

*dr Maciej Czaplewski*¹

Katedra Polityki Gospodarczej i Ekonomii Społecznej,
Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług,
Uniwersytet Szczeciński

Podstawowe trendy i kierunki zmian na polskim rynku telefonii mobilnej

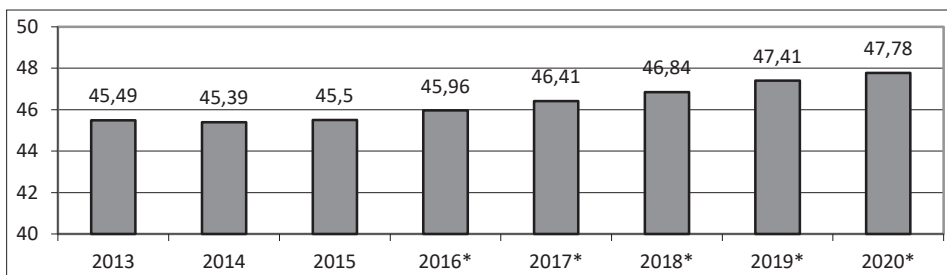
WPROWADZENIE

Rynek Usług Telekomunikacyjnych (RUT) podlega dynamicznym zmianom. Znaczący wpływ na ten stan ma:

- przeprowadzona liberalizacja RUT,
- dokonujący się postęp techniczny i technologiczny.

Jednym z efektów postępu techniczno-technologicznego było pojawienie się telefonii mobilnej (TM). Powstanie i rozwój TM silnie oddziałuje na cały rynek telekomunikacyjny (RT). Z jednej strony przyczynia się do wzrostu wartości tego rynku, co znajduje też odzwierciedlenie w prognozach rozwoju RUT.

Wzrost wartości RUT w Polsce i prognozy tego wzrostu do roku 2020 przedstawiono na rys. 1.



* Prognoza

Rys. 1. Prognoza wzrostu wartości RUT w Polsce do roku 2020 (w mld PLN)

Źródło: [Audytel, 2015].

¹ Adres korespondencyjny: Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, ul. Cukrowa 8, 71-004 Szczecin; e-mail: maciej.czaplewski@wzieu.pl.

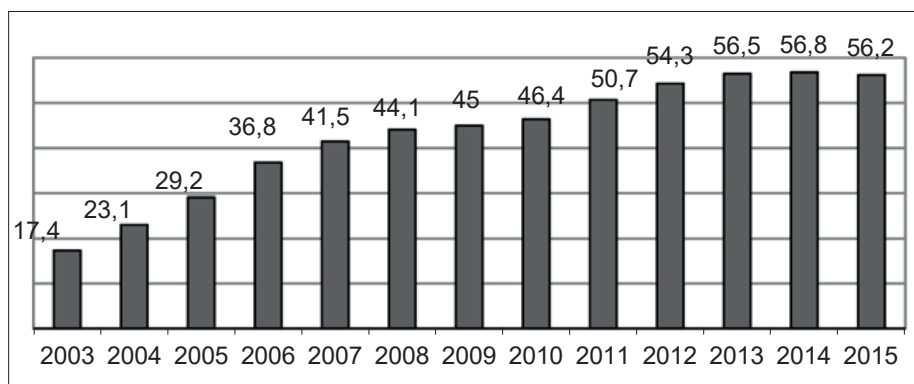
Rozwój TM jako substytut usług stacjonarnych powoduje także ograniczenie roli telefonii stacjonarnej (TS). Na rynku telefonii stacjonarnej (RTS), mimo spadku cen połączeń, a zarazem istnienia możliwości wyboru operatora (i w konsekwencji większych możliwości wyboru atrakcyjnej oferty), klienci tego segmentu rynku wykonują coraz mniej połączeń. Fakt ten w powiązaniu ze spadkiem taryf powoduje, że spadają przychody z tego segmentu rynku.

Proces ten postępuje wskutek:

- rosnącej liczby użytkowników TM i liczby wykonywanych połączeń w sieciach mobilnych,
- doskonań technicznych i organizacyjnych podejmowanych przez operatorów TM.

