

Strategia regulacyjna Prezesa UKE na lata 2008-2010

Warszawa, 2008 r.

Spis treści

Spis treści.....	2
1. Opis polskiego rynku telekomunikacyjnego.....	4
1.1. Telefonía stacjonarna	4
1.2. Telefonía ruchoma	7
1.3. Internet.....	9
2. Trendy regulacyjne i rynkowe w Europie i na świecie oraz ich implikacje dla rynku polskiego	15
2.1. Cele i wymagania UE w obszarze regulacji.....	15
2.2. Wytyczne UE w zakresie budowy społeczeństwa informacyjnego.....	16
2.3. Regulator zunifikowany	17
2.4. Stymulacja inwestycji	20
2.4.1. Sposoby finansowania inwestycji telekomunikacyjnych na świecie.....	20
2.4.2. Rola samorządów w procesach inwestycyjnych i potrzeba ich uświadamiania oraz edukowania	22
2.4.3. Rola regulatorów w procesach inwestycyjnych	23
2.5. Euro 2012	24
3. Główne cele strategiczne Prezesa UKE na lata 2008-2010	27
3.1. Stymulowanie konkurencyjności.....	27
3.2. Ochrona konsumenta	28
3.3. Rozwój nowych produktów i technologii	28
3.4. Obniżenie cen	28
3.5. Wzrost fizycznej dostępności usług poprzez stymulowanie inwestycji w infrastrukturę	29
3.6. Promocja Polski jako kraju przyjaznego inwestorom.....	29
3.7. Działania realizujące cele strategiczne Prezesa UKE	30
4. Harmonogram realizacji strategii	32
4.1. Działania mierzalne (bezpośrednie)	32
4.1.1. Podniesienie dostępności usługi powszechnej	32
4.1.2. Podniesienie dostępności szerokopasmowego Internetu oraz nowych usług i pakietów usługowych.....	33
4.1.3. Podniesienie dostępności usług komórkowych poprzez obniżenie cen na rynku telefonii komórkowej	36

4.1.4. Podniesienie dostępności konkurencyjnych ofert poprzez usuwanie barier i redukcja kosztów zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych	37
4.1.5. Podniesienie dostępności nowych usług poprzez maksymalizację wykorzystania częstotliwości	38
4.2. Działania trudno mierzalne (pośrednie).....	41
4.2.1. Podnoszenie jakości świadczonych usług i ochrona konsumentów na rynkach telefonii komórkowej, stacjonarnej oraz dostępu do Internetu.....	41
4.2.2. Podnoszenie świadomości klientów i edukacja w zakresie dostępnych produktów i przysługujących im praw	42
4.2.3. Poprawa przejrzystości i zgodności z prawem ofert na usługi telekomunikacyjne	42
5. Prognozowane efekty wdrożenia strategii oraz estymowany stan polskiego rynku telekomunikacyjnego w 2010 roku	44
5.1. Telefonía stacjonarna	44
5.2. Telefonía ruchoma	45
5.3. Internet.....	45
Spis używanych skrótów	47

1. Opis polskiego rynku telekomunikacyjnego

1.1. Telefonia stacjonarna

Pomimo błyskawicznego rozwoju rynku telefonii komórkowej i dostępu do Internetu, telefonia stacjonarna nadal pozostaje bardzo ważnym narzędziem komunikacji społecznej.

Przygotowana przez UKE na początku lutego 2008 r. „Analiza wykonania strategii regulacyjnej za lata 2006-2007” obrazuje zmiany, jakie zaszły w ciągu ostatnich kilku lat na polskim rynku telefonii stacjonarnej, która stopniowo ustępuje pola telefonii komórkowej oraz Internetowi. Zmniejsza się liczba użytkowników telefonii stacjonarnej oraz liczba obsługiwanych przez operatorów telekomunikacyjnych linii telefonicznych.

Jednocześnie obniżył się poziom cen usług telefonii stacjonarnej (liczony jako wielkość przychodów dzielona przez ilość minut połączeń). Klienci dodatkowo mają coraz większą możliwość wyboru oferty oraz operatora. A operatorzy, konkurując między sobą o klienta, oferują coraz ciekawsze propozycje taryfowe¹.

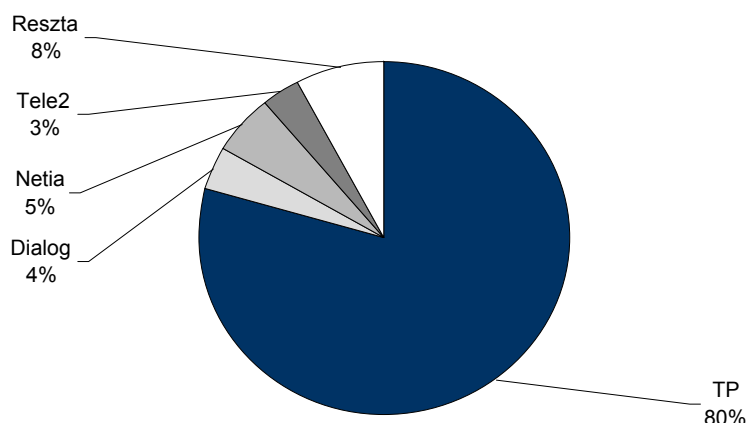
Zgodnie z danymi zebranymi w „Analizie wykonania strategii regulacyjnej”, krajowi operatorzy świadczyli usługi telefoniczne w sieci stacjonarnej dla nieco ponad 10 mln użytkowników końcowych (dane na koniec trzeciego kwartału 2007 r.). Liczba klientów zmniejszyła się o ok. 10% w stosunku do 2006 r. A liczba obsługiwanych linii telefonicznych wyniosła ponad 8 mln, co oznaczało spadek w stosunku do 2006 r. o ok. 8,6%.

Telekomunikacja Polska S.A. od lat pozostaje niekwestionowanym liderem rynku usług telefonii stacjonarnej. Jako operator zasiedziały posiada pozycję dominującą we wszystkich segmentach tego rynku, jednak widoczny już jest postępujący spadek udziału Telekomunikacji Polskiej S.A. w rynku usług telefonii stacjonarnej na rzecz operatorów alternatywnych.

Na koniec trzeciego kwartału 2007 r. operator zasiedziały posiadał ok. 80% udziału w przychodach z usług telefonicznych w sieci stacjonarnej.

¹ W związku z tym, iż ankieta, w oparciu o którą powstała analiza, o której mowa powyżej, została przygotowana przed zakończeniem roku 2007, nie było możliwe uzyskanie danych za cały rok 2007. Przedstawione dane dotyczą zatem bądź to okresu od 2005 r. do końca trzeciego kwartału 2007 r., bądź jedynie tego ostatniego.

Przychody z usług telefonicznych w sieci stacjonarnej B2B i B2C łącznie – podział procentowy na koniec 3. kwartału 2007 r.

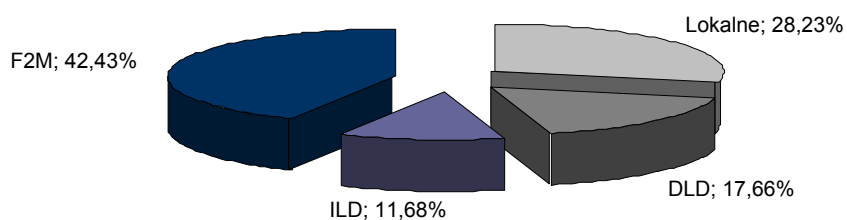


Źródło: UKE na podstawie danych operatorów. Brak danych dla TP za 3. kwartał – wartość szacowana przez UKE

Netia - kolejny operator - zdobyła 5% rynku, a spółki Telefonii Dialog i Tele2 posiadały odpowiednio 4% i 3% udziału. Łączny udział pozostałych operatorów wyniósł blisko 8%.

Jeśli chodzi o strukturę udziałów operatorów telefonii stacjonarnej w przychodach z połączeń wychodzących, to najwyższy udział dotyczył połączeń wychodzących do telefonii komórkowej i wyniósł ponad 42%. Przychody z połączeń lokalnych stanowiły ok. 28%, natomiast najmniej operatorzy zarobili na usługach z połączeń międzynarodowych (prawie 12%).

Struktura połączeń według przychodów w 3. kwartale 2007 r.

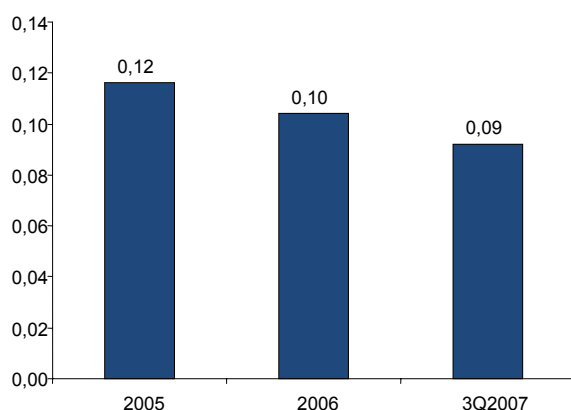
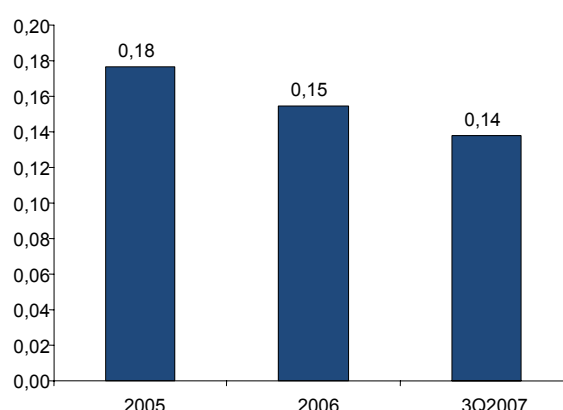


Źródło: UKE na podstawie danych operatorów

Najwyższy udział operatora zasiedziałego dotyczył połączeń lokalnych, gdzie TP uzyskała 77% rynku. Udział trzech operatorów alternatywnych kształtował się następująco: Tele2 – 7%, Netia – 6% i Dialog – 5%. Najkorzystniejsza dla operatorów alternatywnych struktura udziałów w przychodach z połączeń wychodzących dotyczyła połączeń międzynarodowych, gdzie TP posiadała 69% rynku, natomiast przychody kolejnego gracza, Netii, znajdowały się na poziomie 9%.

Analizując rynek usług telefonii stacjonarnej, nie sposób nie wspomnieć o procesie kształtowania się cen na te usługi. Coraz mniej planów taryfowych krajowych operatorów zawiera proste cenniki, w których w ramach abonamentu nie występują żadne darmowe minuty. Stąd też analiza cen za połączenia, zawartych w cennikach, nie daje poglądu na rzeczywiste kształtowanie się cen. Większość bowiem planów taryfowych zawiera atrakcyjne usługi typu 2000 minut „za darmo” czy też „darmowe wieczory i weekendy” w ramach abonamentu. Taka sytuacja jest wynikiem walki operatorów telekomunikacyjnych o klienta. Do analizy cen połączeń przyjęto zatem średnią cenę liczoną jako średnie przychody operatorów na minutę połączenia. Dane zaczerpnięto ze wspomnianej wcześniej analizy.

Obliczony w ten sposób średni przychód na minutę połączenia lokalnego w okresie 2005 r. - 3. kwartał 2007 charakteryzował się spadkiem. W 2007 r. wyniósł 9 groszy i był niższy niż rok wcześniej o ok. 10%.

