liczba	56	49	46	55	61
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	87,5	93,6	119,6	110,9
Za pomocą eksploatowanej sieci transmisji danych					
- liczba	721	629	1430	1049	1027
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	87,2	227,3	73,4	97,9
Na bazie sieci telewizji kablowej					
- liczba	129	113	150	176	165
- dynamika (rok poprzedni = 100%)	100,0	87,6	132,7	117,3	93,8

Źródło: Jak w tablicy 1.

Praktyka pokazuje, że lokalni operatorzy telekomunikacyjni (ISP) coraz częściej podejmują działalność w mniejszych miastach lub na terenach podmiejskich, na skutek wykorzystania przez nich technologii sieci lokalnych (LAN). Dzięki temu mieszkańcy tych terenów uzyskali możliwość dostępu do Internetu. Przełożyło się to na wzrost udziału lokalnych dostawców w rynku usług szerokopasmowych (tablica 7).

Podstawowym kryterium oceny rynku dostępu do sieci Internet – obok liczby użytkowników – są łączne przychody⁴ wypracowane przez operatorów. W 2012 r. dostawcy tej usługi osiągnęli przychody w kwocie 4,4 mld zł. W porównaniu z 2008 r. odnotowano więc wzrost o 66,7% (wykres 4).

⁴ Łączne przychody (bez VAT) z usługi dostępu do Internetu świadczonej poprzez łącza xDSL, modem kablowy, lokalne sieci przewodowe LAN-Ethernet, bezprzewodowe sieci WLAN, łącza dzierżawione, stacjonarny FWA, WiMax, CDMA, łącza satelitarne oraz modemy 2G/3G (UKE, 2012, s. 10).

Tablica 7

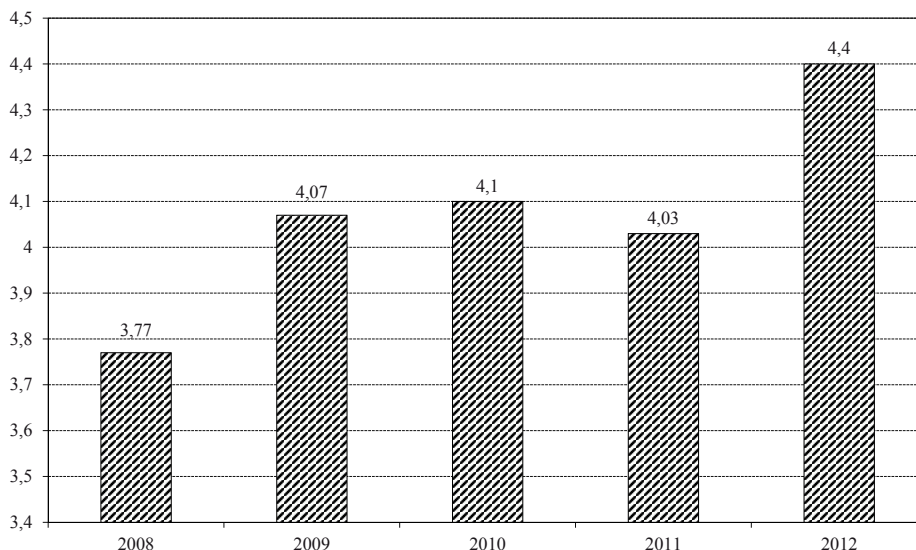
Udziały głównych operatorów sieci stacjonarnych i mobilnych w rynku dostępu do Internetu w latach 2008-2012 wyrażone liczbą abonentów (w %)

Nazwa operatora	Lata				
	2008	2009	2010	2011	2012
PTK Centertel Sp. z o.o. (Orange Polska S.A.)	9,0	10,8	12,9	15,9	19,3
Telekomunikacja Polska S.A. (Orange Polska S.A.)	36,4	26,9	22,1	20,1	17,4
Polkomtel S.A.	6,7	10,7	10,5	10,4	9,7
P4 Sp. z o.o.	1,5	3,9	6,7	7,5	7,8
PTC Sp. z o.o. (T-Mobile Polska S.A.)	5,4	6,9	7,3	6,7	7,4
UPC Sp. z o.o.	6,8	6,0	5,9	6,0	7,4
Netia S.A.	5,3	5,1	5,1	4,4	3,5
Multimedia Polska Sp. z o.o.	4,0	3,7	3,4	3,6	3,4
Lokalni dostawcy (IPS)	14,8	15,8	18,1	17,6	18,5

Źródło: Jak w tablicy 3.

