



Polski rynek telekomunikacyjny w liczbach

Jerzy Straszewski

Prezes Zarządu

Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej

10 Konferencja Technik Szerokopasmowych - Sopot, 2 czerwca 2011



**Prezentacja opisuje polski rynek telekomunikacyjny
ze szczególnym uwzględnieniem branży operatorów kablowych**

**Wszystkie wymienione w niej liczby odnoszą się do grudnia 2010
(w innym przypadku jest to zaznaczone)**



Główne usługi rynku telekomunikacyjnego

Zarejestrowane firmy telekomunikacyjne 6.500

■ **Telefon:**

- **stacjonarny** **10,58 mln** (linie)
- **mobilny** **45,8 mln** (abonenci)

■ **Internet:**

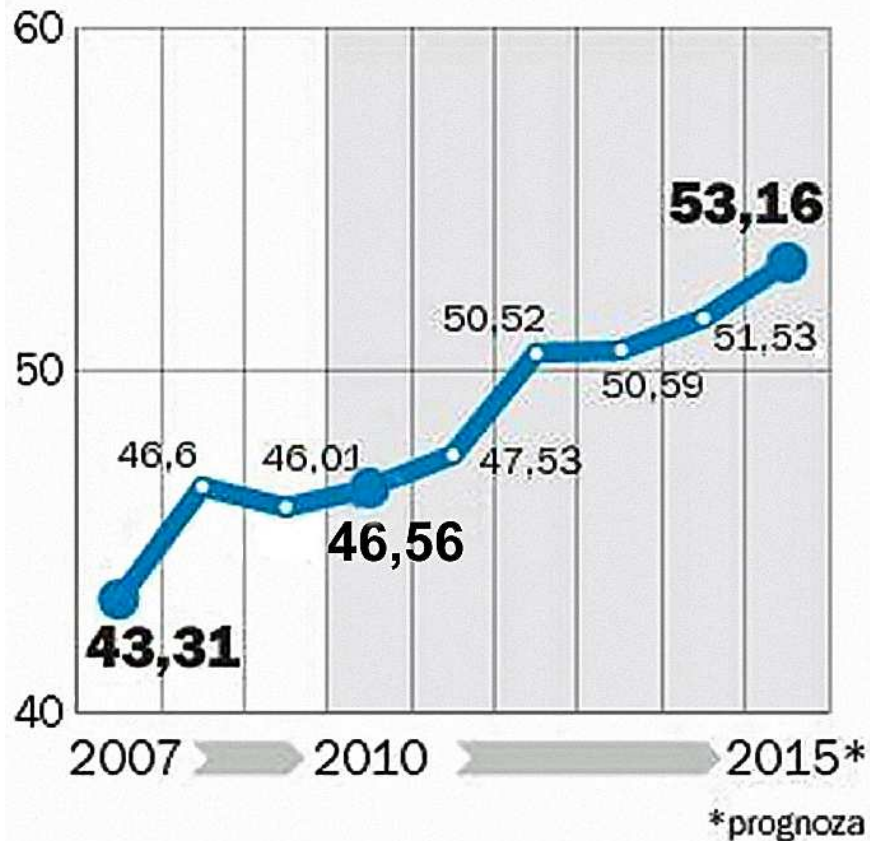
- **dostęp stały** **6,50 mln** (abonenci)
- **mobilny** **1,97 mln** (abonenci)

■ **TV:**

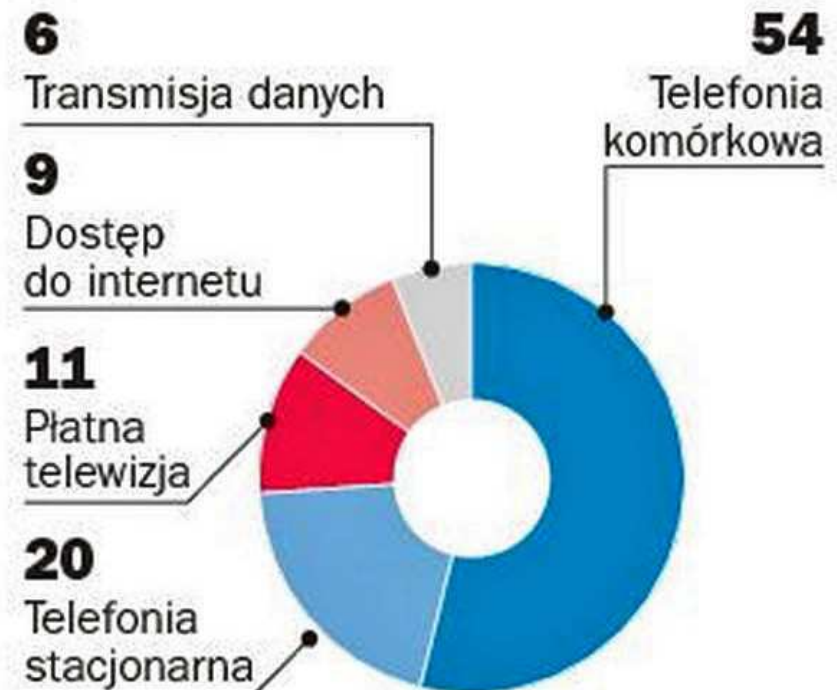
- **platformy płatne** **10,62 mln** (abonenci)
- **free to air** **3,2 mln** (odbiorcy naziemnej i satelitarnej emisji)

Wartość rynku telekomunikacyjnego

wartość rynku
w mld zł



co pracuje na wartość rynku
w proc.