Średnia cena za minutę połączenia lokalnego w latach 2005 – 2007 (PLN)**Średnia cena za minutę połączenia międzystrefowego w latach 2005-2007 (PLN)**

Źródło: Opracowanie własne UKE na podstawie danych przesłanych przez operatorów

Podobny spadek średnich cen dotyczył połączeń międzystrefowych. Średni przychód za minutę połączenia w 2007 r. kształtował się na poziomie 14 groszy, co oznaczało spadek w stosunku do 2006 r. o ok. 6,7%.

Ceny połączeń międzynarodowych na koniec 2007 r. również zmalały w porównaniu do roku 2006 i roku 2005. Jednakże w tym wypadku spadek średniej ceny był dużo niższy niż w przypadku połączeń lokalnych i międzystrefowych. Średnia cena za minutę połączenia międzynarodowego w szczycie w dzień roboczy wyniosła na koniec 2007 r. 1,04 zł i zmniejszyła się w stosunku do roku 2006 o ok. 2% oraz w stosunku do roku 2005 o nieco ponad 7%.

Zgodnie z wynikami „Analizy wykonania strategii regulacyjnej” w zakresie cen połączeń F2M (fixed-to-mobile) również nastąpił spadek cen połączeń. Porównując wielkość przychodów osiągniętych przez operatorów ze połączeń F2M z wolumenem ruchu w tym zakresie czyli z całkowitą liczbą minut połączeń F2M obliczono średnią cenę za połączenia F2M dla roku 2005 i 2007: średnia cena za 1 minutę połączenia F2M tak obliczona była niższa o nieco ponad 5% w porównaniu ze średnią ceną w 2005 roku i wynosiła ok. 0,86 zł.

1.2. Telefonía ruchoma

W 2007 r. na krajowym rynku telefonii ruchomej zadebiutowało czterech kolejnych dostawców usług:

- P4 Sp. z o.o. (operator marki Play)
- Wirtualna Polska S.A. (WPmobi)
- AVON
- MNI S.A. (Simfonia, Ezo)

Uwzględniając dotychczasowych dostawców:

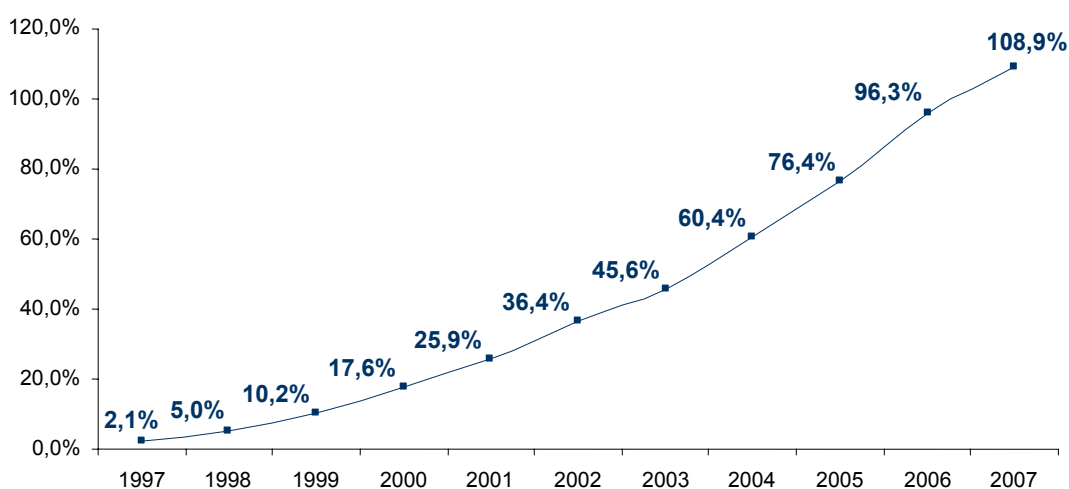
- PTK Centertel Sp. z o.o. (Orange)

- PTC Sp. z o.o. (Era, Tak Tak, Heyah)
- Polkomtel S.A. (Plus, Simplus, Sami Swoi)
- emFinanse Sp. z o.o. (mBank mobile) – debiut w grudniu 2006 r.,

na polskim rynku telefonii ruchomej wg stanu na 31 grudnia 2007 r. działało 8 operatorów (4 MNO i 4 MVNO-SP).

Po stronie popytowej rok 2007 charakteryzował się dynamicznym wzrostem penetracji, która na koniec roku oscylowała wokół poziomu 108,9%, co daje roczny wzrost na poziomie 12,6 %.

Stopień penetracji usług telefonii komórkowej w latach 1997-2007 (w %)



Źródło: dane UKE oraz Weekly Bulletin 04/2008

W przypadku penetracji rynku należy pamiętać, iż rzeczywista penetracja (tj. z wyłączeniem nieużywanych kart pre-paid) jest niższa od ogólnie znanej. Wg wstępnych szacunków UKE liczba tego typu nieaktywnych kart SIM oscyluje w przedziale 4 – 6 mln, co przy przyjętych przez UKE założeniach wstępnych (nieaktywny użytkownik – nie zrealizował żadnych płatnych usług wychodzących, ani nie odebrał żadnych usług przychodzących w okresie 3 kolejnych miesięcy) może obniżyć penetrację o 10,5%-15,5% na koniec 2007 r.

Wg danych na koniec 3. kwartału 2007 r. użytkownicy telefonii ruchomej zrealizowali 17,1 mld połączeń, które łącznie trwały 27,3 mld minut. Statystyczny polski użytkownik wykonał więc w ciągu trzech kwartałów 2007 r. średnio ok. 433 połączenia, które łącznie trwały średnio ok. 691 minut. Statystyczne jedno połączenie trwało więc 1,6 minuty.

Średnie ceny połączeń głosowych w latach 2005-2007 charakteryzowały się zdecydowanym spadkiem. W zależności od typu klienta - klient abonamentowy indywidualny, klient abonamentowy biznesowy oraz klient usług pre-paid - spadki cen za połączenia głosowe wyniosły odpowiednio 46%, 32% i 35%.

Preferencje użytkowników telefonii ruchomej nie zmieniły się w porównaniu z poprzednimi latami. Decydującym kryterium przy wyborze oferty operatora pozostaje wciąż cena (67,5%

badanych na zlecenie UKE konsumentów wskazało to kryterium jako najważniejsze), a w dalszej kolejności są to rabaty i promocje (63,5% respondentów).

Istotnym wydarzeniem było wprowadzenie Eurotaryfy (tj. regulowanych stawek połączeń głosowych w roamingu międzynarodowym w ramach Unii Europejskiej), która umożliwiła Polakom podróżującym do innych krajów Europy realizację połączeń na poziomie nie przekraczającym 0,49 EUR/min oraz odbieranie połączeń na poziomie nie przekraczającym 0,24 EUR/min.

Rok 2007 upłynął pod znakiem rozwoju technologii mobilnych. Firma mPay udostępniła klientom Polkomtel S.A. usługę płatności przez telefon. A główni gracze - PTK Centertel Sp. z o.o., PTC Sp. z o.o., Polkomtel S.A. oraz rynkowy debiutant P4 Sp. z o.o. podpisali list intencyjny w sprawie współpracy nad wspólnym standardem usług mobilnych (m.in. płatności i telewizji mobilnej). Na rynku w coraz większym stopniu zaczęły pojawiać się zaawansowane technicznie aparaty telefoniczne, w tym tzw. smartphoney, łączące funkcje telefonu i komputera.

Głośnym echem na rynku telefonii ruchomej odbił się marcowy debiut P4 Sp. z o.o. Wg danych operatora na przełomie 2007 i 2008 r. z sieci Play korzystało ponad 1 mln klientów.

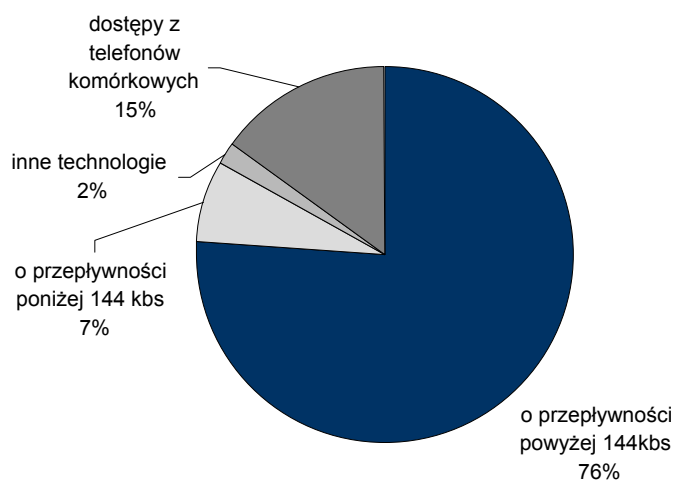
1.3. Internet

Na koniec trzeciego kwartału 2007 r. łączna liczba klientów indywidualnych i biznesowych korzystających z usługi dostępu do Internetu za pomocą łącza szerokopasmowego wyniosła ponad 3,15 mln.

Dane przedstawione przez UKE w „Analizie wykonania strategii regulacyjnej za lata 2006-2007” bardzo wyraźnie pokazują zmiany, jakie nastąpiły w ostatnich latach na rynku internetowym w Polsce. Zmianie uległa m. in. struktura łączy dostępu do Internetu, dostępne przepływności oraz ceny. Wpływ na sytuację na tym rynku miały w dużej mierze umowy BSA, które spowodowały spadek cen dostępu do Internetu.

Na koniec września 2007 r. ogólna liczba linii z różnymi rodzajami dostępu (nie tylko szerokopasmowego) wyniosła ponad 4 mln. Jest to zatem ponad 100% więcej niż w 2005 r. Zmieniła się także struktura samych linii. W sektorze indywidualnym dostęp realizowany poprzez łącze DSL i linie telewizji kablowej o przepływności powyżej 144 kbit/s zwiększył się do 76%. Z kolei bardzo duży spadek miał miejsce w przypadku dostępu o przepływności poniżej 144 kbit/s i jego udział obecnie wynosi 7%. Tendencja spadkowa udziałów tej kategorii dostępu świadczy o zmianie preferencji użytkownika końcowego, który wykazuje coraz większe zainteresowanie łączami o większej przepływności. Klienci praktycznie całkowicie odeszli już od łączenia się z Internetem za pomocą technologii dial-up. W analizowanym okresie wyraźnie natomiast widać wzrost udziału dostępu realizowanego poprzez sieci komórkowe, który na koniec 3 kwartału 2007 r. wyniósł 15%.

Udział typów łączy w całkowitej liczbie dostępów do Internetu na rynku B2C, 3. kwartał 2007 r.

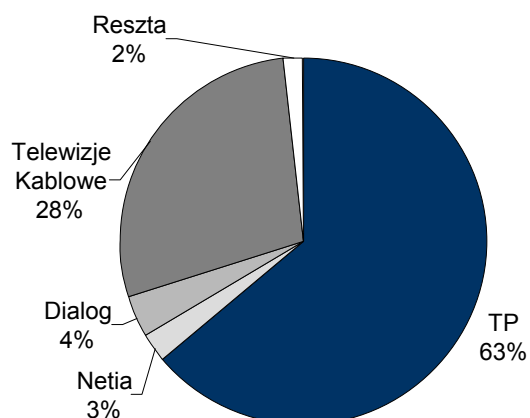


* Do dostawców B2C przez telefony komórkowe zaliczone zostały również karty SIM użytkowane przez pracowników firm z abonamentem typu Blueconnect, Orange Free oraz iPlus

Źródło: UKE na podstawie danych operatorów, szacunki UKE

Infrastruktura sieci DSL oraz telewizji kablowej jest najszybciej rozwijającą się technologią dostępu szerokopasmowego, zaś udział poszczególnych operatorów w liczbie linii DSL i telewizji kablowej jest mocno ustabilizowany. Po trzech kwartałach 2007 r. wynosił 63% dla TP S.A., 28% dla operatorów telewizji kablowych, Dialog uzyskał 4%, a Netia 3%.