RYNEK TELEFONII KOMÓRKOWEJ W POLSCE

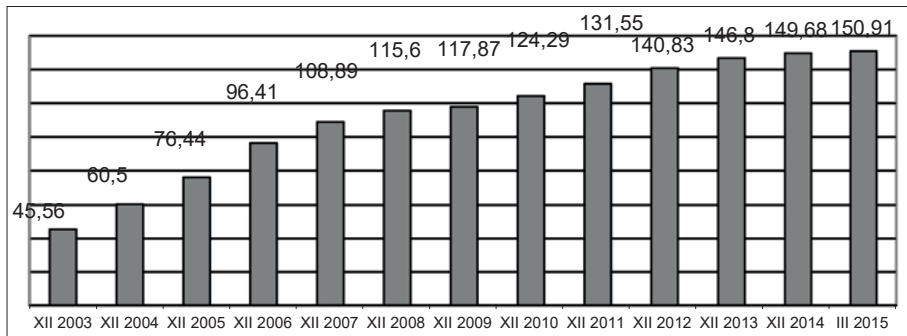
W Polsce rynek telefonii mobilnej (RTM), mimo małego spadku jego wartości w 2009 roku, charakteryzuje się ciągłym wzrostem pod względem liczby użytkowników², liczby wykonywanych połączeń i łącznego czasu ich trwania. Już w 2007 roku tzw. nominalna penetracja tego rynku przekroczyła 100%. Jednym z podstawowych mierników rozwoju telefonii komórkowej jest liczba aktywnych kart SIM oraz liczba tych kart przypadających na 100 mieszkańców. Dane dotyczące tych dwóch wielkości dla RTM w Polsce pokazano na rys. 2 i 3.



Rys. 2. Liczba aktywnych kart SIM na w Polsce (w mln sztuk) w latach 2003–2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [GUS za: GoMobi.pl, 2011; Telepolis za: „Dziennik Gazeta Prawna” z 5 marca 2015 r.; GUS za: Zielińska, 2015].

² Pod koniec stycznia 2016 roku GUS poinformował, że 31 grudnia 2015 r. w polskich sieciach komórkowych aktywnych było 56 206,4 tys. kart SIM. Oznacza to spadek liczby kart SIM o ponad 2,78 mln w stosunku do września 2014 roku. Jednak spadek ten to najprawdopodobniej efekt wyłączenia nieaktywnych kart pre-paid przez T-Mobile Polska [Zielińska, 2015].



Rys. 3. Liczba aktywnych kart SIM na 100 mieszkańców w Polsce (w %) w latach 2003–2015

Źródło: dla lat 2003–2010 GUS, za: GoMobi.pl (dostęp: 06.06.2016 r.) (<http://gomobi.pl/news/GUS-podal-aktualna-liczbe-aktywnych-kart-SIM>); dla lat 2011–2015 GUS za: 58 mln aktywnych kart SIM, ponad 150 numerów komórkowych na 100 Polaków, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/58-mln-aktywnych-kart-sim-ponad-150-numerow-komorkowych-na-100-polakow#> (dostęp: 06.06.2016 r.).

Przedstawione dane pozwalają mówić o rynku nasyconym, gdzie zdobycie nowych klientów jest coraz trudniejsze. Istotną cechą RTM w Polsce przez wiele lat była dominacja trzech operatorów:

- Orange Polska S.A. (PTK Centertel), którego największym akcjonariuszem jest Orange S.A. (50,67% akcji) [Orange, 2016];
- Polkomtel (Plus), którego właścicielami jest spółka Eileme 4 AB podmiot zależny od Metelem Holding Company Ltd. [Polkomtel, 2016];
- T-Mobile (Polska Telefonii Cyfrowa; Era), której właścicielami jest Deutsche Telekom Europe B.V. (100%) [T-Mobile, 2016].

Są to operatorzy funkcjonujący na RTM w Polsce od początku jego powstania, posiadający silnych inwestorów strategicznych i znaczące udziały rynkowe. Przez długi czas RTM był podzielony mniej więcej na równe części pomiędzy wspomnianych operatorów. Na przykład według stanu na kwiecień 2009 roku udziały tych operatorów w RTM w Polsce przedstawiały się następująco: Orange – 30,99%, Plus – 32,56%, Era – 30,18% [GSMonline.pl, 2010].