Wykres 4

Przychody wygenerowane przez rynek usługi dostępu do Internetu w latach 2008-2012 (w mld zł)



Źródło: Jak w wykresie 1.

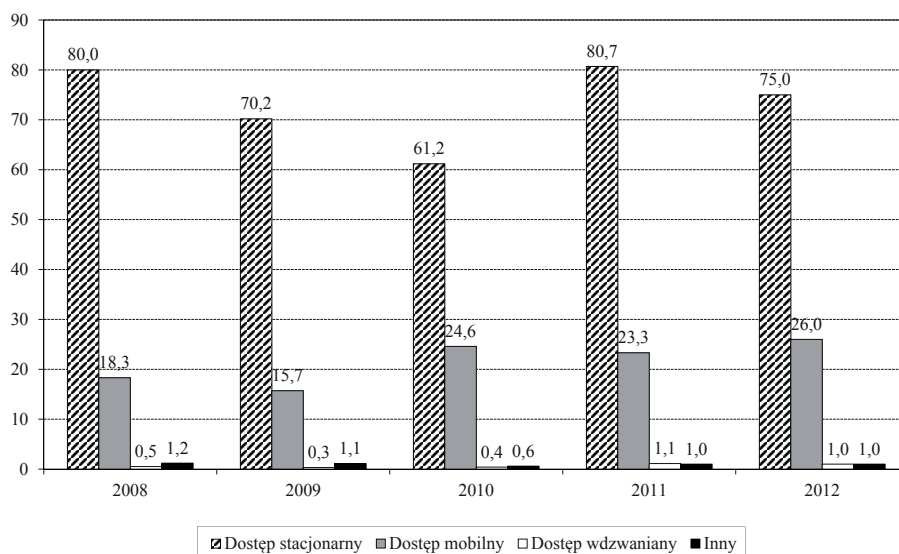
W analizowanych latach alternatywną formą dostępu do Internetu, względem stacjonarnych łączy szerokopasmowych, stała się technika bezprzewodowej transmisji danych w sieciach telefonii komórkowej GSM. Intensywne kampanie reklamowe, zachęcające do korzystania z takiej formy usług szerokopasmowych i poparte atrakcyjnymi cenowo ofertami, spowodowały, że w 2012 r. z mobilnego dostępu do Internetu korzystało 4,1 mln abonentów. Dla porównania, w 2008 r. było ich ok. 1 mln, w 2009 r. – 2 mln, w 2010 r. – 2,8 mln, a w 2011 r. – 3,3 mln (UKE, 2009, s. 9; UKE, 2011, s. 13; UKE, 2012, s. 7). Na rosnącą popularność mobilnego dostępu do Internetu wskazują również wyniki cytowanych badań ankietowych przeprowadzonych wśród konsumentów indywidualnych.

Mimo że w latach 2008-2012 utrzymywała się duża przewaga dostępu stacjonarnego, obserwowano rosnącą popularność dostępu mobilnego. Odsetek konsumentów indywidualnych wykorzystujących ten sposób łączenia z siecią wzrósł o 10,3 pkt. proc. Pozostałe rodzaje dostępu do Internetu, w tym m.in. *dial-up* (dostęp wdzwaniany) odgrywają natomiast marginalną rolę (wykres 5).

Przytoczone wyniki badań ankietowych świadczą, iż klienci zaczynają traktować dostęp do Internetu poprzez sieć telefonii mobilnej GSM jako substytut dostępu stacjonarnego. W najbliższych latach prawdopodobny jest więc dalszy wzrost liczby użytkowników tej usługi telekomunikacyjnej w Polsce.

Wykres 5

Konsumenti indywidualni deklarujący posiadanie określonego rodzaju dostępu do Internetu w latach 2008-2012 (w %)



Źródło: Jak w wykresie 1.

Zmiany w zakresie usług wiązanych

Na rynku telekomunikacyjnym w Polsce coraz silniej zaznacza się nowa tendencja. Zapoczątkowana ona została w 2003 r., czyli wówczas, gdy operatorzy telefonii mobilnej zaczęli wyprzedzać stacjonarnych pod względem liczby obsługiwanych abonentów. „Tradycyjni” przedsiębiorcy telekomunikacyjni zostali więc zmuszeni do poszukiwania rozwiązań, które pozwoliłyby im zrekompensować utratę przychodów z połączeń telefonicznych. Jednym z takich rozwiązań jest oferowanie przez operatorów telefonii stacjonarnej usług w pakietach z Internetem, telefonią mobilną lub telewizją. Pierwszymi podmiotami, które zaczęły oferować tzw. usługi wiązane, były Polkomtel S.A. oraz Telekomunikacja Polska S.A.⁵.