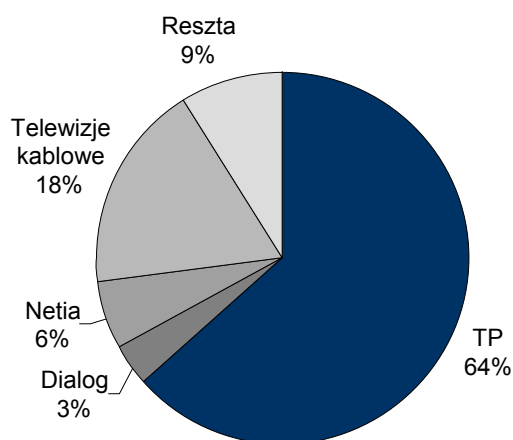
Udział w liczbie linii DSL i telewizji kablowej wykorzystywanych do świadczenia usługi dostępu do Internetu o przepływności powyżej 144kbs, 3. kwartał 2007 r.



Źródło: UKE na podstawie danych operatorów

Wraz ze wzrostem liczby użytkowników końcowych i pojawianiem się nowych usług dostępu do sieci internetowej, wielkość przychodów polskiego rynku internetowego ciągle się zwiększa. W 3. kwartale 2007 r. największy udział w przychodach zanotowała TP S.A. (64%). Na kolejnym miejscu znalazły się telewizje kablowe z 18% udziałem. Telefonia Dialog S.A. posiadała 3%, a Netia S.A. 6% udziału.

Udział w całości przychodów operatorów z tytułu świadczenia usług dostępu do Internetu, 3. kwartał 2007 r.

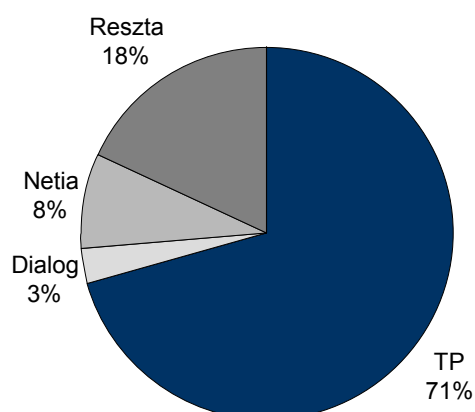


Źródło: UKE na podstawie danych operatorów

O ile w udziale w przychodach z tytułu świadczenia usług dostępu do Internetu różnica między operatorem zasiedziałym a pozostałymi operatorami powoli się zmniejsza, o tyle w przypadku przychodów związanych z transmisją danych różnica jest nadal bardzo wyraźna.

Na koniec września 2007 r. udział w przychodach z transmisji danych TP S.A. wyniósł 71%. Udziały Netii S.A. oraz Telefonii Dialog S.A. były dużo niższe i wyniosły odpowiednio 8% i 3%. Pozostali przedsiębiorcy podzielili między siebie przychód, który stanowił 18% całości przychodów uzyskanych z transmisji danych w sieci stacjonarnej.

Przychody z transmisji danych w sieci stacjonarnej, B2B i B2C łącznie – podział procentowy, koniec 3. kwartału 2007 r.

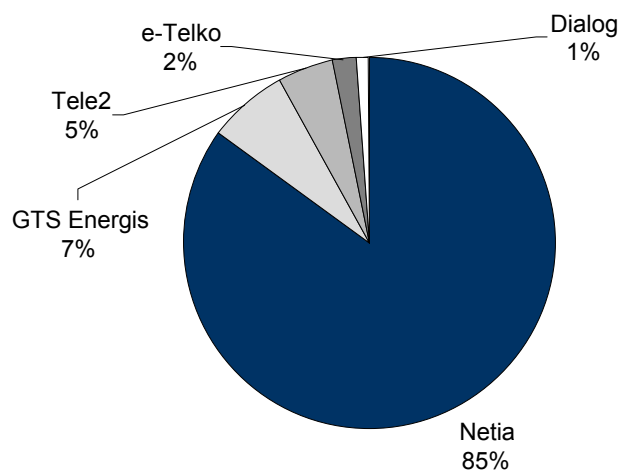


TP obejmuje również dial-up poza-ryczałtowy

Źródło: UKE na podstawie danych operatorów

Jednym z działań UKE w obrębie rynku internetowego było wprowadzenie na rynek linii BSA. Na koniec roku 2007 na polskim rynku było ich ponad 100 tys. Pierwsze tego typu umowy zostały podpisane z TP S.A. na początku 2007 r. Największą liczbę użytkowników BSA posiada obecnie Netia S.A. z 85% udziałem (po 3 kwartałach 2007). GTS Energis ma 7% udziału, a Tele2 5%. Należy spodziewać się dalszego bardzo szybkiego przyrostu tego rodzaju dostępu, co powinno przyczynić się do zwiększenia konkurencyjności, a co za tym idzie dalszego spadku cen za dostęp do Internetu.

Udział w całości użytkowników korzystających z usługi BSA



Źródło: UKE na podstawie danych operatorów

[0]

2. Trendy regulacyjne i rynkowe w Europie i na świecie oraz ich implikacje dla rynku polskiego

2.1. Cele i wymagania UE w obszarze regulacji

Polska jako członek Unii Europejskiej musi funkcjonować zgodnie z zasadami w niej panującymi. Dyrektywy Unii Europejskiej określają m.in. cele i zasady prowadzenia polityki regulacyjnej rynku telekomunikacyjnego. Wskazują one oczekiwania Unii Europejskiej w zakresie działań regulatorów narodowych i stanowią ważny element determinujący strategię Prezesa UKE. Zdefiniowane przez UE wytyczne w zakresie regulacji rynków elektronicznych dotyczą czterech głównych obszarów:

- Stymulowania konkurencyjności
- Rozbudowy infrastruktury telekomunikacyjnej
- Ochrony konsumentów
- Zapewnienia odpowiedniego poziomu cen usług telekomunikacyjnych

W obszarze **stymulowania konkurencyjności** UE zaleca następujące działania:

- Wspieranie konkurencji w dziedzinie udostępniania sieci i usług łączności elektronicznej oraz urządzeń towarzyszących i usług przez krajowe organy regulacyjne, m.in. zapewnienie, by użytkownicy czerpali maksymalne korzyści, jeżeli chodzi o różnorodność, ceny i jakość usług; zapewnienie, że nie występuje zniekształcenie czy ograniczenie konkurencji w sektorze łączności elektronicznej
- Usuwanie istniejących barier rynkowych w zakresie udostępniania sieci i usług łączności elektronicznej, urządzeń towarzyszących i usług oraz usług łączności elektronicznej na szczeblu wspólnotowym
- Zapewnienie, że nie występuje dyskryminacja w traktowaniu przedsiębiorstw udostępniających sieci i usługi łączności elektronicznej
- Wspieranie, skuteczne wykorzystywanie oraz zarządzanie radiowymi częstotliwościami i zasobami numeracyjnymi

Zalecenia w obszarze **rozbudowy infrastruktury** dotyczą:

- Wspierania efektywnego inwestowania w dziedzinie infrastruktury oraz promowania technologii innowacyjnych
- Harmonizacji i uproszczenia zasad i warunków udzielania zezwoleń w obszarze sieci i usług łączności elektronicznej

Wytyczne z zakresu **ochrony konsumentów** koncentrują się na:

- Zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów w ich relacjach z dostawcami
- Zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony danych osobowych i prywatności
- Promowaniu przejrzystości informacji, w szczególności poprzez ustanowienie wymogu jawności cen i warunków użytkowania publicznie dostępnych usług łączności elektronicznej

Natomiast w zakresie zapewnienia odpowiedniego poziomu cen usług telekomunikacyjnych UE rekomenduje:

- Zapewnienie, aby usługi dostarczane przez przedsiębiorstwa o znaczącej sile rynkowej odzwierciedlały koszty (krajowe organy regulacyjne powinny być uprawnione do nałożenia, jako środek ostateczny i po należyтым rozpatrzeniu, regulacji detalicznych na przedsiębiorstwo o znaczącej sile rynkowej)
- Zapewnienie wszystkim użytkownikom końcowym określonego minimalnego zestawu usług po przystępnej cenie na ich terytorium, niezależnie od ich umiejscowienia geograficznego

2.2. Wytyczne UE w zakresie budowy społeczeństwa informacyjnego

Kolejnym elementem, który determinuje działania Prezesa UKE, jest strategia budowy społeczeństwa informacyjnego w Unii Europejskiej. Zakłada ona stworzenie jednej europejskiej przestrzeni informacyjnej, realizację inwestycji w rozwój infrastruktury i badania ICT, zapewnienie społeczeństwu odpowiedniego poziomu usług publicznych, lepszej jakości życia oraz możliwości uczestnictwa w życiu państwa i korzystania z oferowanych przez nie świadczeń. Bardziej szczegółowe wytyczne co do budowy społeczeństwa informacyjnego zostały zawarte w opisie inicjatywy „i2010”. Wiele z zaproponowanych tam działań wymaga wsparcia ze strony narodowych regulatorów. Prezes UKE powinien swoją aktywnością dążyć do realizacji założeń inicjatywy „i2010” w obszarach, które są w zakresie jego kompetencji.

Głównymi wyzwaniem dla regulatorów wynikającymi z inicjatywy „i2010” są:

- Rozwój ICT poprzez zapewnienie konkurencyjności i inwestycje
- Rozwój sieci szerokopasmowego dostępu do Internetu
- Tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi konkurencyjnych usług konwergentnych
- Zapewnienie społeczeństwu szerokiego dostępu do pożądaných treści dzięki zaawansowanym technologiom
- Stymulowanie innowacji i badań w obszarze ICT
- Promowanie standaryzacji w obszarze ICT
- Zapewnienie dostępności usług publicznych poprzez Internet (e-Government, e-Health, e-Learning, e-Procurement)
- Wzrost penetracji ICT wśród społeczeństwa
- Zwiększenie umiejętności i świadomości społeczeństwa w zakresie wykorzystania ICT
- Zapewnienie bezpieczeństwa w Internecie i innych sieciach komunikacyjnych i podniesienie zaufania do nowych technologii
- Usuwanie barier nie pozwalających obywatelom na uczestnictwo w społeczeństwie informacyjnym

2.3. Regulator zunifikowany

Środowisko regulacyjne w Europie i na świecie podlega ciągłym dynamicznym zmianom. Są one widoczne zarówno w celach i rodzajach działań podejmowanych przez regulatorów, jak również w zmianach podstaw prawnych działania regulatorów oraz zmianach organizacyjnych w ramach urzędów regulujących poszczególne rynki. Przeobrażenia te wymuszane są przez ewolucję rynków telekomunikacyjnych i mediów, które są jednymi z najszybciej rozwijających się obszarów gospodarki.

Od wielu lat obserwujemy trendy konwergencji zachodzące na tych rynkach, które z roku na rok stają się coraz bardziej dynamiczne. Do najważniejszych typów konwergencji należą:

- Konwergencja platform obejmująca telefonię stacjonarną, telefonię komórkową i dostęp do Internetu
- Konwergencja rynku telekomunikacyjnego i rynku mediów

Pierwszy rodzaj konwergencji, czyli konwergencja platform, polega na integracji różnych technologii w jednym produkcie. Stopień integracji może być zróżnicowany: począwszy od oferowania niezależnych usług połączonych w pakiet na najniższym poziomie zaawansowania, aż po integrację wszystkich usług w jeden produkt, łączący w sobie nierozdzielalne elementy poszczególnych usług.