Zatem przez długi czas można było mówić o tym, iż RTM w Polsce odpowiada strukturze oligopolu. Korzystając z tej sytuacji, wymienieni trzej operatorzy przez długi czas nie konkurowali ze sobą cenami usług lecz głównie rodzajami i cenami oferowanych aparatów komórkowych. Istnienie takiej sytuacji nie było korzystne dla klientów, a wyraźna jej zmiana wymagała przede wszystkim pojawienia się na rynku nowych operatorów. Jednak wejście na taki rynek jest sporym wyzwaniem i wiąże się z:

- koniecznością oferowania usług użytkownikom już mającym telefon,
- stosowaniem konkurencji cenowej i pozacenowej (rozbudowa oferty usług dodatkowych – mobilny Internet, płatności przez telefon, telewizja mobilna),

- poprawą obsługi klienta,
- rosnącą rywalizacją między największymi graczami (chęć zostania liderem, chęć zniechęcenia nowych graczy i potencjalnych przed wejściem na rynek).

Mimo dużego wyzwania dla wchodzenia na RTM w Polsce, zaczęli się na nim pojawiać nowi operatorzy. Bardziej dostrzegalne zmiany w obszarze polskiego RTM zaczęły zachodzić od roku 2006 w związku z:

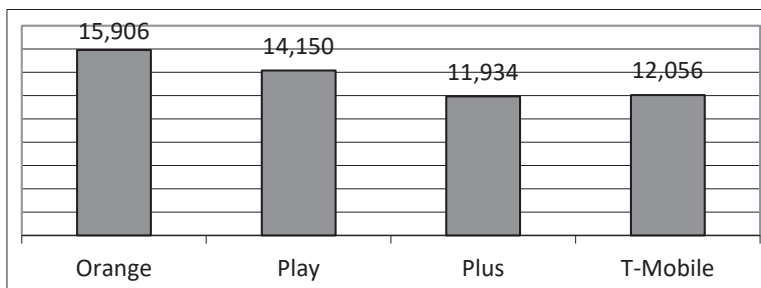
- wejściem następnych operatorów telefonii mobilnej (OTM) dysponujących własną infrastrukturą,
- pojawieniem się Operatorów Wirtualnych (OW).

Proces ten doprowadził do zmian w strukturze operatorów działających na RTM w Polsce i ich udziałach w tym rynku. Spośród nowych OTM dysponujących własną siecią i rozbudowujących tę sieć, szczególnym dynamizmem wykazywała się firma Play (P4)³.

Należy zaznaczyć, iż Play rozpoczął działalność komercyjną 16 marca 2007 roku, a więc około 10 lat później niż jego konkurenci. Niemniej jednak Play już w marcu roku 2008 posiadał prawie milion klientów, a na koniec roku 2009 – 1,4 mln. 33% jego klientów korzystało z usług abonamentowych, a pozostałe 67% z ofert na kartę [GW, 2008a]. Proporcja ta była wówczas standardem na rynku i stosunek liczby klientów abonamentowych do klientów korzystających z pre-paidu był podobny (30:70) także u pozostałych operatorów [Media & Marketing Polska, 2008].

Firma Play zakładała osiągnięcie progu rentowności w roku 2010 przy pozyskaniu ponad 5 mln użytkowników. Zgodnie z planami na koniec roku 2010, Play mógł się pochwalić 5 mln 160 tys. użytkowników [Media2.pl, 2011].

Według najnowszych danych na koniec pierwszego kwartału roku 2016 Play posiadał 14 mln 420 tys. użytkowników [Rfbenchmark.pl, 2016] i tym samym zajmował drugie miejsce na RTM pod tym względem. Dane na temat udziałów głównych operatorów na RTM w Polsce wg liczby aktywnych kart SIM przedstawiono na rys. 4.



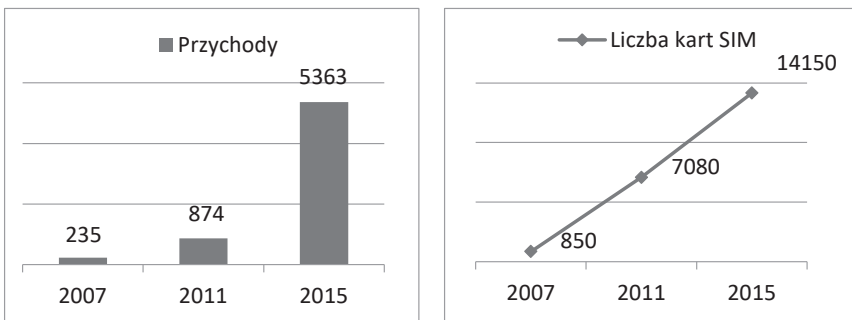
Rys. 4. Udziały głównych operatorów na RTM w Polsce wg liczby aktywnych kart SIM (stan na koniec roku 2015)

Źródło: [GSMonline.pl, 2016].