Łączenie usług w pakiety jest obecnie jednym z ważniejszych trendów na polskim rynku telekomunikacyjnym. Wskazuje na to liczba klientów obsługiwanych przez operatorów usług wiązanych. W 2012 r. korzystający z pakietów stanowili grupę liczącą prawie 2,8 mln osób (UKE, 2012, s. 19) Dla porównania, w 2008 r. liczba klientów osiągnęła poziom 584 tys. (UKE, 2008, s. 39). W ostatnich pięciu latach odnotowano więc ponad 4-krotny wzrost w tym zakresie.

Najbardziej rozpowszechnione są – jak dotychczas – oferty *double-play* (łącznie dwie usługi świadczone przez określonego operatora). Najmniej popularne pozostają natomiast oferty *quadruple-play*, czyli oferujące pakiet składający się z czterech usług (tablica 8).

Tablica 8

Udziały pakietów usług pod względem liczby abonentów w latach 2010-2012 (w %)

Rodzaj pakietu usług	Lata		
	2010	2011	2012
Pakiety double-play	81,0	79,5	71,9
z tego:			
- telewizja kablowa + Internet	54,0	48,1	50,6
- telefonia stacjonarna + Internet	10,8	15,1	14,3
- telefonia mobilna + Internet	10,9	10,1	12,8
- telefonia stacjonarna + telefonia mobilna	2,5	2,7	1,6
Pakiety triple-play	18,2	19,7	25,8
z tego:			
- telefonia stacjonarna + Internet + telewizja kablowa	16,9	16,4	24,2
Pakiety quadruple-play	0,8	0,9	0,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (UKE, 2011, s. 25; UKE, 2013a, s. 20).

⁵ <http://tech.wp.pl/kat,1009781,title,Konwergencja-sposobem-na-problemy/> [dostęp: luty 2014].

W latach 2010-2012 nastąpiło zmniejszenie udziału liczby abonentów korzystających z najbardziej popularnej oferty *double play*, tzn. „telewizja kablowa + Internet” (o 3,4 pkt. proc.). Jednocześnie wzrosło zainteresowanie ofertami *triple-play*, w tym zwłaszcza „telewizja stacjonarna + Internet + telewizja kablowa” (o 7,3 pkt. proc.). Pomimo tych kilkuprocentowych zmian najczęściej łączonymi usługami pozostają „telewizja kablowa + Internet”.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że operatorzy usług wiązanych coraz częściej proponują pakiety łączące w sobie dwa lub więcej świadczeń rozliczanych na jednym rachunku. W różnych wariantach wiąże się więc usługi telefonii stacjonarnej, mobilnej, dostępu do Internetu oraz telewizji kablowej. Ponadto warunki zakupu tego typu pakietów oferowane są na atrakcyjniejszych warunkach niż dostawa pojedynczych usług telekomunikacyjnych. Dlatego w latach 2008-2012 liczba abonentów usług wiązanych ciągle rosła. Prawdopodobnie tendencja ta będzie się nadal utrzymywać. Taką opinię wyrażają m.in. eksperci z Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE, 2011, s. 19-20).

Podsumowanie

Mimo że tempo zmian na rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce uległo wyraźnemu przyspieszeniu, jednak w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej pozostaje jeszcze dużo do nadrobienia. Dotyczy to zwłaszcza tych jego subrynków, których rozwój wymaga znacznych nakładów finansowych (np. usługa dostępu do Internetu w technologii światłowodowej). W przeciwnym razie olbrzymie zaniedbania w infrastrukturze telekomunikacyjnej staną się jednym z głównych hamulców rozwoju społeczno-gospodarczego Polski. Co więcej, wraz ze wzrostem konkurencji na rynku usług telekomunikacyjnych operatorzy zmuszeni zostaną do zmian w stosowanych obecnie modelach biznesowych. Dotychczasowa oferta usługowa, oparta głównie na dostarczaniu łącz, nie będzie bowiem gwarantować zysków na odpowiednim poziomie.