Drugi rodzaj konwergencji, czyli konwergencja rynków telekomunikacyjnych i mediów, polega na zanikaniu podziału na rynek odpowiedzialny za samą transmisję danych lub głosu i rynek odpowiedzialny wyłącznie za tworzenie i dostarczanie treści. Oferta usług telekomunikacyjnych i usług dostarczania treści - zarówno na poziomie oferenta, jak i samego produktu - staje się w coraz większym stopniu zintegrowana. Dzięki rozwojowi technologii te same treści mogą być dostarczane przy wykorzystaniu wielu różnych technologii, np. standardowy program telewizyjny, kiedyś zarezerwowany dla odbiorników analogowych, może być obecnie dostarczany klientowi poprzez operatorów telewizji kablowej i satelitarnej, poprzez dostawców Internetu przy wykorzystaniu technologii IP oraz na telefony komórkowe poprzez technologię DVB-H lub technologię 3G. Pojawia się coraz więcej ofert łączonych, które obejmują zarówno usługę telekomunikacyjną związaną z przesyłem danych lub głosu, jak i dostawę określonych treści. Operatorzy skoncentrowani w przeszłości wyłącznie na świadczeniu czystej usługi telekomunikacyjnej zaczynają oferować klientom określone treści. Natomiast firmy zajmujące się stricte mediami rozszerzają swoją działalność o świadczenie usług komunikacyjnych.

Powyższe zjawiska możemy już zaobserwować również w Polsce. Przykładem pierwszego rodzaju konwergencji są oferty triple play operatorów telewizji kablowych oraz usługi telewizji mobilnej świadczone przez polskich operatorów komórkowych. Z kolei drugie zjawisko może być zobrazowane przez oferty triple play wszystkich znaczących operatorów telewizji kablowej lub planowane wejście właściciela jednego z największych kanałów telewizyjnych w obszar świadczenia usług telefonii komórkowej poprzez własnego operatora MVNO.

Zjawiska te są dużo bardziej zaawansowane w krajach o wyższym poziomie rozwoju rynku telekomunikacyjnego, takich jak np. Holandia, gdzie wszyscy operatorzy telefonii stacjonarnej, dostawcy usług internetowych oraz telewizje kablowe oferują wzajemnie konkurencyjne produkty triple play. Innym przykładem jest Wielka Brytania, gdzie Ofcom,

aktywnie wspierając rozwój produktów konwergentnych, doprowadził do znaczącego wzrostu liczby i sprzedaży ofert konwergentnych.

Powyższe zjawiska mają silny wpływ na zasady i możliwości regulacji przedmiotowych rynków: telekomunikacyjnego i mediów. W przeszłości możliwe było ich wyraźne wydzielenie i oddzielne stosowanie regulacji do każdego z nich. Jednak w sytuacji, gdy granice pomiędzy omawianymi rynkami zaczynają się zacierać, taki model regulacyjny jest coraz trudniejszy do zastosowania. W odpowiedzi na opisane trendy najbardziej rozwinięte kraje reorganizują swoje instytucje odpowiedzialne za nadzór i regulację tych rynków:

- Pierwszym krajem w Europie, który zdecydował się na integrację funkcji regulacyjnych, były Włochy, gdzie w 1997 r. stworzono AGCOM, który odpowiada za regulację rynku mediów elektronicznych, telekomunikacyjnego, a nawet prasy
- W Wielkiej Brytanii w 2003 r. powstał Ofcom, który przejął zadania pięciu instytucji: Oftel (odpowiedzialnego za regulację rynku telekomunikacyjnego), Agencji Radiokomunikacji (odpowiedzialnej za zarządzanie częstotliwościami), ITC (odpowiedzialnego za nadzór nad telewizją), Radio Authority (odpowiedzialnej za nadzór nad stacjami radiowymi) i Broadcasting Standard Commission (odpowiedzialnej za standardy, uczciwość i niezależność stacji telewizyjnych i radiowych)
- W Australii w 2005 r. z dwóch instytucji: ACA (Australian Communications Authority) - odpowiedzialnej za rynek telekomunikacyjny oraz ABA (Australia Broadcasting Authority) - odpowiedzialnej za rynek mediów, powstał jeden zintegrowany regulator ACMA (Australia Communications and Media Authority) - odpowiedzialny za regulację w obszarze telekomunikacji, telewizji, radia i Internetu
- W USA zunifikowany regulator istnieje od 1934 r.
- W Kanadzie regulator zunifikowany został stworzony w 1976 r.

Rynki, na których istnieją regulatorzy zunifikowani, są jednymi z najbardziej rozwiniętych.

Istnieje wiele przykładów pozytywnych efektów działania regulatora zunifikowanego:

- Włochy były krajem, gdzie miało miejsce pierwsze komercyjne wdrożenie telewizji mobilnej DVB-H. Obecnie we Włoszech z telewizji DVB-H korzysta ok. 1 mln osób
- W Wielkiej Brytanii nastąpił szybki wzrost liczby i konkurencyjności ofert triple play, przyczyniający się do podniesienia penetracji Internetem szerokopasmowym. Ponadto skutecznie wdrożono tu radio cyfrowe (w technologii DAB). Pomiędzy 2004 a 2007 rokiem penetracja radiem cyfrowym wzrosła z 2 do 18%. Zasięgiem objęte jest 90% ludności Wielkiej Brytanii
- Korea Południowa jest jednym z najbardziej rozwiniętych rynków pod względem mediów elektronicznych. Posiada bardzo wysoką penetrację Internetem szerokopasmowym sięgającą 78% gospodarstw domowych (w 2006 r.) z wysokim udziałem telewizji kablowych. Ponad 2 miliony osób korzysta z telewizji mobilnej. Korea Południowa posiada ponadto jeden z najsilniej rozwiniętych rynków treści mobilnych

- W Japonii również bardzo silnie rozwija się rynek treści mobilnych. Od 2004 r. funkcjonuje tam telewizja mobilna. Liczba łączy szerokopasmowych wynosi prawie 28 milionów, z czego aż ponad 10 milionów stanowią łączy światłowodów (FTTH). Oprócz tego silnie rozwinięte są innowacyjne usługi z pogranicza telekomunikacji i innych branż, jak na przykład usługa mobilnych płatności Oseifu Keitai

W Polsce, mimo pewnego zapóźnienia, również obserwowane są trendy, które wskazują, że działalność zintegrowanego regulatora mogłaby przynieść lepsze skutki niż oddzielnych niezależnych jednostek. Z tego też względu warto kontynuować dyskusję na temat stworzenia w Polsce zunifikowanego regulatora, który swoim zasięgiem objąłby zarówno rynki telekomunikacyjne, jak i rynek mediów elektronicznych. Istnieje wiele argumentów przemawiających za takim rozwiązaniem. Były one również analizowane przez Unię Europejską, między innymi w opublikowanej Zielonej Księdze o „Konwergencji telekomunikacji, mediów i różnych sektorów technologii informacji oraz jej implikacjach dla regulacji prawnych”. Do najważniejszych argumentów przemawiających za wprowadzeniem regulatora zunifikowanego możemy zaliczyć:

- wyraźny trend konwergencji rynków telekomunikacyjnych i mediów elektronicznych zacierający różnicę pomiędzy nośnikiem a treścią
- poprawę efektywności działań przejawiającą się w ograniczeniu dublowania działań pomiędzy oddzielnymi organami regulacyjnymi
- poprawę współpracy oraz harmonizację celów i działań polityki telekomunikacyjnej i nadawczej
- ograniczenie niepewności i konfliktów dotyczących podziału kompetencji pomiędzy organami regulacyjnymi (np. w przypadku przeprowadzenia procesu cyfryzacji w Polsce)
- jeden punkt kontaktu dla konsumenta
- spójne podejście do regulacji, zwłaszcza w obszarach przenikania się sektorów
- silniejsza pozycja regulatora w negocjacjach z innymi interesariuszami (operatorami, instytucjami państwowymi i pozarządowymi)
- synergia w obszarze zarządzania wiedzą i rozprzestrzeniania najlepszych praktyk
- większa efektywność kosztowa działania instytucji zintegrowanej

Proces budowy zintegrowanego regulatora jest zadaniem wymagającym czasu i przygotowania oraz dyskusji z wieloma interesariuszami (rząd, Komisja Europejska, KRRiT i innymi). Powstanie zunifikowanego regulatora wymagałoby stworzenia nowej jednostki na bazie UKE i KRRiT. Przy okazji tworzenia nowej jednostki istniałaby możliwość dokładnego zdefiniowania zakresu odpowiedzialności w kontekście nowych obszarów, które nie są jeszcze jasno uregulowane (np. kontrola treści rozpowszechnianych za pomocą nowych technologii i mediów). Nowa jednostka powinna być odpowiedzialna za regulację rynków telekomunikacyjnych oraz rynku mediów elektronicznych składających się z telewizji, radia oraz Internetu, zarówno w obszarze infrastrukturalno-zasobowym, jak i w obszarze regulacji treści. Pozwoliłoby to na:

- stworzenie w Polsce lepszych warunków dla rozwoju produktów konwergentnych, które generują wymierne korzyści dla klientów,
- rozwój wszechstronnego dostępu do treści poprzez różne platformy technologiczne,
- szybszy rozwój nowych produktów na styku telekomunikacji i mediów (np. telewizji mobilnej DVB-H, IPTV, usług VoD, itp.),
- lepszą ochronę konsumentów w kontekście treści dostarczanych różnymi kanałami,
- kompleksowe zarządzanie zasobami częstotliwościowymi,
- wzrost penetracji Internetu szerokopasmowego,
- w szczególności pozwoliłoby to także na efektywniejsze przeprowadzenie procesu cyfryzacji w Polsce .

W procesie dyskusji na temat możliwości stworzenia w Polsce regulatora „konwergentnego” należy śledzić i uwzględniać działania Unii Europejskiej. Szczególnie ważne mogą tu być pojawiające się propozycje stworzenia ponadnarodowego regulatora. W przypadku wdrożenia takiej koncepcji, kształt i kompetencje przyszłego regulatora zintegrowanego w Polsce mogą być silnie zdeterminowane przez działania Unii Europejskiej. Reasumując, obecnie obserwowane trendy w obszarze regulacji pokazują, że zintegrowany organ regulacyjny jest kierunkiem właściwym i wpisuje się w potencjalne przyszłe struktury regulacyjne UE.

2.4. Stymulacja inwestycji

2.4.1. Sposoby finansowania inwestycji telekomunikacyjnych na świecie

Inwestycje w sieci telekomunikacyjne są bardzo kosztowne. Inwestor z sektora prywatnego nie jest w stanie sam przeprowadzić inwestycji o skali ogólnokrajowej. Z pomocą może przyjść państwo. Przykłady ze świata pokazują, że wysoki poziom usług telekomunikacyjnych (wyrażany na przykład przez stopień penetracji czy szybkość oferowanego łącza w dostępie do Internetu) osiągnięto przy znaczącym finansowym wsparciu ze strony państwa.

Inwestycję telekomunikacyjną, tak jak każdą inną, mogą finansować: sektor prywatny, administracja centralna (bezpośrednio z budżetu państwa lub poprzez agencje rządowe), administracja samorządowa lub Unia Europejska. Źródła te łączą się zwykle w konfiguracje, które zależą od skali projektu oraz jego znaczenia dla kraju czy regionu.