³ Według stanu na koniec roku 2016 struktura właścicielska firmy PLAY przedstawiała się następująco: Tollerton Investments Limited – 50.3%, Telco Holdings S.à r.l. – 49,7% [Play, 2016].

- Sukces Play jest niewątpliwie powiązany z faktem, iż:
- P4 konkuruje niską ceną (np. w roku 2010 zaoferował nową ofertę pre-paidową „fresh”),
 - prowadzi kampanię porównawczą, informującą, że połączenia z Play do innych sieci są tańsze niż wewnątrz tych sieci)⁴.

Strategia ta dała efekty w postaci szybkiego wzrostu liczby kart SIM i przychodów. Zobrazowano to na rys. 5.



Rys. 5. Wyniki roczne P4 – przychody (w mln) oraz liczba kart SIM (w tys.) w roku 2007, 2010 i 2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [GSMservice.pl, 2008; Interiabiznes.pl, 2012; Play, 2015; DGP, 2010a; Szewczyk, 2011; Telepolis, 2012].

Należy jednak zauważyć, że Play korzystał przez dość długi czas z pewnych preferencji regulacyjnych. Dzięki regulacjom UKE korzystał z wyższych niż konkurenci stawek MTR⁵.

Wzrasta liczba operatorów na polskim RTM. Na rynek wchodzi nowi operatorzy dysponujący własnymi sieciami telekomunikacyjnymi. Należy tu zwłaszcza wymienić firmę Aero2, która rozpoczęła działalność telekomunikacyjną w 2009 roku. Firma ta powiązała się z firmą Centernet (pod koniec 2014 roku) oraz przejęła kontrolę nad spółką Mobyland (w październiku 2015 roku)⁶. Inni operatorzy (tacy jak Dialog) zapowiadali podjęcie działalności w oparciu o własne sieci telekomunikacyjne, [GW, 2010] jednak ostatecznie zdecydowano o rozpoczęciu oferowania usług telefonii komórkowej w oparciu o model operatora wirtualnego.

⁴ Firma Play uważa, iż polskie spółki – Orange, PTE, PLUS przez lata śrubowały ceny dążąc do poprawy rentowności swych właścicieli i stara się ten fakt wykorzystać do wzmocnienia swej pozycji rynkowej [GW, 2008b].

⁵ Mobile Termination Rate, czyli stawka opłaty hurtowej za zakończenie połączenia telefonicznego w ruchomej sieci telefonicznej innego operatora.

⁶ Obydwie te firmy – Centernet i Mobyland – rozpoczęły swoją działalność mniej więcej w tym samym czasie co Aero2. Centernet zamierzał zacząć zarabiać na tej działalności po 3 latach funkcjonowania. Natomiast Mobyland planował uzyskiwanie zysków po około 5–6 latach działalności [WSJ, 2008a].

Przekształcenia RTM w Polsce są także wynikiem pojawienia się operatorów wirtualnych niedysponujących własną siecią i dzierżawiących sieć od operatorów infrastrukturalnych. Głównych operatorów wirtualnych na RTM w Polsce i operatorów dzierżawiących im sieć (operatorów infrastrukturalnych) przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Główni operatorzy wirtualni w Polsce

Operatorzy Wirtualni (Marka – nazwa sieci)	Operatorzy Infrastrukturalni
FM Group Mobile, Klucz Telekomunikacja (Klucz Mobile), Lebara Poland Limited (Lebara Mobile), Lycamobile, Multimedia Polska S.A. (MultiMobile), Nordisk Polska, Polskie Sieci Cyfrowe (W naszej Rodzinie), Premium Mobile, Sat Film, Sferia, Telefonia Dialog (Diallo), Telestrada (Lajt Mobile)	Polkomtel
Toya (ToyaMobilna)	Orange
Ahmes (Izzy Mobile), Inea, ITI Neovosion (nc+ Mobile), Netia, Vectra	P4
Truphone, VikingCo Poland (Mobile Vikings)	P4, T-Mobile
Virgin Mobile	T-Mobile, P4, Orange*
Cyfrowy Polsat	Orange, Polkomtel, T-Mobile, Aero2
Sferia S.A.	realizuje usługi za pomocą cyfrowego łącza radiowego

* Możliwe jest aktywowanie zasięgu sieci Orange po zgłoszeniu przez klienta niedogodności w pozostałych sieciach

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron www operatorów.