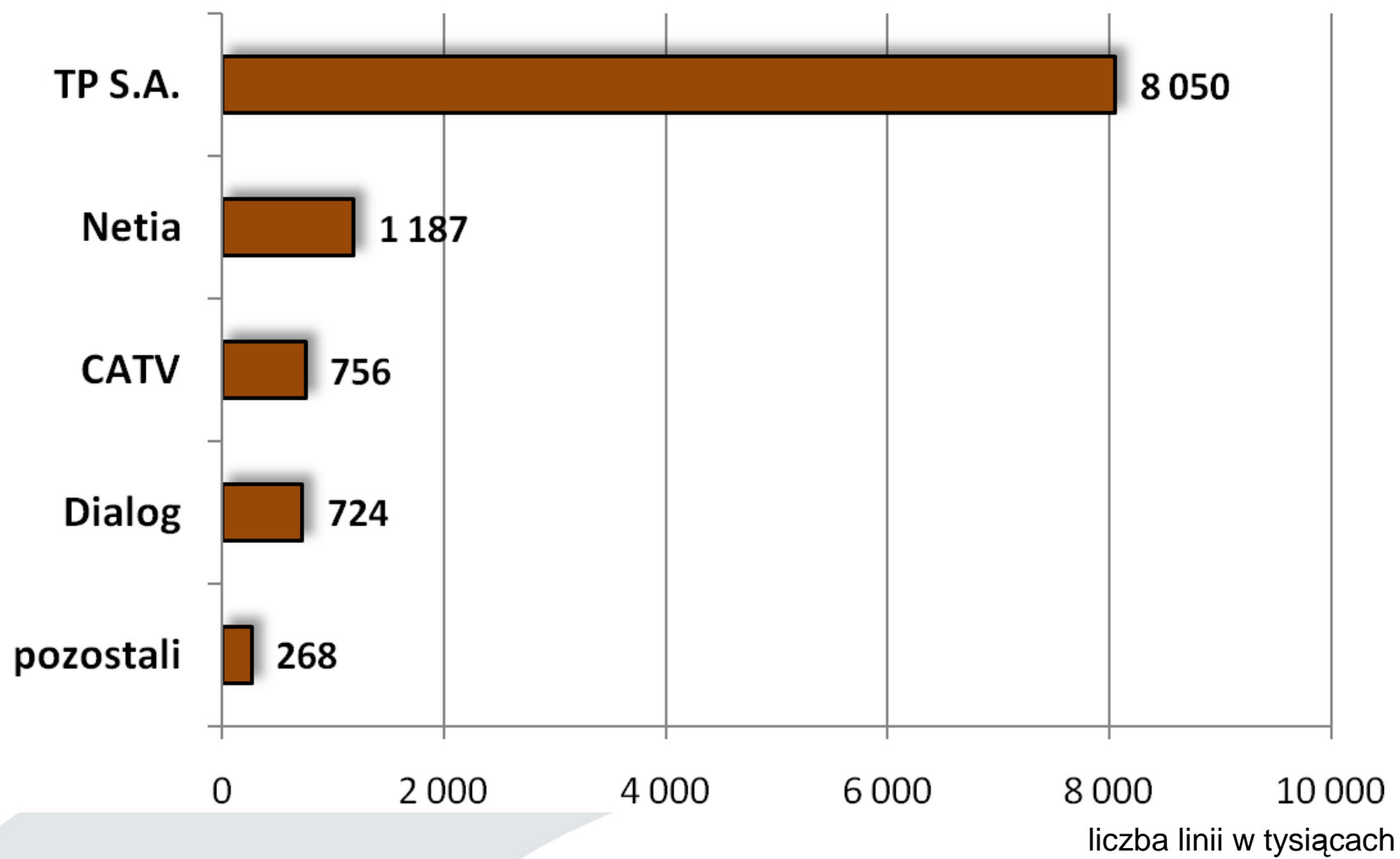
Telefon



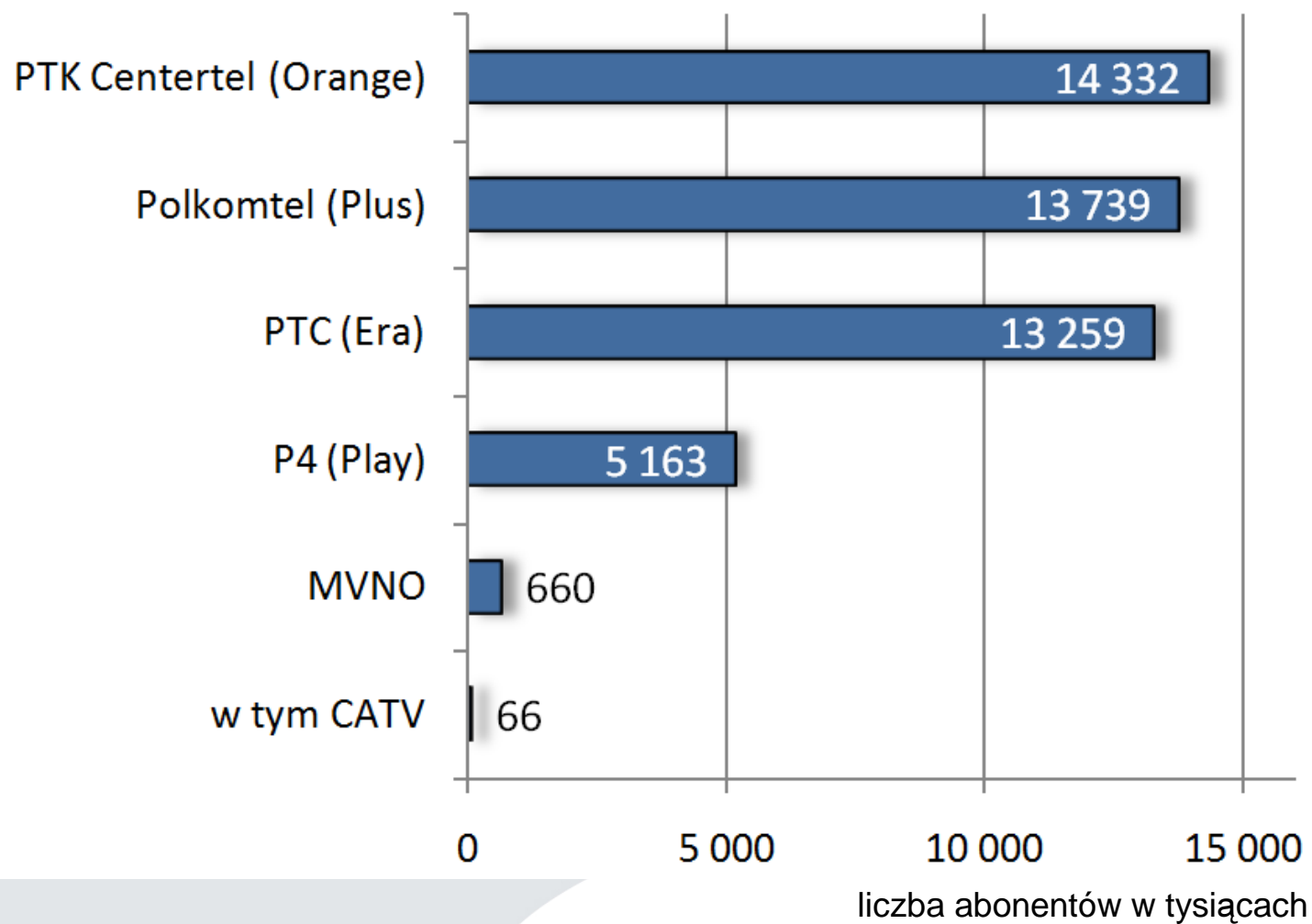
Telefon stacjonarny – sytuacja rynkowa

Udział w rynku były telekom	% abonentów	Sytuacja rynkowa	uwagi
	73%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Były telekom narodowy, obecnie częściowo własność France Télécom ■ Dalej silna pozycja na rynku krajowym i dominująca w telefonii stacjonarnej 	<ul style="list-style-type: none"> ■ France Télécom posiada 48.58% TPSA ■ TPSA stara się sprzeciwić konieczności rywalizacji ■ Po zmuszeniu do świadczenia LLU, ceny dalej są wysokie
Pozostali			
	20,.5%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Netia, Dialog i pozostali mali operatorzy regionalni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Skupieni na obszarach zurbanizowanych ■ LLU powiększyłby znacząco konkurencję
	6,5%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wykorzystanie przeszłej blokady regulacyjnej ■ Oferta telefonu jako część atrakcyjnych pakietów usług 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Własna infrastruktura skupiona na rynku SOHO z nową technologią bazującą na Soft Switch