Na świecie istnieje wiele przykładów świadczących o tym, że dobra współpraca państwa i sektora prywatnego jest w stanie podnieść jakość usług. W Japonii, która jest światowym liderem w poziomie i dostępności usług telekomunikacyjnych, inwestycje w sieć światłowodową są w jednej trzeciej współfinansowane przez państwo. Dzięki temu w 2007 r. kraj ten mógł poszczycić się najwyższą – po Korei Południowej - penetracją dostępu do Internetu za pomocą właśnie technologii światłowodowej (7,6 linii na 100 mieszkańców). Rząd Japonii udziela również preferencyjnych pożyczek na inwestycje w telekomunikację, a także oferuje ulgi podatkowe firmom aktywnie podnoszącym jakość swojej infrastruktury.

Władze tego kraju ogłosiły strategię zakładającą doprowadzenie światłowodu do każdego domu.

We wspomnianej już Korei Południowej, celem rządu jest przekształcenie Korei w najbardziej rozwinięty technologicznie kraj na świecie. Realizacja tej polityki polega m.in. na bezpośrednim współfinansowaniu inwestycji w infrastrukturę czy przyznawaniu ulg podatkowych firmom rozbudowującym swoje sieci telekomunikacyjne. Korea Południowa właśnie dzięki rozwojowi teleinformatycznemu chce wejść do czołówki najlepiej rozwiniętych krajów (w 2007 r. pod względem wielkości PKB wyprzedziła już Wielką Brytanię).

Również we Francji rząd zdecydował się na wprowadzenie pewnych udogodnień dla firm inwestujących w infrastrukturę telekomunikacyjną. W 2001 r. wymusił on na państwowym banku udzielanie takim podmiotom preferencyjnych kredytów. Dziś Francja jest europejskim liderem w szybkości oferowanego łącza. W paryskich domach nie jest rzadkością Internet o przepływności nawet 100Mbps.

W Irlandii natomiast, aby uzyskać dużą penetrację na terenach wiejskich, rząd wprowadził program skierowany do dostawców zapewniających dostęp do Internetu małym społecznościom. Firmy takie mogą uzyskać do 55% zwrotu z inwestycji w łącza szerokopasmowe.

Bardzo zaawansowane programy rządowe, upowszechniające szerokopasmowy dostęp do Internetu, uruchomiła w ciągu ostatnich kilku lat Kanada. Inwestycje na terenach słabo zaludnionych są w całości finansowane przez budżet centralny. Również inicjatywy prywatne mogą liczyć na bardzo dużą pomoc ze strony państwa, wynoszącą nawet do 50% całej inwestycji.

W Wielkiej Brytanii w 2001 r. rząd postawił na podniesienie poziomu dostępności łącz szerokopasmowych do Internetu. Ministerstwo Handlu i Przemysłu utworzyło specjalny fundusz, który miał na celu współfinansowanie inicjatyw, prowadzących do większej penetracji technologii ADSL. Dzięki programowi dostępność tej technologii w Wielkiej Brytanii osiągnęła już w 2005 r. poziom 99,6%.

We Włoszech rząd wydał około 300 mln euro na inwestycje zwiększające dostępność szerokopasmowego Internetu na południu kraju. Od 2001 do 2007 r. stopień penetracji tej usługi zwiększył się we Włoszech z 0,7% do 15,8%, co jest jednym z najwyższych wzrostów na świecie.

W Australii podczas ostatnich wyborów parlamentarnych dostęp szerokopasmowy był jednym z tematów debaty politycznej. Nowy premier zobowiązał się do wydania 5 mld dolarów na zbudowanie sieci światłowodowej, z której mogliby bez ograniczeń korzystać dostawcy usług.

Również samorządy podejmują się inwestycji telekomunikacyjnych. Doskonałym przykładem takiego zaangażowania jest Sztokholm, gdzie spółka należąca do miasta – korzystając z publicznej infrastruktury jak wodociągi czy kanalizacja – położyła już 500 tys. km światłowodu. Dziś stolica Szwecji ma największą na świecie penetrację łączami tego typu.

Kolejnym sposobem finansowania inwestycji w infrastrukturę są środki z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej, która - zgodnie z przyjętą Strategią Lizbońską - planuje w 2010 r. stać się najbardziej dynamiczną i konkurencyjną gospodarką na świecie. Jednym z ważniejszych jej celów jest właśnie rozwój usług telekomunikacyjnych. Aby to osiągnąć, Unia

Europejska chętnie współfinansuje tworzenie infrastruktury niwelującej dysproporcje między regionami, w szczególności w dziedzinie szerokopasmowego dostępu do Internetu.

Polska z całą pewnością powinna korzystać z doświadczeń innych krajów. Niewątpliwie należy przekonywać polski rząd o niezwykle dużym znaczeniu inwestycji w telekomunikację oraz o szansie, jaką stanowi ona dla kraju. W odróżnieniu do innych państw w Polsce brakuje jasnej strategii rozwoju telekomunikacji, która powinna zostać wypracowana wspólnie przez regulatora i rząd. Za strategią powinny iść również realne środki finansowe z budżetu centralnego.

W przypadku Polski, ze względu na duże zapóźnienie w dostępie do Internetu szerokopasmowego, korzystne mogą się okazać zmiany legislacyjne, które pozwolą Prezesowi UKE w większym stopniu wpływać na pozyskiwanie i określanie kierunków inwestycji w rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej. Skutecznym narzędziem przyczyniającym się do rozwoju infrastruktury telekomunikacyjnej w Polsce mogłyby być ulgi podatkowe na inwestycje telekomunikacyjne lub rozwiązania prawne usprawniające sam proces inwestycyjny, np. w zakresie dostępu do nieruchomości w procesie inwestycji.

2.4.2. Rola samorządów w procesach inwestycyjnych

Kolejnym praktycznym zadaniem dla regulatora telekomunikacyjnego jest informowanie i zachęcanie potencjalnych interesariuszy do budowy infrastruktury. W tym przypadku regulator nie angażuje się bezpośrednio w inwestycję czy nawet w jej przygotowanie, ale stara się zachęcić (najczęściej samorząd terytorialny) do podjęcia odpowiednich decyzji. Przykładem może być Finlandia, gdzie regulator przygotował program szkoleń dla przedstawicieli administracji samorządowej na temat korzyści płynących z inwestycji telekomunikacyjnych oraz potencjalnych możliwości ich finansowania. W Stanach Zjednoczonych regulator stanu Maine przeprowadził wśród mieszkańców promocję dostępu szerokopasmowego, co doprowadziło do wzrostu zainteresowania tą usługą.

Również we Francji jednym z zadań tamtejszego regulatora jest współpraca z samorządem i wspieranie inicjatyw telekomunikacyjnych. Chodzi głównie o nakłanianie władz lokalnych do jak największej pomocy potencjalnym inwestorom. Podczas tworzenia nowej infrastruktury miejskiej (np. wodociągów) samorzady powinny wziąć pod uwagę możliwe synergie z inwestycjami telekomunikacyjnymi. Tego typu inwestycje powinny być konsultowane z operatorami, którzy na danym obszarze już działają lub dopiero poinformowali o takich planach. Potencjalni inwestorzy nie powinni mieć problemów z uzyskaniem od władz lokalnych odpowiednich danych pomiarowych czy informacji o istniejącej infrastrukturze miejskiej. Władze lokalne nie mogą również stawiać przeszkód administracyjnych operatorowi, który chce wykorzystać miejskie kanały czy inne obiekty pozostające we władaniu samorządu. Może to bowiem w znacznie zmniejszyć koszty całej planowanej inwestycji i zmobilizować operatora do podjęcia ostatecznej decyzji. Znaczenie rozwoju infrastruktury telekomunikacyjnej rozumie mer Paryża, który w 2006 r. oświadczył, że jego celem jest światłowód w każdym domu stolicy Francji.

Samorzady mogą również bezpośrednio brać udział w inwestycjach - poprzez podmioty zależne. Najlepszym tego przykładem jest wspomniany już Sztokholm czy Reykjavík. Islandia, której strategia gospodarcza oparta jest w znacznym stopniu na rozwoju

telekomunikacyjnym, podjęła decyzję o rozbudowie sieci światłowodowej, a jednym z kilku inwestorów jest spółka, należąca do stolicy tego kraju.

W Polsce rodzi się świadomość szansy, jaką niesie za sobą rozwój telekomunikacji, również na poziomie samorządu. Rolę informacyjną może spełniać w tej kwestii polski regulator.

2.4.3. Rola regulatorów w procesach inwestycyjnych

Większość regulatorów nie posiada dedykowanych środków na inwestycje, co powoduje, że nie mogą oni bezpośrednio wspierać finansowo nowych działań. Wyjątkami są te jednostki, które w większym stopniu zostały zintegrowane z ministerstwami, tak jak na przykład w Korei Południowej czy Japonii. Niezależnym ośrodkiem, który również znacząco wspiera inwestycje, jest krajowy regulator w Stanach Zjednoczonych. Przykładem jego działania jest uruchomiony w 2006 r. program pomocy w rozbudowie łącz szerokopasmowych dla inicjatyw e-zdrowia. Inwestorzy mogą otrzymać nawet do 85% zwrotu z przeprowadzonej inwestycji.

Regulatorzy mają również wiele możliwości w niefinansowym wspieraniu inicjatyw podjętych przez inne podmioty. Jedną z występujących na świecie praktyk jest pomoc w organizacji partnerstwa publiczno-prywatnego. Regulator przejmuje na siebie rolę „łącznika”: nadzoruje realizację inwestycji, koordynuje pozyskanie środków finansowych i pomaga załatwić sprawy formalne. Na bazie tego modelu regulator telekomunikacyjny stanu Vermont w Stanach Zjednoczonych podjął się połączenia środków publicznych i prywatnych w inicjatywie rozwoju łącz szerokopasmowych, zapewniając jednocześnie pełne doradztwo przy powstawaniu koncepcji współpracy.

W Stanach Zjednoczonych często stosuje się kolejny model działania regulatora. Regulator prowadzi negocjacje z potencjalnym inwestorem w zakresie złagodzenia obejmujących go reżimów regulacyjnych w zamian za znaczący rozwój infrastruktury. Takie rozwiązanie zastosowano np. w Kalifornii czy stanach Maine i Vermont, gdzie władze wydały w 2005 r. akt prawny (Vermont Incentive Regulation Plan), w którym nałożyły na operatora obowiązek corocznej - ściśle określonej - redukcji cen połączeń telefonicznych. Regulator określił jednocześnie warunki, po spełnieniu których firma może uniknąć wprowadzenia obniżek. W działaniach tych chodziło przede wszystkim o zagwarantowanie odpowiedniego poziomu inwestycji w infrastrukturę. Nie była to pierwsza tego typu decyzja tamtejszych władz. W 2003 r. ten sam operator został ukarany za niedotrzymanie odpowiedniego poziomu usług telekomunikacyjnych. Zamiast płacić karę, firma mogła przeznaczyć pieniądze na określone przez regulatora inwestycje.

Regulator telekomunikacyjny powinien również starać się zapewnić odpowiednie warunki do przeprowadzania inwestycji, głównie poprzez ustalenie reguł zapewniających przewidywalność inwestycji. Chodzi tu na przykład o jasne stanowisko na temat pojawiających się nowych technologii czy koncepcji (np. NGN).