Ponadto na polskim rynku pojawiają się tzw. sieci komórkowe alternatywne. Są to usługi operatorów infrastrukturalnych pod obcymi lub alternatywnymi markami, co oznacza, iż operator infrastrukturalny buduje nową sieć dystrybucyjną działającą pod inną, niezależną marką handlową. Główni operatorzy alternatywni na RTM w Polsce są przedstawieni w tabeli 2.

Tabela 2. Główni operatorzy alternatywni w Polsce

Marka sieci	Operator infrastrukturalny
Heyah	T-Mobile
Red Bull Mobile	P4
MTV Mobile	T-Mobile
Nju Mobile	Orange
Plush	Polkomtel

Źródło: [Supersim.pl, 2014].

Pierwszym operatorem wirtualnym na polskim rynku był mBank. Firma ta uruchomiła swoje usługi telefonii komórkowej pod koniec 2006 roku po bardzo szybkim zawarciu umowy o współpracy z Polkomtelem i realizowała strategię oferowania korzystnych usług komórkowych, które były marketingowym wsparciem dla jego podstawowej działalności, tj. działalności bankowej. Pod koniec 2014 roku mBank Mobile zakończył działalność tłumacząc to głównie faktem wyczerpania się definicji „banku w komórce”, która wraz z potrzebami klientów ewoluowała w kierunku bankowości mobilnej [mBank, 2014].

W inny sposób postępowała Mobile Entertainment Company (MEC). Spółka nie oferowała specjalnie niskich cen, ale starała się konsekwentnie budować wizerunek marki Mobilking skierowanej głównie do młodych mężczyzn. Spółka została przejęta przez firmę MNI (spółka notowana na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych) w 2010 roku i zakończyła świadczenie usług w 2012 roku. Natomiast MNI oferuje usługi komórkowe własnym klientom telefonii stacjonarnej oraz niszową markę dla miłośników wróżb.

Ze względu na fakt, że trudno jest operatorom wirtualnym zaproponować konkurencyjne ceny, wielu z nich po wejściu na nasz rynek szybko się z niego wycofało. Taki los spotkał oprócz wymienionych operatorów także takie sieci jak MyAvon czy Carrefour Mova. Spektakularnym przykładem słabej kondycji operatorów wirtualnych był Vectone Mobile, który w październiku 2015 roku zbankrutował po zaledwie kilku tygodniach od rozpoczęcia swojej działalności.

Na obecną chwilę najbardziej prężnie działającym operatorem wirtualnym w Polsce wydaje się być firma Virgin Mobile, która rozpoczęła działalność 22 sierpnia 2012 roku. W marcu 2016 roku sieć miała ponad 400 tys. klientów, a do połowy 2018 roku planuje mieć milion aktywnych kart SIM [Telepolis, 2016].

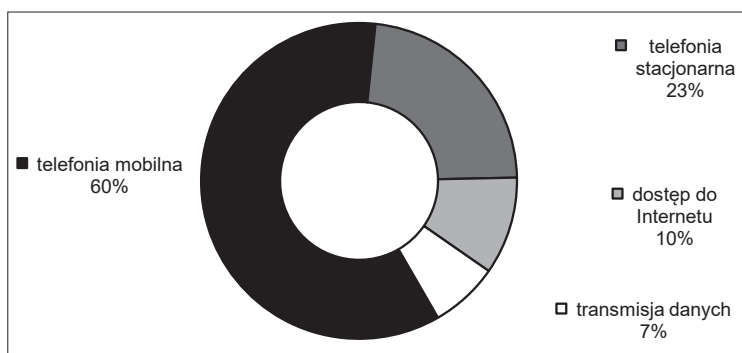
Ogólnie jednak wyniki funkcjonujących na polskim rynku OW trudno uznać za zadowalające. Według stanu na 31 marca 2016 r. udział operatorów wirtualnych w liczbie kart SIM wynosił tylko około 1,5%. Choć jest to i tak spory postęp w stosunku do początkowego okresu pojawiania się tego typu operatorów na polskim RTM, ponieważ czterej gracze, którzy rozpoczęli działalność w 2007 roku zdołali do końca marca 2008 roku zebrać mniej niż 100 tys. klientów. Głównych przyczyn słabej pozycji OW można upatrywać przede wszystkim w braku posiadania:

- odpowiednio rozpoznawalnej marki;
- dobrze rozbudowanej sieci sprzedaży;
- odpowiedniego sprzętu;
- a także w:
 - wysokich opłatach za infrastrukturę techniczną, które stanowią nawet 60–70% wszystkich wydatków,
 - zbyt późnym wejściu OW na rynek (gdy operatorzy infrastrukturalni (OI) mieli już 100-procentową penetrację na rynku),

- tradycjonalizmie polskich klientów, którzy dość niechętnie zmieniają firmę telekomunikacyjną,
- niedostrzeżeniu ruchów konkurencji (szczególnie głośnej kampanii reklamowej Play, która przyćmiła działania innych) [WSJ, 2008b].