Telefon stacjonarny – podział rynku



Telefon mobilny – podział rynku



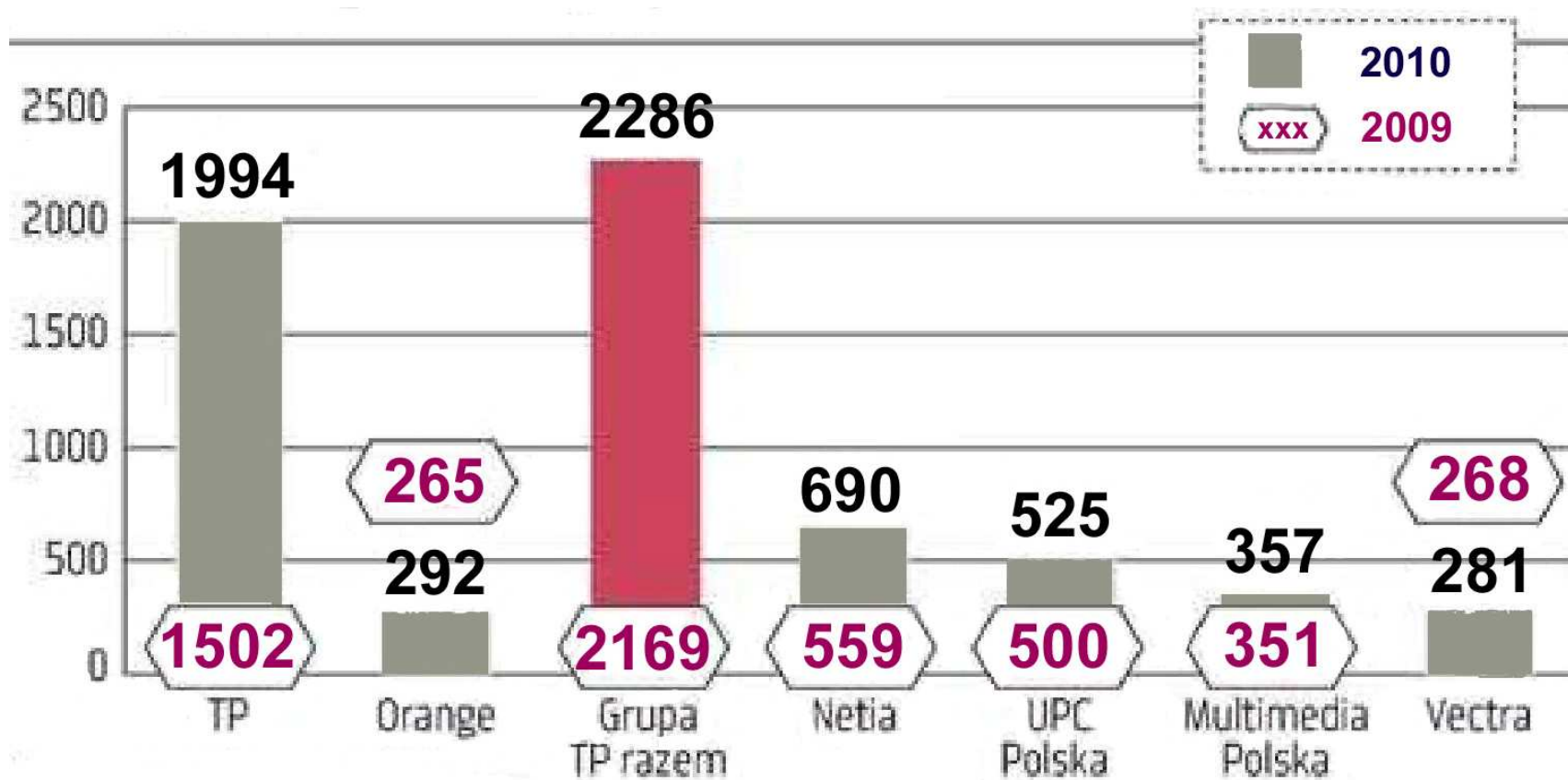


Internet



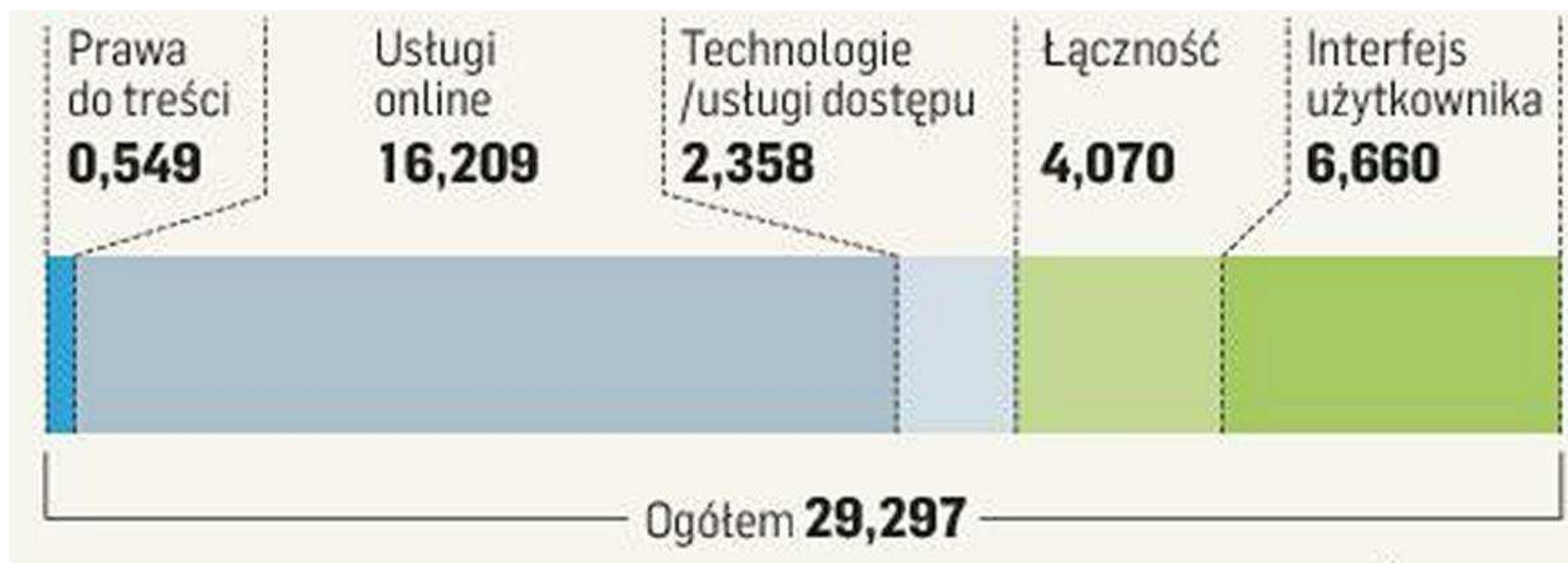
Internet stacjonarny – sytuacja rynkowa

Najwięksi dostawcy internetu stacjonarnego - liczba abonentów w tysiącach

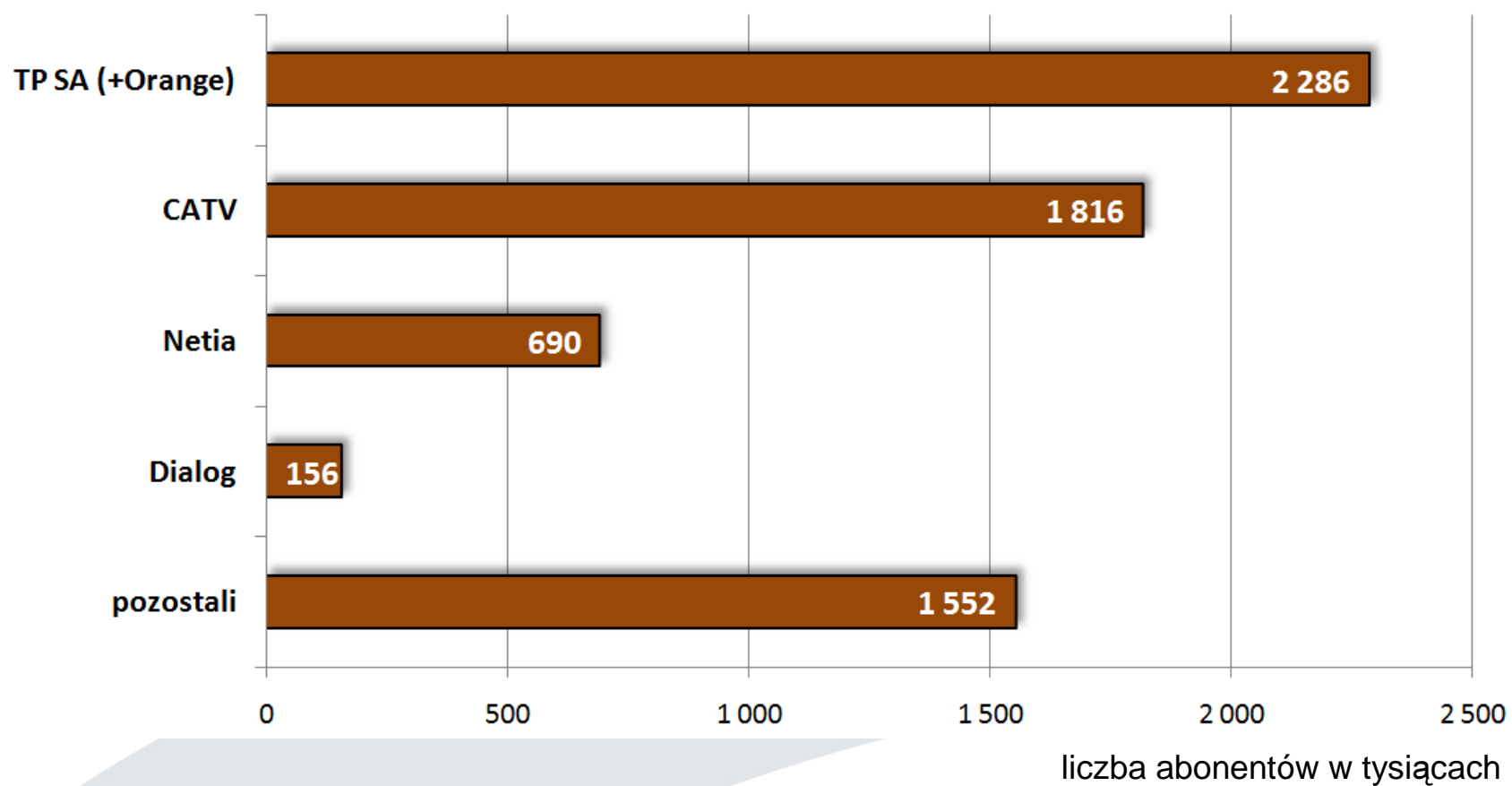


Internet stacjonarny – wartość rynku

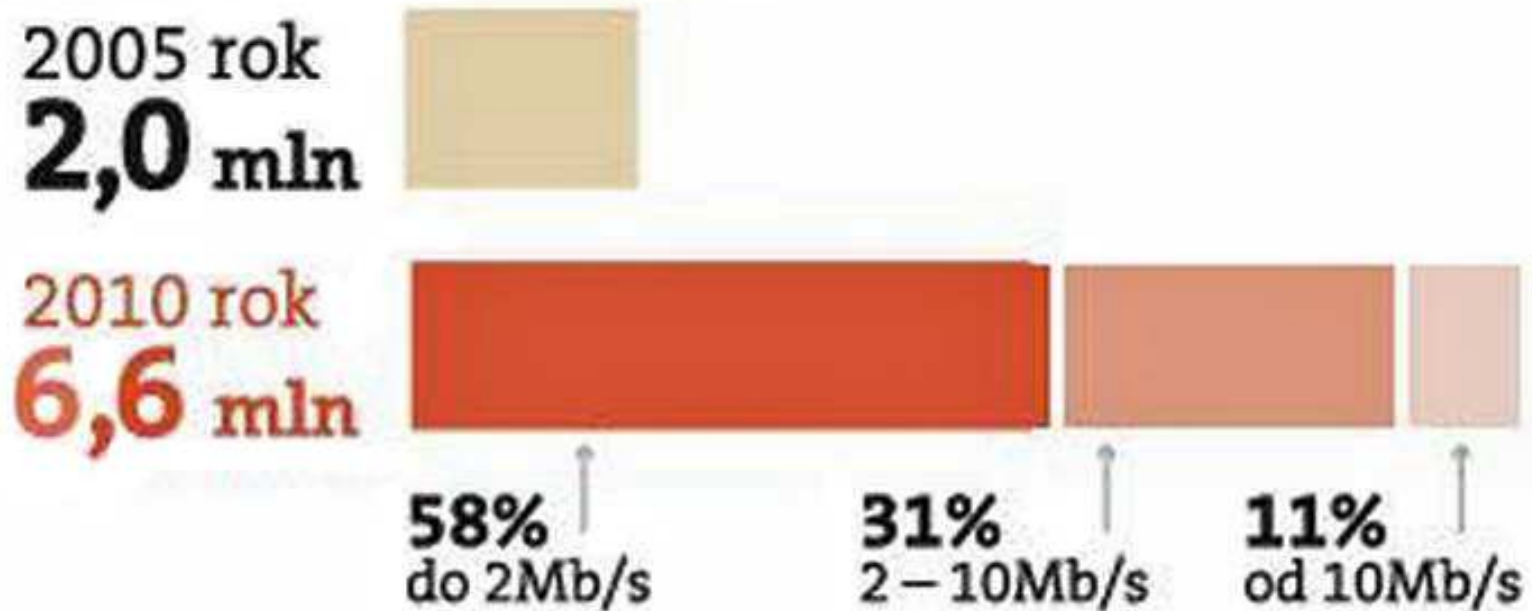