W Polsce regulator nie ma odpowiednich środków, aby w sposób bezpośredni finansować inwestycje telekomunikacyjne. Należy jednak podkreślić, że w przytoczonych krajach podejmowane inicjatywy również przekraczały możliwości samych regulatorów. Przydzielanie środków finansowych czy udzielanie ulg podatkowych były zwykle decyzjami podejmowanymi na szczeblu rządowym. Regulator musi działać w granicach swoich

kompetencji, może więc jedynie sugerować i nakłaniać właściwe resorty do podjęcia odpowiednich kroków czy zajęcia jasnego stanowiska.

Polski regulator może odgrywać bardzo ważną rolę w procesie informowania. Przede wszystkim chodzi tu o edukację władz samorządowych i zachęcanie ich, jeżeli nie do bezpośredniego zainteresowania się inwestycjami w sektorze telekomunikacyjnym, to przynajmniej, do ich ułatwiania. Bardzo ważne jest również informowanie mniejszych podmiotów prywatnych (małych i średnich przedsiębiorstw) o możliwościach i sposobie otrzymania dofinansowania potencjalnych inwestycji w telekomunikację (na przykład ze środków Unii Europejskiej) oraz zachęcanie do partnerstwa publiczno-prywatnego pomiędzy MSP a jednostkami samorządowymi.

2.5. Euro 2012

W kontekście rozważań nad Strategią Regulacyjną Prezesa UKE należy uwzględnić bardzo ważne wydarzenie jakim jest organizacja w Polsce mistrzostw Europy w piłce nożnej Euro 2012. Wydarzenie to zasługuje na uwagę zarówno z punktu widzenia promocji Polski, jak i od strony niezbędnego wsparcia infrastrukturalnego.

Zarówno środki masowego przekazu, jak i turyści – kibice odwiedzający Polskę w tym okresie mogą być ważnym źródłem informacji i promocji Polski w świecie. Sama zaś organizacja wydarzenia może przyciągnąć inwestorów.

Biorąc pod uwagę kwestie infrastrukturalne, zdecydowanie korzystne pod względem ekonomicznym i społecznym będzie odpowiednie przygotowanie infrastrukturalne Polski do Euro 2012 poprzez wdrożenie i uruchomienie szeregu technologii i platform infrastrukturalnych. Wśród takich technologii należy wymienić:

- Telewizję cyfrową
- Radiowy dostęp do Internetu
- Dostęp do obrazu telewizyjnego w trybie na żądanie
- Inne

W przypadku telewizji cyfrowej i roli, którą ta technologia może odegrać podczas Euro 2012, należy przeanalizować przede wszystkim możliwości wdrożenia i uruchomienia telewizji mobilnej. Usługa ta działa już np. we Włoszech, gdzie ma prawie milion użytkowników, a 90% programów przez nich oglądanych to właśnie wydarzenia sportowe. Uruchomienie i popularyzacja tej technologii przed Euro 2012 może przynieść wiele pośrednich i bezpośrednich pozytywnych efektów:

- Duże wpływy finansowe
- Możliwość maksymalizacji ilości odbiorców/ uczestników wydarzenia
- Możliwość organizowania interaktywnych konkursów, ankiet, głosowań, itp.
- Wybudowanie dużej części infrastruktury potrzebnej w przyszłości, którą trudno byłoby sfinansować bez „zachęty” w postaci Euro 2012
- Czynniki stymulujące popularyzację tej usługi

Można przypuszczać, że obok zainteresowania mistrzostwami w Polsce, pojawi się także zwiększony popyt na wyżej wymienione usługi. Jedną z takich usług będzie na pewno mobilny oraz bezprzewodowy dostęp do Internetu. Oprócz rozbudowania standardowej infrastruktury komórkowej, należy założyć, że dużym powodzeniem będą się cieszyć dostępy do Internetu typu Wi-Fi. Co więcej stale rośnie liczba urządzeń mobilnych zdolnych do łączenia się z Internetem za pomocą tego typu standardu. W celu stworzenia tej infrastruktury należałoby zarówno rozbudować infrastrukturę szkieletową, jak i liczbę tzw. hotspotów, czyli urządzeń zdolnych odbierać i nadawać sygnał radiowy, umożliwiający dostęp do Internetu. Korzystnym rozwiązaniem byłoby stworzenie obszarów dostępu do Internetu szczególnie w miejscach, w których będzie się gromadzić duża liczba osób (stadiony, dworce, hotele, restauracje, itd.). Taka sieć pozwoliłaby rozwiązać wiele problemów logistycznych, komunikacyjnych oraz kwestie związane z bezpieczeństwem, jej późniejsze utrzymywanie w Polsce postawiłoby nasz kraj na czołowych pozycjach w UE pod względem rozwoju tego typu infrastruktury i związanych z nią usług.

Kolejnym rozwiązaniem, którego rozwój w Polsce może być w znakomity sposób stymulowany przez Euro 2012, są technologie związane z odtwarzaniem obrazu na żądanie. Istnieje możliwość promowania istniejącej w Polsce technologii przesyłu obrazu telewizyjnego na żądanie za pomocą sieci internetowej (IPTV), jak i wsparcia wprowadzenia do Polski nieznanych jeszcze w wielu krajach UE technologii nagrywania i odtwarzania obrazu przez specjalne urządzenia utrzymywane przez operatorów infrastruktury, spersonalizowane dla konkretnego użytkownika (tzw. Personal Video Recorder - PVR). Tego typu urządzenia są bardzo popularne w USA. Ich użytkownik „programuje” swoje osobiste preferencje co do typu oraz rodzaju programów telewizyjnych. Następnie urządzenie to „układa” na podstawie dostępnych u nadawców telewizyjnych programów repertuar spersonalizowany dla swojego właściciela. Konsument w wolnej chwili może rozpocząć oglądanie ułożonego dla niego programu, może tę czynność wstrzymać bądź powtórzyć. Ze względu na specyfikę tej technologii, wydarzenie klasy Euro 2012 jest niepowtarzalną szansą na jej wypromowanie w Polsce.

Do ostatniej grupy osiągnięć technologicznych, które mogą odegrać szczególną rolę podczas Euro 2012 i jednocześnie zostać wypromowane wśród Polaków, należą usługi potrzebne turystom i kibicom. Należą do nich:

- Usługi lokalizacyjne i nawigacyjne
- Usługi informacyjne
- Usługi pierwszej pomocy

Tylko rozwój odpowiedniej infrastruktury może wspomóc rozwiązanie powyższych kwestii. Dzięki np. odpowiednio rozbudowanej infrastrukturze oraz bezpośrednim szybkim łączom można zorganizować specjalne centra obsługi dla obcojęzycznych turystów, działające w ich rodzimych krajach, ale potrafiące odpowiedzieć na większość podstawowych pytań lub połączyć zainteresowanego z odpowiednimi służbami w Polsce. Także usługi lokalizacyjne dostępne za pomocą telefonów komórkowych lub innych urządzeń przenośnych, mogących w jakikolwiek sposób połączyć się ze światem za pomocą sieci Internet, z pewnością odnotują wzrost popularności podczas Euro 2012.

Biorąc pod uwagę wszystkie powyższe aspekty, z pewnością dużą rolę w stymulowaniu oraz planowaniu rozwoju powyższych technologii mógłby odegrać Urząd Komunikacji Elektronicznej. Jak świadczą o tym liczne przykłady zagraniczne, regulatorzy pełnią w takich przypadkach wiele różnych ról: poczynając od prostych zadań komunikacyjnych, a kończąc na zarządzaniu dużymi przedsięwzięciami inwestycyjnymi finansowanymi z publicznego budżetu.

3. Główne cele strategiczne Prezesa UKE na lata 2008-2010

Na podstawie przeprowadzonych analiz rynku polskiego, analiz innych rynków europejskich i światowych, obowiązków wynikających z prawa telekomunikacyjnego oraz wytycznych UE zostały sformułowane cele strategiczne Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej na lata 2008-2010.

Głównym i nadrzędnym celem Prezesa UKE będzie **wzrost dostępności usług telekomunikacyjnych dla społeczeństwa i zwiększenie ich wykorzystania**. Obierając sobie powyższy cel jako główny, Prezes UKE rozważa go w trzech następujących wymiarach:

- ekonomicznym
- ofertowym (rzeczywistym/faktycznym)
- infrastrukturalnym

Prezes UKE będzie z jednej strony dążył do zapewnienia infrastruktury pozwalającej na dostęp do usług telekomunikacyjnych w obszarach zagrożonych wykluczeniem cyfrowym, a z drugiej strony do rozszerzania różnorodności ofert oraz redukcji cen usług. Szczególna uwaga powinna być poświęcana zapewnieniu dostępu do Internetu szerokopasmowego oraz usługi powszechnej. W Polsce w dalszym ciągu na obszarach o niższej gęstości zaludnienia nie ma możliwości podłączenia Internetu szerokopasmowego, a często także telefonii stacjonarnej. Wzorem dla Polski może być Dania, gdzie aż 95% gospodarstw domowych ma możliwość uzyskania dostępu do szybkiego Internetu.

Realizacja powyżej zdefiniowanego, nadrzędnego a zarazem podstawowego celu będzie prowadzona w obrębie sześciu głównych zadań, wokół których będą koncentrowały się działania Prezesa UKE w okresie 2008 – 2010. Do celów tych należą:

- **Stymulowanie konkurencyjności (3.1)**
- **Ochrona konsumenta (3.2)**
- **Rozwój nowych produktów i technologii (3.3)**
- **Obniżenie cen (3.4)**
- **Wzrost fizycznej dostępności usług poprzez stymulowanie inwestycji w infrastrukturę (3.5)**
- **Promocja Polski jako kraju przyjaznego inwestycjom (3.6)**

Realizacja powyższych zadań jest konieczna, by zapewnić odpowiednie funkcjonowanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce. Ich osiągnięcie jest potrzebne również po to, aby zmniejszyć lukę technologiczną pomiędzy Polską a innymi krajami Unii Europejskiej i doprowadzić do wdrożenia w naszym kraju idei społeczeństwa informacyjnego.

3.1. Stymulowanie konkurencyjności

Rola regulatora w budowaniu warunków uczciwej konkurencji na rynku telekomunikacyjnym ma kluczowe znaczenie, ze względu na bardzo wysokie bariery wejścia i silne tendencje do powstawania monopolii naturalnych lub rynków oligopolistycznych. Stymulowanie konkurencyjności ma bardzo istotne przełożenie na szereg elementów rynku i w związku z tym działania wspierające realizację niniejszego celu mają doprowadzić do:

- umożliwienia operatorom alternatywnym efektywnej konkurencji i zwiększenia ich udziału w rynku
- stworzenia korzystnych warunków dla wejścia na rynek nowych przedsiębiorców telekomunikacyjnych
- optymalnego wykorzystania dostępnych zasobów

Cel ten jest szczególnie ważny w przypadku Polski, ze względu na silną pozycję na rynku telefonii stacjonarnej operatora zasiedziałego w porównaniu do rozwiniętych rynków telekomunikacyjnych w Europie. W przypadku rynku telefonii komórkowej również mamy do czynienia z bardzo silną pozycją 3 operatorów obecnych na rynku od wielu lat. Mimo pojawienia się w ostatnim okresie nowych MNO i kilku MVNO, żaden z nich dotychczas nie zdobył znaczącego udziału w rynku.