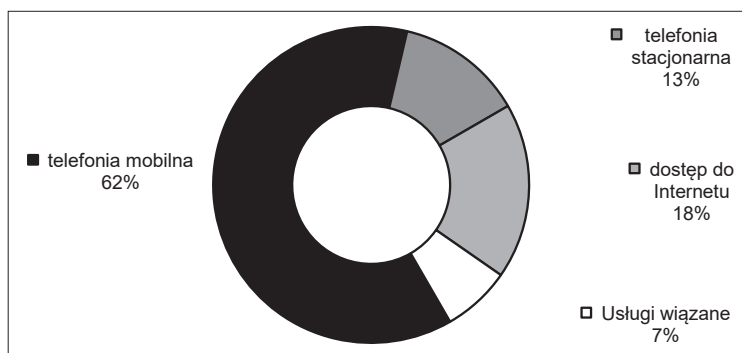
NOWE TRENDY NA POLSKIM RYNKU TELEFONII MOBILNEJ

Informacje na temat rosnącej roli telefonii mobilnej w polskim rynku telekomunikacyjnym prezentuje zestawienie struktury przychodów na tym rynku w roku 2009 i roku 2014 (rys. 6 i 7).



Rys. 6. Struktura przychodów rynku telekomunikacyjnego w Polsce w roku 2009 (w %)

Źródło: [DGP, 2010b].



Rys. 7. Struktura przychodów rynku telekomunikacyjnego w Polsce w roku 2014 (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [UKE, 2014].

Przedstawione dane wskazują na:

- dominującą rolę segmentu telefonii mobilnej, na którą przypada ponad połowa wartości polskiego rynku telekomunikacyjnego,

- stagnacyjny, a nawet kurczący się udział telefonii stacjonarnej,
- rozwijający się rynek dostępu do Internetu.

Charakterystyczne przy tym jest, że główni operatorzy telefonii mobilnej w Polsce dostrzegają malejące szanse zwiększenia dochodów z tradycyjnych usług, takich jak rozmowy głosowe i SMS-y. Koncentrowanie się na świadczeniu tych usług nie pozwoliłoby operatorom mobilnym na rynkowe wyróżnienie się, a nawet prowadziłyby do uznania ich za firmy mało innowacyjne.

Uwzględniając te czynniki operatorzy telefonii mobilnej w Polsce poszukują dodatkowych źródeł przychodów, kładąc nacisk na rozwój:

- dostępu do Internetu,
- usług online.

Silne angażowanie się operatorów telefonii mobilnej w Internet wynika z własnych ocen rozwoju rynku⁷ i prognoz sporządzanych przez analityków rynkowych⁸.

Obok podejmowania inwestycji w rozwój Internetu i transmisji danych można też zaobserwować rozwój kooperacji między operatorami telefonii mobilnej w Polsce. Jej przykładami są:

- coraz silniejsza współpraca operatorów PLUS i PLAY, dotycząca użytkowania sieci,
- porozumienie T-MOBILE oraz ORANGE o budowie wspólnej infrastruktury sieciowej [Gwiżdowski, 2011].

Występujące na polskim rynku telefonii mobilnej nowe trendy ukierunkowane są na:

- zdobycie przez operatorów nowych kompetencji pozwalających na świadczenie szerokiej palety usług,
- racjonalizowanie kosztów tworzenia infrastruktury sieciowej przez podejmowanie wspólnych inwestycji.

PODSUMOWANIE

Działania podejmowane na polskim rynku przez operatorów telefonii mobilnej zmierzają przede wszystkim do rozbudowywania sieci dostępu do Internetu oraz rozwijania współpracy międzyoperatorskiej. Pozwala to:

- poszerzać ofertę usługową tych operatorów,
- racjonalizować koszty ich działalności.