Wartość rynku w mld zł



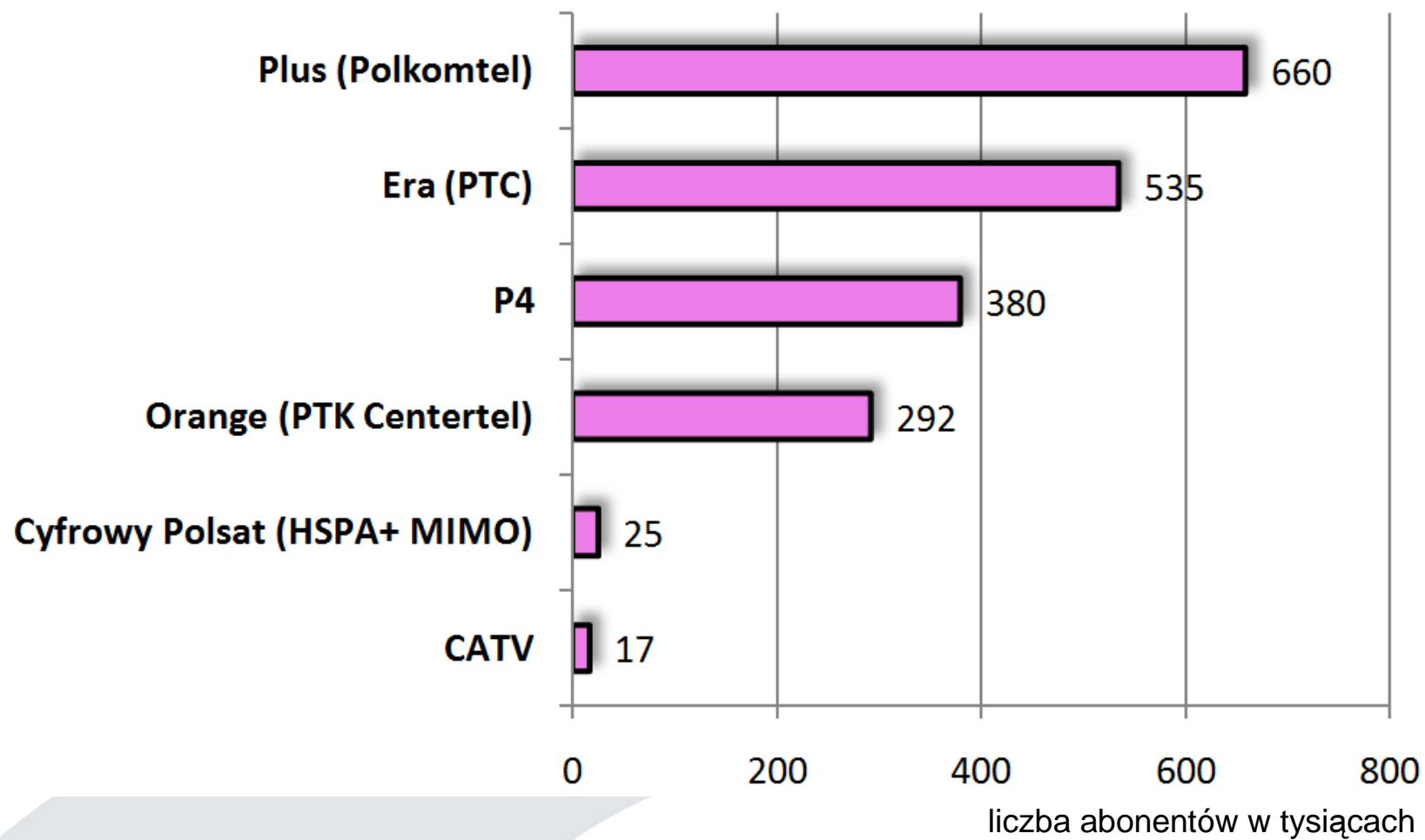
Internet stacjonarny – podział rynku



Internet stacjonarny – wykorzystanie łącz



Internet mobilny – podział rynku



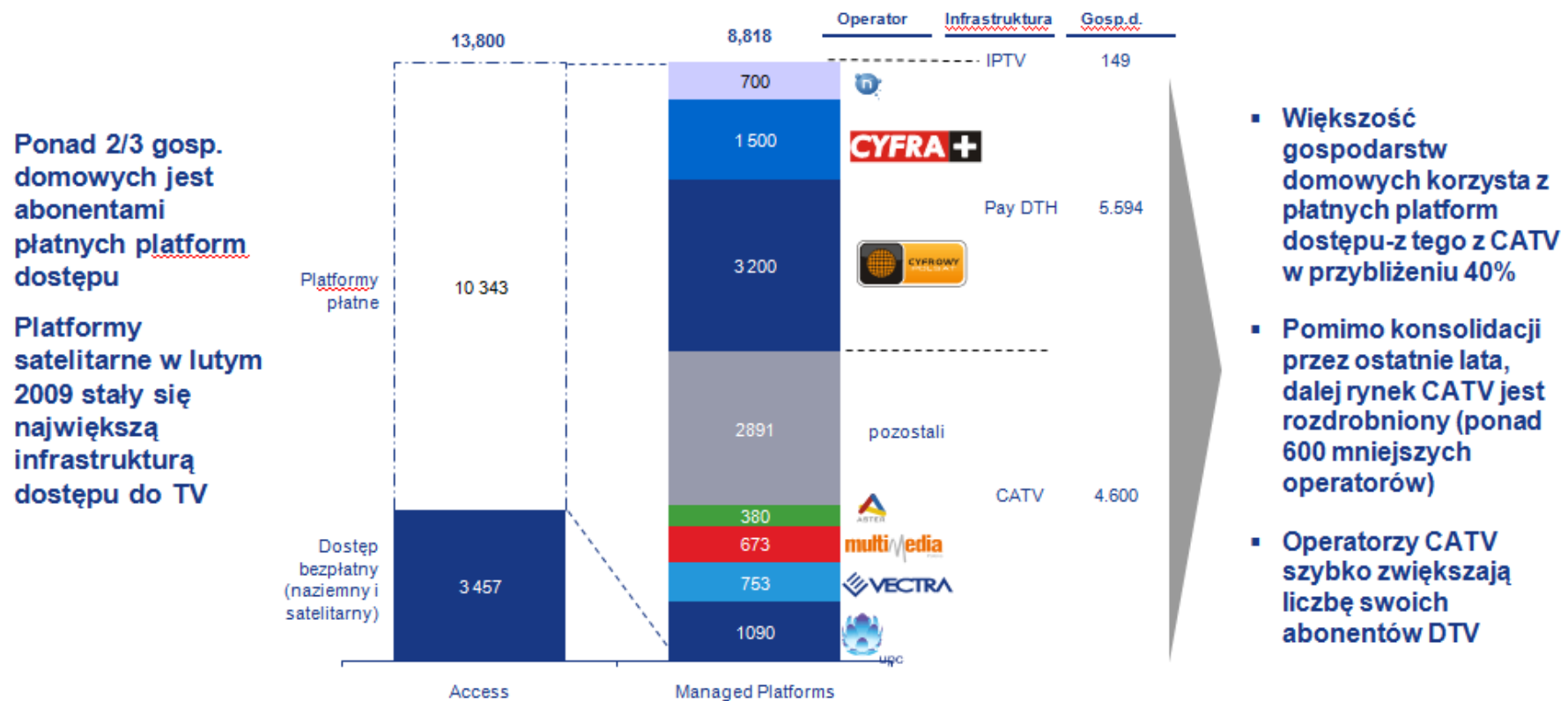


Telewizja

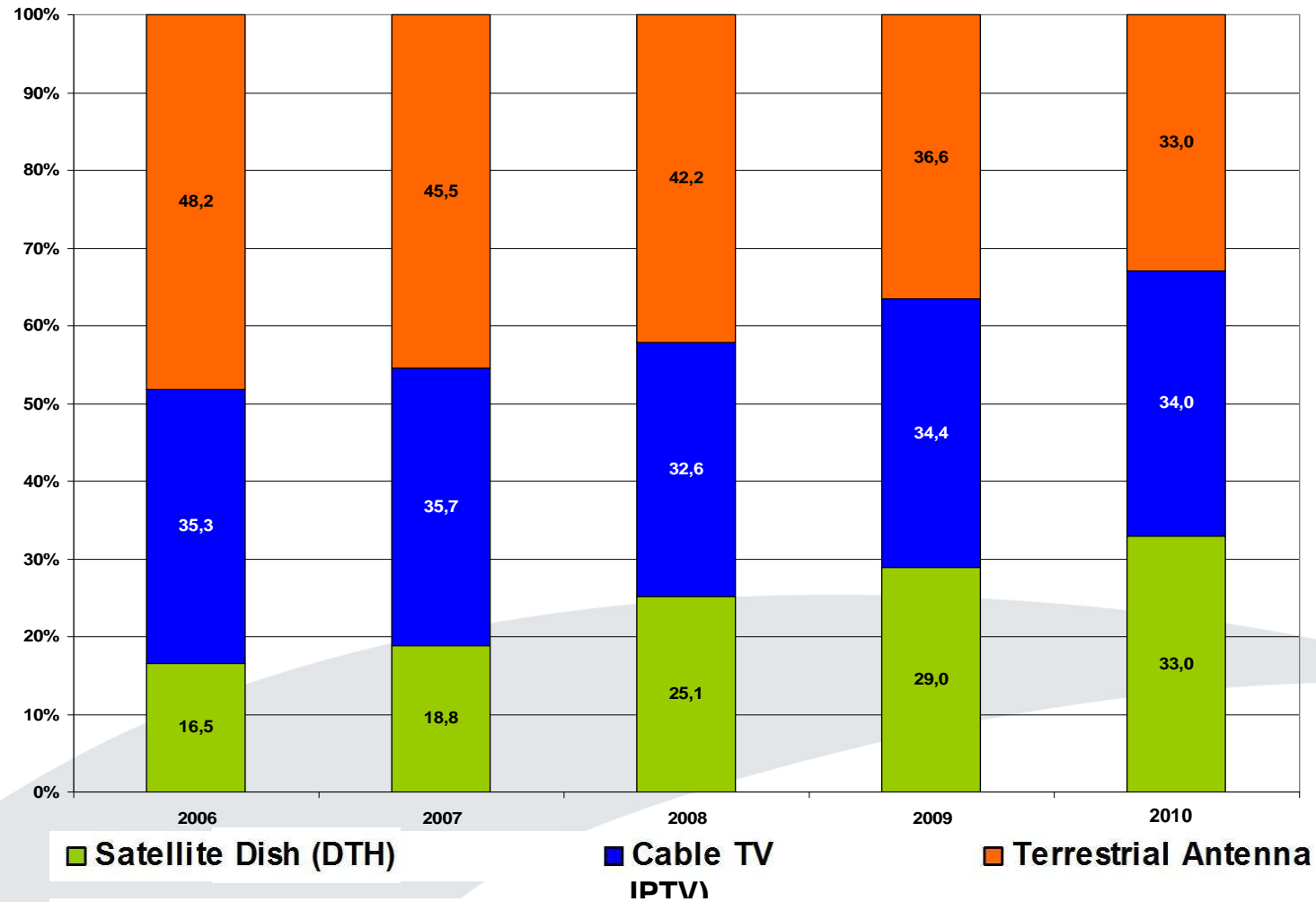


Programy TV – sytuacja rynkowa

Liczba gosp. domowych użytkujących platformy TV (w tys.)



Programy TV – podział rynku