3.2. Ochrona konsumenta

Ochrona konsumentów jest działaniem, które wynika zarówno z wytycznych UE, jak też zadań statutowych UKE. Realizacja tego celu będzie polegała na zapewnieniu:

- transparentnej informacji
- uczciwych warunków świadczenia usług oraz odpowiedniej ich jakości
- świadomości swoich praw wśród konsumentów

W okresie liberalizacji rynku – gdy ma miejsce duża dynamika zmian oraz gdy kształtują się nowe mechanizmy - czuwanie nad prawami konsumenta i ich przestrzeganiem ma szczególnie istotne znaczenie. Prezes UKE będzie stymulował kształtowanie się tych mechanizmów w sposób korzystny dla klientów.

3.3. Rozwój nowych produktów i technologii

Prezes UKE będzie promował wprowadzanie nowych produktów i technologii, aby zapewnić klientom dostęp do szerokiej gamy usług oraz zwiększyć tempo rozwoju infrastruktury. Działania te powinny przyczynić się również do podniesienia poziomu innowacyjności i wzrostu efektywności w gospodarce kraju. Prezes UKE będzie wspierał w zakresie swoich kompetencji inicjatywy badań nad nowymi produktami i technologiami, między innymi poprzez udostępnianie zasobów pozostających w dyspozycji Prezesa UKE potrzebnych do ich prowadzenia (np. częstotliwości).

3.4. Obniżenie cen

Kolejnym ważnym celem z punktu widzenia Prezesa UKE jest doprowadzenie do redukcji cen usług telekomunikacyjnych, tak aby ich wykorzystanie i dostępność dla społeczeństwa wzrosła. Działanie to jest zgodne z wytycznymi UE, które określają, że jedną z podstawowych funkcji regulatora jest zapewnienie, aby ceny usług świadczonych przez przedsiębiorstwa o znaczącej sile rynkowej odzwierciedlały ponoszone przez nie koszty.

Kolejnym zadaniem regulatora według UE jest zapewnienie wszystkim użytkownikom końcowym określonego minimalnego zestawu usług po przystępnej cenie w miejscu ich

zamieszkania. W ciągu ostatnich kilku lat nastąpił szybki spadek cen w większości obszarów rynku. Dotyczy to zarówno rynku telefonii stacjonarnej, dostępu do Internetu, jak i telefonii komórkowej. Mimo tego pozytywnego trendu koszty usług telekomunikacyjnych w Polsce są w dalszym ciągu dużo wyższe niż w innych krajach UE. Zjawisko to jest jeszcze bardziej wyraźne, jeśli uwzględnimy fakt, że siła nabywcza polskiego społeczeństwa jest wyraźnie niższa niż w większości pozostałych krajów UE. Dlatego konieczne jest kontynuowanie działań zmierzających do dalszego obniżania cen usług telekomunikacyjnych w Polsce.

3.5. Wzrost fizycznej dostępności usług poprzez stymulowanie inwestycji w infrastrukturę

Następnym celem strategicznym Prezesa UKE jest wzrost fizycznej dostępności usług poprzez stymulowanie inwestycji w infrastrukturę telekomunikacyjną. Realizacja tego celu jest bardzo istotna, ponieważ Polska pod względem dostępności usług i infrastruktury telekomunikacyjnej pozostaje w dalszym ciągu w tyle za wiodącymi krajami UE, takimi jak na przykład Dania, gdzie aż 95% osób ma możliwość dostępu do Internetu szerokopasmowego. Poziom inwestycji w infrastrukturę telekomunikacyjną jest również o wiele niższy od średniej z krajów UE.

Jednym z najważniejszych wyzwań dla Prezesa UKE jest budowa infrastruktury dostępu do szerokopasmowego Internetu, łącznie z promowaniem nowych technologii takich jak FWA czy FTTx. Aby powyższe zamierzenie mogło być zrealizowane, Prezes UKE będzie również dążył do stworzenia sprzyjających warunków dla inwestorów.

Bezpośrednie działania Prezesa UKE w obszarze stymulowania inwestycji są ograniczone ze względu na uwarunkowania prawne, stąd też Prezes UKE będzie w tym obszarze koncentrować się na działaniach pośrednich. Warto jednak podkreślić, że aby skutecznie stymulować rozwój infrastruktury, konieczne jest wsparcie ze strony różnych agend i instytucji państwowych lub funduszy unijnych, zwłaszcza na obszarach o niższym stopniu zurbanizowania.

3.6. Promocja Polski jako kraju przyjaznego inwestorom

Innym ważnym celem Prezesa UKE będzie promowanie Polski jako kraju przyjaznego inwestorom. Obecność telekomunikacyjnych inwestycji zagranicznych w Polsce będzie miała bardzo pozytywny wpływ na kształt rynku. Inwestorzy zagraniczni mogą mieć kluczową rolę w stymulowaniu konkurencyjności oraz w rozbudowie infrastruktury telekomunikacyjnej. Działania Prezesa UKE w tym obszarze będą się koncentrowały na promocji Polski na rozlicznych forach europejskich i światowych, zapewnieniu łatwego i szybkiego dostępu do informacji dla inwestorów oraz wspieraniu powstawania mechanizmów ułatwiających rozpoczynanie inwestycji w Polsce i podnoszących ich opłacalność. Realizacja tego celu wymagać będzie pewnych zmian prawnych, które są poza kompetencjami Prezesa UKE. Mimo to Prezes UKE ma zamiar współuczestniczyć w tworzeniu propozycji i opracowań dla takich rozwiązań.

3.7. Działania realizujące cele strategiczne Prezesa UKE

Aby osiągnąć wyżej opisane zadania, w okresie 2008 - 2010 zostanie podjętych szereg działań. Działania te zostały podzielone na dwie grupy. Pierwsza z nich to działania mierzalne (bezpośrednie), dla których określone zostały mierniki i ich wartości docelowe. Do działań tych należą:

Działania mierzalne (bezpośrednie):

1. Podniesienie dostępności usługi powszechnej
2. Podniesienie dostępności szerokopasmowego Internetu oraz nowych usług i pakietów usługowych poprzez
 - a. Wprowadzanie procedur zapewniających możliwość wdrożenia LLU i promowanie LLU w relacji do innych ofert
 - b. Rozszerzanie oferty hurtowej BSA i WLR oraz wprowadzenie modelu SP
3. Podniesienie dostępności usług komórkowych poprzez redukcję cen na rynku telefonii komórkowej
4. Podniesienie dostępności konkurencyjnych ofert poprzez usuwanie barier i redukcję kosztów zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych
5. Podniesienie dostępności nowych usług poprzez maksymalizację wykorzystania częstotliwości

Druga grupa to działania trudno mierzalne (pośrednie), dla których nie jest łatwo określić konkretne mierniki, jednak ich realizacja jest bardzo ważna z punktu widzenia Prezesa UKE. Do działań tych należą:

Działania trudno mierzalne (pośrednie):

6. Podnoszenie jakości świadczonych usług i ochrona konsumentów na rynkach telefonii komórkowej, stacjonarnej oraz dostępu do Internetu
7. Podnoszenie świadomości klientów i edukacja w zakresie dostępnych produktów i przysługujących im praw
8. Poprawa przejrzystości i zgodności z prawem ofert na usługi telekomunikacyjne
9. Działania mające na celu pozyskanie inwestorów na polski rynek telekomunikacyjny oraz działania wspierające inwestycje telekomunikacyjne i likwidujące bariery inwestycyjne (przyciąganie inwestorów, promowanie rozwiązań prawnych proinwestycyjnych, likwidacja administracyjnych barier inwestycyjnych, współpraca z inwestorami lokalnymi i samorządami)

Tabela 3.1 przedstawia, w jaki sposób poszczególne cele będą realizowane przez obrane działania strategiczne.

Działania	Cele					
	Stymulowanie konkurencyjności	Ochrona konsumenta	Rozwój nowych produktów i technologii	Obniżenie cen	Wzrost fizycznej dostępności usług poprzez stymulowanie inwestycji w infrastrukturę	Promocja Polski jako kraju przyjaznego inwestycjom
1. Podniesienie dostępności usługi powszechnej				✓	✓	
2. Podniesienie dostępności szerokopasmowego Internetu oraz nowych usług i pakietów usługowych	✓		✓	✓	✓	
3. Podniesienie dostępności usług komórkowych poprzez redukcję cen na rynku telefonii komórkowej				✓		
4. Podniesienie dostępności konkurencyjnych ofert poprzez usuwanie barier i redukcja kosztów zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych	✓	✓		✓		
5. Podniesienie dostępności nowych usług poprzez maksymalizację wykorzystania częstotliwości	✓		✓	✓	✓	
6. Podnoszenie jakości świadczonych usług i ochrona konsumentów na rynkach telefonii komórkowej, stacjonarnej oraz dostępu do Internetu	✓	✓		✓		
7. Podnoszenie świadomości klientów i edukacja w zakresie dostępnych produktów i przysługujących im praw	✓	✓				
8. Poprawa przejrzystości i zgodności z prawem ofert na usługi telekomunikacyjne		✓				
9. Działania mające na celu pozyskanie inwestorów na polski rynek telekomunikacyjny oraz działania wspierające inwestycje telekomunikacyjne i likwidujące bariery inwestycyjne	✓	✓			✓	✓

4. Harmonogram realizacji strategii

4.1. Działania mierzalne (bezpośrednie)

4.1.1. Podniesienie dostępności usługi powszechnej

Podniesienie dostępności usługi powszechnej jest zadaniem wynikającym zarówno z wytycznych UE, jak i z prawa telekomunikacyjnego. Aby zrealizować to zadanie, Prezes UKE zamierza zrealizować szereg działań, takich jak:

- wprowadzenie specjalnego planu taryfowego operatora zobowiązanego do świadczenia usługi powszechnej dla osób będących w trudnej sytuacji finansowej
- stworzenie mapy zasięgu usługi powszechnej oraz określenie obszarów o najniższym poziomie penetracji, wymagających interwencji
- stymulowanie poprawy dostępności usługi poprzez operatora wyznaczonego
- dążenie do otwarcia usługi powszechnej na inwestycje potencjalnych nowych przedsiębiorców
- rozgraniczenie regulacji usługi powszechnej od regulacji w zakresie usług detalicznych; działanie to wymaga zmian w prawie telekomunikacyjnym, w związku z czym do jego realizacji będzie potrzebne zaangażowanie organów legislacyjnych

MIERNIK²

1 Czas realizacji zamówienia na przyłączenie dla usługi powszechnej przez operatora wyznaczonego

2 Maksymalny czas oczekiwania na przyłączenie dla usługi powszechnej

AKTUALNA WARTOŚĆ MIERNIKA

1 Czas realizacji zamówień wynosi 23 dni dla 95% zamówień i 55 dni dla 99% zamówień (średniokrajowe wartości parametrów osiągnięte przez operatora wyznaczonego w 2007r.)