⁷ W roku 2015 w Polsce było 6,6 mln użytkowników mobilnego Internetu [UKE, 2015].

⁸ Na przykład – według prognoz z roku 2010 – zdaniem firmy badawczej AUDYTEL w Polsce z mobilnego Internetu w roku 2015 miało korzystać 8,0 mln użytkowników. Inna firma badająca ten rynek – Nokia Siemens Network Polska uważała w tym samym czasie, że w roku 2015 będzie w Polsce 27,0 mln użytkowników mobilnego Internetu [Fura, 2011].

Uwzględniając rosnący popyt na usługi internetowe i transmisji danych jak też prognozowany dalszy wzrost tego popytu, są to działania właściwe. Efekty tych działań powinny przyczynić się do poprawy konkurencyjności polskiej gospodarki i poprawy pozycji Polski w publikowanych międzynarodowych rankingach na temat dostępu mieszkańców do Internetu oraz wykorzystywania Internetu w działalności gospodarczej.

BIBLIOGRAFIA

- Audytel, 2015, *Pytania o przyszłość polskiego rynku komunikacji elektronicznej*, <https://www.audytel.pl/przyszlosc-polskiego-ryнку-komunikacji-elektronicznej/> (dostęp: 08.06.2016 r.).
- DGP, 2010a, „Dziennik Gazeta Prawna” z 21.01.2010 r.
- DGP, 2010b, „Dziennik Gazeta Prawna” z 23.02.2010 r.
- Fura, 2011, *Rozmowy i SMS-y operatorom nie wystarczą, więc przyspieszają Internet*, „Dziennik Gazeta Prawna” z 13.01.2011 r.
- GW, 2008a, *TP SA gra brzydko, bo się nas obawia*, „Gazeta Wyborcza” z 17.11.2008 r.
- GW, 2008b, *Rozmowa z Chrisem Bannisterem, prezesem Spółki P4*, „Gazeta Wyborcza” z 17.11.2008 r.
- GW, 2010, „Gazeta Wyborcza” z 29.01.2010 r.
- Gwiazdowski R., 2011, *Dobry moment na zmianę w Polkomtelu*, „Rzeczpospolita” (ekonomia&rynek) z 15.07.2011 r.
- GoMobi.pl, 2011, Łukasz Kłosowski, *GUS podał aktualną liczbę aktywnych kart SIM*, <http://gomobi.pl/news/GUS-podal-aktualna-liczbe-aktywnych-kart-SIM> (dostęp: 06.06.2016 r.).
- GSMonline.pl, 2010, http://gsmonline.pl/portal/news/news.jsp?s0n_id=23171 (dostęp: 20.09.2010 r.).
- GSMonline.pl, 2016, <http://gsmonline.pl/artykuly/ilu-klientow-ma-play-orange-plus-tmobile> (dostęp: 6.06.2016 r.).
- GSMservice.pl, 2008, *Wyniki operatora PLAY w 2007 roku*, http://www.gsm.service.pl/3425,Wyniki_operatora_PLAY_w_2007_roku,news.html (dostęp: 17.06.2016 r.).
- Interiabiznes.pl, 2012, *Przychody Play wzrosły w 2011 r. o ponad 33 proc.*, <http://biznes.interia.pl/wiadomosci/news/przychody-play-wzrosly-w-2011-r-o-ponad-33-proc,1765529,4199> (dostęp: 17.06.2016 r.).
- Media & Marketing Polska, 2008, *Ostatni nie znaczy najslabszy*, Media & Marketing Polska z 9–15 kwietnia.
- Media2.pl, 2011, <http://media2.pl/telekomunikacja/75679-Komorki-Orange-liderem-Play-szybko-rosnie.html> (dostęp: 6.06.2016 r.).
- mBank, 2014, Biuro prasowe mBanku, <http://media-mbank.pl/pr/288671/operator-komorkowy-mbank-mobile-konczy-dzialalnosc> (dostęp: 10.07.2016 r.).
- Orange, 2016, <http://www.orange-ir.pl/shares/ownership-structure> (dostęp: 6.06.2016 r.).
- Polkomtel, 2016, http://www.polkomtel.com.pl/polkomtel_sa/wladze/akcjonariusze/Default.aspx (dostęp: 6.06.2016 r.).