Coroczne badania Nielsen Audience Measurement 2006-2010 na ok. 8 tys. gosp. dom.



Programy TV – dostępność kanałów

- polscy operatorzy udostępniają ogółem prawie 180 programów TV
- w tej liczbie 30 programów emitowanych jest w wersji HD

Naziemna emisja analogowa (tylko do 31 lipca 2013 r.):

TV publiczna - 3 (TVP1, TVP2 i TVPInfo w 16 regionalnych wersjach)

Nadawcy prywatni -7 (Polsat, Puls, TV4, TVN, Telewizja Łużyce Lubań-Bolesławiec, Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko, Telewizja TVT Żory)

Naziemna telewizja cyfrowa:

TV publiczna - 5 (jak analogowa oraz TVP Kultura i TVP Historia)

Nadawcy prywatni - 5 (Polsat, Puls, TV4, TVN, TVN7)

Satelitarna emisja:

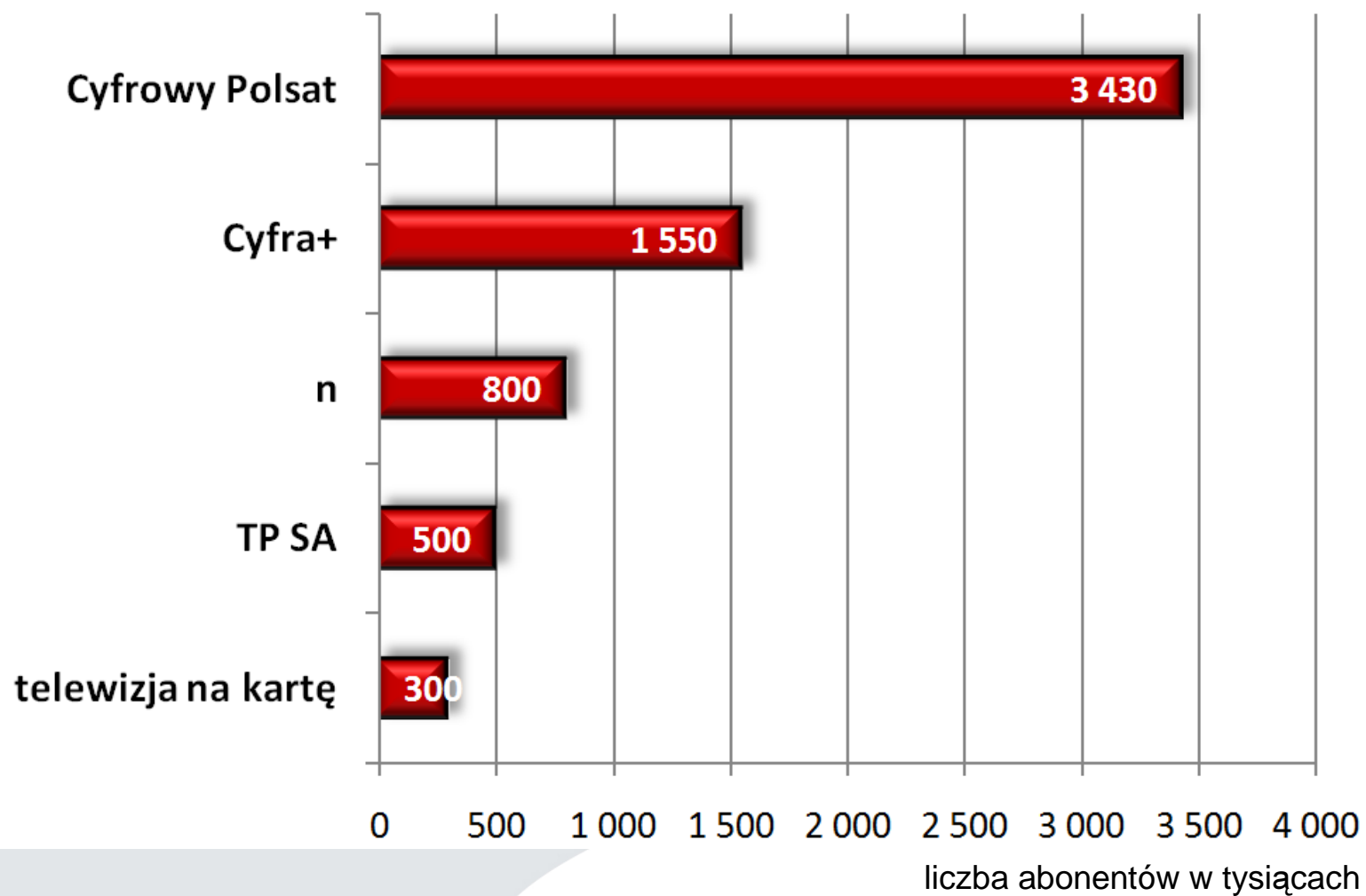
TV publiczna - 5 (Polonia, TVP Kultura, TVP Sport, TVP Historia, TVP Seriale także TVP1HD dostępny u niektórych operatorów)