W obliczu zachodzących i planowanych zmian technologicznych w zakresie infrastruktury telekomunikacyjnej bardzo ważnym elementem staje się aktywne wsparcie państwa. Zaangażowanie organów administracji rządowej i samorządowych nie musi sprowadzać się do finansowania budowy lub/i rozbudowy tej infrastruktury. Istotnym działaniem jest również niwelowanie barier prawnofinansowych oraz zapewnienie stabilnej atmosfery dla inwestorów. Opóźnianie lub brak należytego wsparcia ze strony państwa może bowiem jeszcze bardziej zwiększyć różnicę między polską i europejską gospodarką. Dlatego nadrzędnym celem działań organów administracji rządowej i samorządowych powinno być stworzenie nowoczesnej i powszechnie dostępnej sieci telekomunikacyjnej, z której mógłby korzystać każdy podmiot, mający do zaoferowania usługi, jakich oczekują konsumenci.

Bibliografia

- CBM INDICATOR (2008), *Rynek telekomunikacyjny w Polsce w 2008 roku. Klienci indywidualni. Raport z badania konsumenckiego*, Warszawa.
- GUS (2009), *Łączność – wyniki działalności w 2008 r.*, Warszawa.
- GUS (2010), *Łączność – wyniki działalności w 2009 r.*, Warszawa.
- GUS (2011), *Łączność – wyniki działalności w 2010 r.*, Warszawa.
- GUS (2012), *Łączność – wyniki działalności w 2011 r.*, Warszawa.
- GUS (2013), *Łączność – wyniki działalności w 2012 r.*, Warszawa.
- Surdej A. (2009), *Bariery rozwoju rynku telekomunikacyjnego w Polsce*, Centrum im. A. Smitha, Warszawa.
- Tajer S. (2012), *Rynek usług telekomunikacyjnych – stan i tendencje*, (w:) B. Słomińska (red.) *Usługi w Polsce w latach 2008-2012*, IBRKK, Warszawa.
- UKE (2009), *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2008 r.*, Warszawa.
- UKE (2010), *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2009 r.*, Warszawa.
- UKE (2011), *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2010 r.*, Warszawa.
- UKE (2012), *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2011 r.*, Warszawa.
- UKE (2013a), *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2012 r.*, Warszawa.
- UKE (2013b), *Preferencje konsumentów rynku telekomunikacyjnego w latach 2009-2012*, Warszawa.
- http://www.stymulator-biznesu.pl/podrecznik/PL/WSKAZNIK_PENETRACJI_RYNKU_POD.pdf
- <http://tech.wp.pl/kat,1009781,title,Konwergencja-sposobem-na-problemy/>

Streszczenie

W artykule skoncentrowano się na identyfikacji zmian zachodzących na polskim rynku usług telekomunikacyjnych i tendencjach jego rozwoju, uwzględniając następujące subryniki: telefonię stacjonarną, telefonię mobilną (komórkową) oraz rynek usługi dostępu do Internetu. Ponadto zwrócono uwagę na relatywnie nowe zjawisko, jakim jest pakietyzacja usług. Artykuł przygotowany został na podstawie danych GUS, materiałów zaczerpniętych z Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE) oraz cyklicznych badań ankietowych prowadzonych wśród abonentów przez wyspecjalizowane agencje badawcze. Jego trzon stanowi analiza i ocena poszczególnych subrynków oraz preferencji i zmian w sposobie korzystania z usług telekomunikacyjnych przez badanych konsumentów indywidualnych, która objęła lata 2008-2012.

Słowa kluczowe: rynek usług telekomunikacyjnych, telefonia stacjonarna, telefonia mobilna, dostęp do Internetu, pakietyzacja usług.

Kody JEL: L96

Changes in the Market for Telecommunication Services and Consumers' Preferences

Summary

In his article, the author focused on identification of changes taking place in the Polish market for telecommunication services and tendencies of its development, taking into account the following submarkets: fixed telephony, mobile (cellular) telephony and the market for Internet access services. Moreover, he paid attention to a relatively new phenomenon which is service bundling. The article is prepared on the grounds of CSO (GUS) data, materials taken from the Office of Electronic Communications (Urząd Komunikacji Elektronicznej, UKE, in Polish) and cyclic surveys conducted among subscribers by specialised research agencies. Its core is an analysis and assessment of individual submarkets as well as preferences and changes in the way the telecommunication services are used by the surveyed individual consumers, which comprised the years 2008-2012.

Key words: market for telecommunication services, fixed telephony, mobile telephony, access to Internet, service bundling.

JEL codes: L96