- Play, 2015, *Komunikat prasowy – wyniki Play za rok 2015*, <https://blogplay.pl/2016/02/wyniki-play-za-rok-2015-komunikat-prasowy/> (dostęp: 07.07.2016 r.).
- Play, 2016, (<http://p4.play.pl/pl/#!/o-firmie/wartosci-firmy>) (dostęp: 24.06.2016 r.).
- Rfbenchmark, 2016, <http://www.rfbenchmark.pl/wyniki-play-za-q1-2016/> (dostęp: 07.07.2016 r.).
- Supersim.pl, 2014, *Sieci komórkowe w Polsce*, <http://super-sim.pl/sieci-komorkowe-w-polsce>, (dostęp: 15.07.2016 r.).
- Szewczyk Ł., 2011, *Komórki: Orange liderem, Play szybko rośnie*, <http://media2.pl/telekomunikacja/75679-Komorki-Orange-liderem-Play-szybko-rosnie.html> (dostęp: 07.07.2016 r.).
- Telekomy walczą o biznes*, „Dziennik Gazeta Prawna” z 5 marca 2015 r., nr 44.
- Telepolis, 2012, *Raport: pełny obraz polskiego rynku kart SIM w 2011 roku*, <http://www.telepolis.pl/wiadomosci/raport-pełny-obraz-polskiego-ryнку-kart-sim-w-2011-roku,2,3,24631.html> (dostęp: 16.07.2016 r.).
- Telepolis, 2016, *Virgin Mobile: dopiero się rozkręcamy*, <http://www.telepolis.pl/wiadomosci/virgin-mobile-dopiero-sie-rozkrecamy,2,3,36287.html> (dostęp: 15.06.2016 r.).
- T-Mobile, 2016, http://firma.t-mobile.pl/pl/o-firmie/rada_nadzorcza_i_akcjonariusze (dostęp: 8.06.2016 r.).
- UKE, 2014, *Raport o stanie Rynku Telekomunikacyjnego w Polsce 2014*, UKE https://www.uke.gov.pl/files/?id_plik=20069 (dostęp: 10.07.2016 r.).
- UKE, 2015, *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2015 roku*, https://www.uke.gov.pl/files/?id_plik=23480 (dostęp: 23.06.2016 r.).
- WSJ, 2008a, *Operatorzy mobilni szykują się do walki o utrzymanie klientów*, Wall Street Journal Polska z 2.01.2008 r.
- WSJ, 2008b, *Porażka wirtualnych operatorów*, Word Street Journal Polska z 27.02.08 r.
- Zielińska U., 2015, *GUS o rynku kart SIM w 2015 r.: w IV kw. ubyło 2,78 mln kart*, <http://rpkom.pl/artukul/1253881.html> (dostęp: 06.06.2016 r.).

Streszczenie

W artykule przedstawiono rynek telefonii komórkowej w Polsce, jak również podstawowe kierunki jego przekształceń. Główną jego cechą jest dynamiczny wzrost mierzony liczbą aktywnych kart SIM na 100 mieszkańców.

Rynek ten charakteryzował się przez długi czas także dominacją trzech operatorów, z których każdy miał ponad 30-procentowy udział w rynku. Mimo istniejącego oligopolu od roku 2006 na polskim rynku telefonii komórkowej pojawiają się zarówno nowi operatorzy budujący własną sieć, jak też operatorzy wirtualni.

W artykule wskazano na rosnącą pozycję rynkową nowego operatora budującego sieć (firma PLAY) i strategię biznesową tej firmy. Przedstawiono też powody stosunkowo słabej pozycji operatorów wirtualnych.

Na koniec wskazano podstawowe czynniki, które mogłyby przyspieszyć dalsze przekształcenia rynku telefonii komórkowej w Polsce.

Słowa kluczowe: telekomunikacja, rynek telefonii mobilnej, Polska

Main trends and direction of changes on the Polish Communication Market

Summary

The article presents the mobile communication market in Poland as well as the basic directions of its transformation. The main feature of this market is the dynamic growth measured by the number of active SIM cards per 100 inhabitants.

This market was long characterized by the domination of three operators, each of which had more than 30% market share. Despite the existing oligopoly since 2006 on the Polish communication market appear new mobile network operators as well as virtual ones.

The article indicates the growing market position of the new network operator (the company PLAY) and the business strategy of the company. It also presents the reasons for the relatively weak position of virtual operators.

At the end some basic factors that could accelerate the further transformation of the communication market in Poland were indicated.

Keywords: telecommunication, mobile Communications market, Poland

JEL: L96, D83, D47