Nadawcy prywatni - ok. 100 programów w polskiej wersji językowej

Dodatkowo - wyłącznie w sieciach CATV:

120 programów Telewizji Lokalnych (40% z nich jest dostępnych w ofercie cyfrowej)

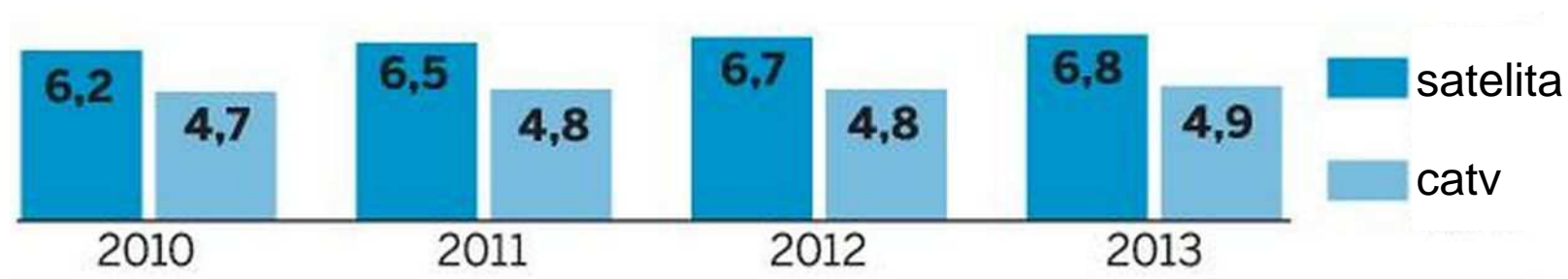
Programy TV – satelita



Programy TV – prognoza

Potencjał rynku płatnej telewizji:

prognoza liczby klientów w mln według firmy Audytel:





Rynek operatorów kablowych



CATV – sytuacja rynkowa

Dane CATV:

- zarejestrowane firmy 630
- abonenci ogółem 4,6 mln
- gosp. dom. objęte dostępem CATV (HP) 7 mln
= penetracja 65%
- **pokrycie kraju** – obecność we wszystkich większych miastach (pow. 40 tys. mieszkańców, w których mieszka ok. 60% populacji) oraz w ok. 40% pozostałych miejscowości

Większość operatorów CATV wykorzystuje standard EuroDOCSIS 2.0. Największe firmy korzystają z EuroDOCSIS 3.0

CATV – podział rynku

Duże rozdrobnienie rynku (630 podmiotów) a 4 największe firmy obsługują ponad 60% wszystkich klientów

CATV - 10 największych firm:

l.p.	operator	liczba abonentów						
		ogółem	programy TV		internet		telefon	
			analog	cyfrowe	stacjon.	mobilny	stacjon.	mobilny
1	UPC Polska	1 096 300	610 600	408 100	538 800	0	231 800	0
2	VECTRA	773 000	413 000	331 200	292 000	5 126	93 000	0
3	Multimedia PI	699 000	554 000	155 000	360 500	10 500	258 000	200
4	ASTER*)	380 000	380 000	100 000	180 000	8 000	72 000	62 800
5	TOYA	160 000	160 000	41 000	82 000	0	18 400	0
6	INEA	138 000	124 300	71 500	74 000	200	22 500	2 600
7	Stream Comm.	101 848	67 857	27 390	35 629	0	5 416	0
8	Petrus	48 000	35 000	8 000	17 500	0	4 000	0
9	Promax	33 300	33 100	11 000	15 500	0	1 200	0
10	Sat Film	25 000	25 000	2 300	17 000	0	5 000	0

Dane za 31 marca 2011 r. *)dane Aster za 4Q2010

CATV - główne usługi

Liczba abonentów CATV:

- **DTV** 1,23 mln

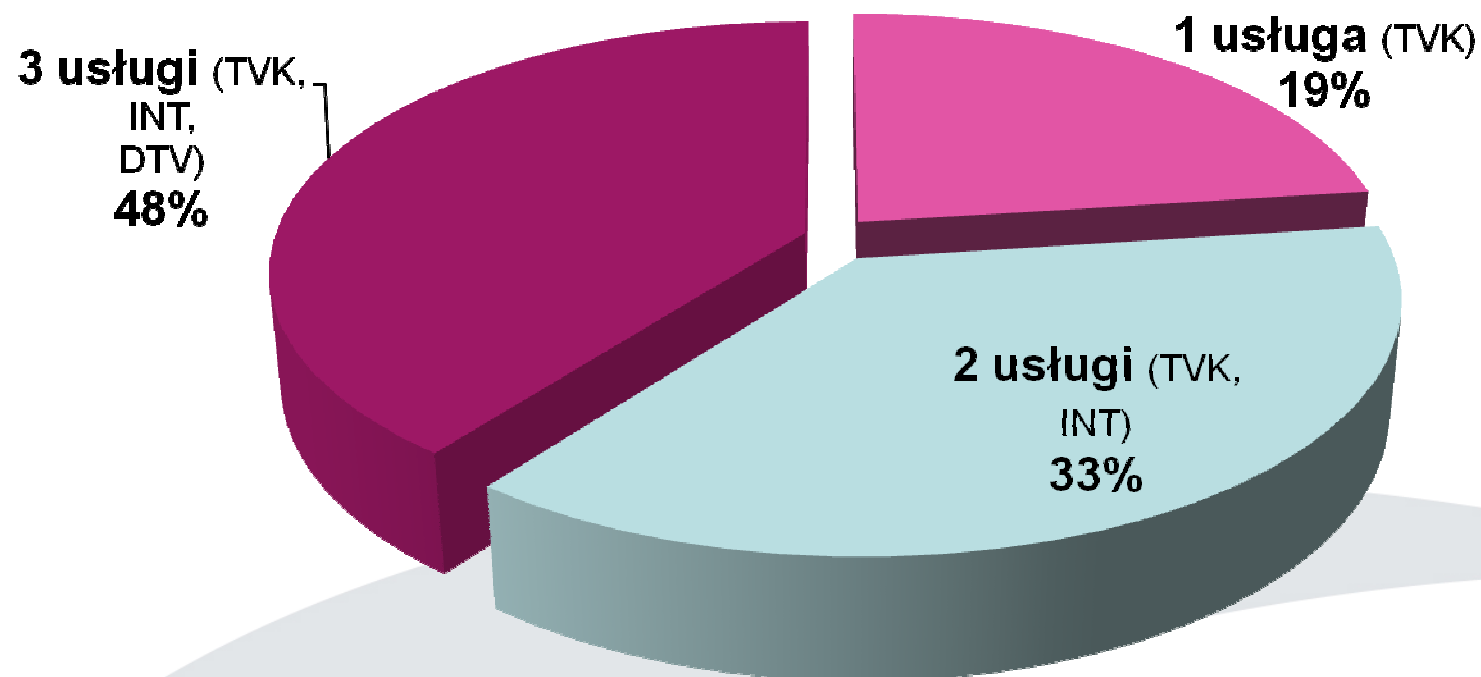
- **Telefon:**
 - stacjonarny 756 tys.
 - mobilny 66 tys.

- **Internet:**
 - stacjonarny 1,82 mln
 - mobilny 17 tys.

- **Programy lokalne TV** docierają do 3 mln gosp. domowych

CATV - członkowie PIKE

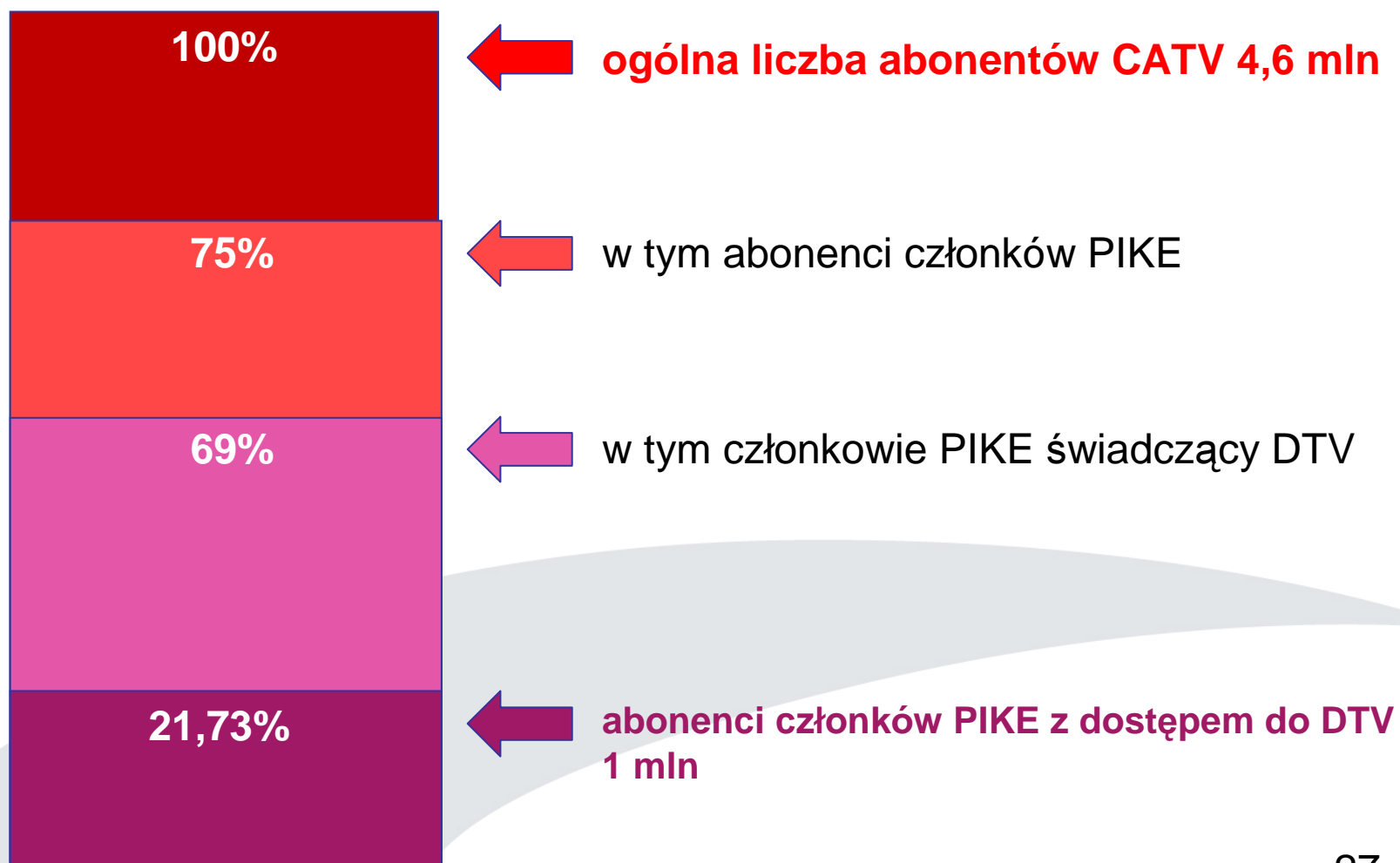
Podział operatorów wg liczby świadczonych usług



CATV - dodatkowe usługi

usługa	liczba operatorów	szacowana ilość abonentów
PVR	6	150 000
VoD	4	70 000
Serwery Gier	5	250 000

CATV - penetracja DTV



CATV - kierunki rozwoju

najbliższe 3 - 5 lat:

TECHNOLOGIA

- pełna cyfryzacja sieci
- 1-sza część NGN – implementacja DOCSIS 3.0
- uniwersalny Set-Top-Box

OFERTA

- zwiększanie liczby programów TV, także w formatach HD i 3D
- pełne usługi telekomunikacyjne i różne usługi dodatkowe (PVR, multiroom, VoD itp.)
- personalizacja usług dla indywidualnych klientów, upowszechnienie PVR
- pełna konwergencja rynku i nasycenie usług = ilościowy wzrost generowany tylko przepływem abonentów pomiędzy operatorami
- unikalne metody pozyskiwania nowych klientów
- ciężar relacji z obecnymi klientami przeniesiony na elektroniczne zarządzanie przez klienta osobistym kontem abonenckim

CATV - kierunki rozwoju c.d.

powyżej 5 lat:

TECHNOLOGIA

- 2-ga część NGN – kompletnie nowa technologia wykorzystania sieci HFC, bardzo elastycznie zarządzająca szerokością pasma
- IP TV, światłowody doprowadzone do każdego gospodarstwa domowego itp.

OFERTA

- pełna personalizacja dla każdego abonenta

RYNEK

- harmonijna koegzystencja wszystkich platform (satelita, telekomy, catv, naziemna TV) z których każda dysponuje własnymi, indywidualnymi i uzupełniającymi się cechami. **Pewna przewaga technologiczna niektórych sieci CATV**



Dziękuję za uwagę

j.straszewski@pike.org.pl

www.pike.org.pl