2 Maksymalny czas oczekiwania na przyłącze wynosi 10 miesięcy

DOCELOWA WARTOŚĆ MIERNIKA

1 Celem Prezesa UKE na rok 2010 jest 20 dni dla 95% zamówień oraz 21 dni dla 99% zamówień

2 Maksymalny czas oczekiwania na przyłącze ma wynosić 6 miesięcy w 2010 roku

² Mierniki dotyczą powyżej opisanego jednego z działań: „stymulowanie poprawy dostępności usługi poprzez operatora wyznaczonego”

Podniesienie dostępności usługi powszechnej: harmonogram wdrażania	
Wprowadzenie cennika usługi powszechnej przeznaczonego dla osób znajdujących się w złej sytuacji finansowej	Połowa 2008
Ustalenie ogólnokrajowej mapy zasięgu dostępu do usługi powszechnej i określenie obszarów najściślej zurbanizowanych	2009
Poprawa dostępu do usługi powszechnej na terenach słabo zurbanizowanych za pośrednictwem przedsiębiorcy wyznaczonego	2008-2010
„Otwarcie” usługi powszechnej na inwestycje/działania nowych potencjalnych przedsiębiorców wyznaczonych	2009-2010
Rozgraniczenie regulacji usługi powszechnej od regulacji w zakresie usług detalicznych - zmiana Prawa Telekomunikacyjnego	2009

4.1.2. Podniesienie dostępności szerokopasmowego Internetu oraz nowych usług i pakietów usługowych poprzez:

a) wprowadzenie procedur zapewniających możliwość wdrożenia LLU i promowanie LLU w relacji do innych ofert

Jak pokazują doświadczenia innych krajów europejskich, wprowadzenie skutecznych mechanizmów umożliwiających dostęp do infrastruktury operatora zasiedziałego jest jednym z najbardziej efektywnych mechanizmów stymulowania konkurencyjności na rynku. Mechanizmy te przyczyniają się do obniżenia cen usług i większej różnorodności produktów dostępnych dla konsumentów. Dlatego jednym z kluczowych działań strategicznych Prezesa UKE będzie zapewnienie możliwości wdrożenia LLU w Polsce. Osiągnięcie tego celu zostanie zrealizowane poprzez:

- skuteczną egzekucję obecnej umowy ramowej oraz zasad dotyczących wdrażania LLU w celu zminimalizowania przypadków opóźniania lub blokowania korzystania z pętli lokalnej
- przeprowadzenie rewizji oferty ramowej na kolokacje urządzeń technicznych operatorów alternatywnych w sieci operatora zasiedziałego
- dokonanie analizy cenników WLR, BSA i LLU oraz skorygowanie ofert, tak aby stworzyć odpowiednie proporcje cenowe pomiędzy wyżej wymienionymi usługami, a w szczególności, aby zapewnić opłacalność inwestycji w LLU
- porównanie i dopasowanie poziomu cen do najlepszych benchmarków Unii Europejskiej
- opracowanie zasad migracji pomiędzy WLR, BSA a LLU, tak aby umożliwić operatorom większą elastyczność ofertowania i stymulować inwestycje w rozbudowę infrastruktury na potrzeby LLU

MIERNIK

Udział (%) klientów korzystających z uwolnionych linii

AKTUALNA WARTOŚĆ MIERNIKA

Obecnie w Polsce uwolnionych jest ok. 130 linii

DOCELOWA WARTOŚĆ MIERNIKA

Minimum 10% linii operatora zasiedziatego uwolnionych na koniec 2010 r.³

Wprowadzanie procedur zapewniających możliwość wdrożenia LLU i promowanie LLU w relacji do innych ofert: harmonogram wdrażania	
Egzekucja wdrażania aktualnej oferty ramowej	Ciągłe
Rewizja oferty ramowej na dostęp do kanalizacji kablowej dla potrzeb LLU	2. kwartał 2008
Wprowadzenie zasad migracji pomiędzy usługami WLR, BSA a LLU w ofertach ramowych	3. kwartał 2008
Wprowadzenie mechanizmów cenowych promujących korzystanie z LLU	4. kwartał 2008
Ewaluacja oferty ramowej (na LLU)	1. kwartał 2009

b) rozszerzenie oferty hurtowej BSA i WLR oraz wprowadzenie modelu Service Provider (SP)

Rozszerzenie oferty hurtowej BSA i WLR jest kluczowe z punktu widzenia stymulowania konkurencyjności oraz zapewnienia odpowiedniej różnorodności ofert i cen. Działanie to przyczyni się również do redukcji cen na rynku telefonii stacjonarnej i dostępu do Internetu. Aby jednak cele te mogły być zrealizowane, konieczne jest :

- ciągłe monitorowanie i skuteczna egzekucja istniejących regulacji w BSA i WLR
- egzekucja wdrażania aktualnej oferty ramowej i decyzji WLR
- rozszerzenie oferty hurtowej poprzez wprowadzenie modelu Service Provider (SP). Model ten zyskał bardzo dużą popularność w wielu krajach UE, między innymi w Wielkiej Brytanii i Niemczech. Pozwala on w łatwy i szybki sposób rozpocząć świadczenie usługi dostępu do Internetu lub telefonii stacjonarnej minimalizując koszty rozpoczęcia działalności. Podmioty działające w modelu SP nie muszą budować własnej infrastruktury. Taki operator zajmuje się jedynie sprzedażą usługi ze swoim logiem w oparciu o własną sieć dystrybucji. Podmiot, który chce pełnić rolę wirtualnego operatora, kupuje jedynie bezpośredni dostęp do Internetu, a cały ruch do klienta końcowego jest kierowany po sieci operatora dominującego. Aby wprowadzić model operatora wirtualnego w usługach szerokopasmowych, należy wymusić na operatorze dominującym możliwość dołączania się do jego sieci

³ 10% udział LLU jest wzorowany na doświadczeniach w kilku krajach Europy Zachodniej

bezpośrednio na poziomie dostępu do Internetu, czyli za siecią IP. Przykład Wielkiej Brytanii pokazuje, że niezwykle ważne dla powodzenia modelu SP jest maksymalne uproszczenie zmiany dostawcy usług szerokopasmowego dostępu do Internetu. Model ten, wobec funkcjonowania usługi BSA oraz promowania usługi LLU, wymaga starannego opracowania warunków finansowych funkcjonowania, tak aby zachować priorytety regulacyjne szczególnie po stronie usługi w większym stopniu wspierającej budowę infrastruktury

Równocześnie z powyższymi pracami będą realizowane działania zmierzające do rozbudowania parametrów SLA w ofertach ramowych.

Następnym istotnym elementem będzie rozważenie wprowadzenie nowych technologii do ofert ramowych, na przykład:

- Gigabit Ethernet
- Technologii umożliwiających świadczenie usług triple play (multichannel, multicast)
- Wyższych prędkości
- Innych

Dzięki temu krokowi pojawi się konkurencja na rynkach bardziej innowacyjnych produktów, które do tej pory były poza zasięgiem operatorów alternatywnych, np. usług triple play.

Ponadto do oferty hurtowej zostanie wprowadzona na wzór Danii usługa naked DSL z cenami odzwierciedlającymi rzeczywiste koszty. Koszt tej usługi będzie wyraźnie niższy niż połączonej usługi PSTN i DSL.

Do oceny sukcesu tego działania strategicznego zostanie wykorzystany miernik w postaci udziału klientów korzystających z usługi BSA i WLR oraz udziału rynkowego SP.

MIERNIK

Udział linii BSA oraz linii sprzedawanych przez model SP w ogólnej liczbie linii DSL

AKTUALNA WARTOŚĆ MIERNIKA

1 Obecnie z BSA korzysta ok. 130 000 osób, co stanowi ok. 5% wszystkich linii DSL

2 Obecnie nie ma oferty hurtowej dla modelu SP

DOCELOWA WARTOŚĆ MIERNIKA

Wspólny udział BSA oraz linii DSL sprzedanych na rynku przez SP wyniesie ok. 25% z wszystkich dostępow DSL

Rozszerzanie oferty hurtowej BSA i WLR oraz wprowadzenie modelu SP: harmonogram wdrażania	
Egzekucja wdrażania aktualnej oferty ramowej BSA oraz decyzji WLR	ciągłe
Wprowadzenie modelu SP do ofert hurtowych (BSA + WLR)	VI 2008
Rozbudowanie parametrów SLA w ofertach ramowych	VI 2008
Konsultacje wprowadzenia nowych technologii w ofertach hurtowych, między innymi: Gigabit Ethernet, umożliwiające świadczenie usług triple play (Multichannel, Multicast, większe prędkości) i inne	VII 2008
Wprowadzenie oferty hurtowej NDSL na wzór Danii (NDSL z wyraźnie niższą ceną względem oferty łączonej PSTN + DSL)	4. kwartał 2008

4.1.3. Podniesienie dostępności usług komórkowych poprzez obniżenie cen na rynku telefonii komórkowej

Prezes UKE będzie monitorował poziom cen i działania operatorów na rynku detalicznym pod kątem konieczności wdrożenia regulacji cen detalicznych na tym rynku. Mimo pozytywnego trendu spadkowego, ceny na tym rynku są wciąż zdecydowanie wyższe niż w innych krajach Unii Europejskiej. Konieczne jest zatem przyspieszenie tempa obniżania cen. Zostanie to osiągnięte między innymi poprzez redukcję stawek MTR. Prezes UKE będzie dążył do szybszej niż planowano redukcji tych stawek. W 2010 r. nastąpi dla stawek MTR przejście na metodę kalkulacji LRIC. Poprzez obniżanie stawek MTR Prezes UKE zamierza również osiągnąć poprawę proporcji stawek MTR i FTR, co przyczyni się do poprawy konkurencyjności pomiędzy telefonią komórkową i stacjonarną a także do spadku cen F2M.

MIERNIK

Wysokość maksymalnych stawek MTR

AKTUALNA WARTOŚĆ MIERNIKA

Obecnie maksymalna stawka MTR wynosi 0,4 PLN za minutę połączenia

DOCELOWA WARTOŚĆ MIERNIKA

Docelowa maksymalna stawka MTR na 2010, powinna wynosić nie więcej niż 0,15 PLN za minutę połączenia (z zastrzeżeniem uwzględnienia wymogów względem kosztów operatorów i aktualnej sytuacji cenowej w UE)

Podniesienie dostępności usług komórkowych poprzez obniżenie cen na rynku telefonii komórkowej: harmonogram wdrażania	
Wdrożenie regulacji cen detalicznych w przypadku zaistnienia okoliczności tego wymagających	ciągłe
Obniżki MTR	V 2008- V 2010
Zmiana obecnych proporcji stawek MTR do FTR na korzyść FTR	2009
Przejście na kalkulację LRIC dla MTR	2010

4.1.4. Podniesienie dostępności konkurencyjnych ofert poprzez usuwanie barier i redukcja kosztów zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych

Zapewnienie sprawnej możliwości zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych jest jednym z podstawowych warunków istnienia konkurencji na rynku. Dlatego Prezes UKE będzie dążył do:

- obniżenia kosztów przenoszenia numerów i usprawnienia procesów przenoszenia numerów, tak aby skrócić czas realizacji do standardów europejskich
- wdrożenia systemu migracji klientów pomiędzy usługami dostępu do Internetu opartego o kody autoryzacyjne dla migracji (migration authorisation codes). Jest to sprawnie działający system minimalizujący wysiłek i koszt klienta przy zmianie dostawcy usług dostępu do Internetu. Polega on na obowiązku przekazania klientowi kodu autoryzacji dla migracji przez obecnego dostawcę usług w ciągu 5 dni roboczych. Kod uprawnia klienta do zmiany dostawcy w ciągu kolejnych 30 dni. Zmiana dostawcy odbywa się poprzez przekazanie nowemu dostawcy kodu autoryzacji dla migracji. Kod może być przekazany nowemu operatorowi dogodnymi dla klientów kanałami, np. przez Internet, telefon lub w punkcie sprzedaży. Zaangażowanie klienta kończy się na przekazaniu kodu autoryzacji dla migracji nowemu dostawcy. W ciągu 6 – 10 dni roboczych następuje zmiana dostawcy przy zaangażowaniu jedynie starego i nowego przedsiębiorcy bez udziału klienta. Okres, kiedy klient pozostaje bez aktywnej usługi jest minimalizowany (zazwyczaj jest to kilka godzin). Warto rozważyć również wprowadzenie podobnego mechanizmu dla przenoszenia numerów

Ocena skuteczności powyższych działań będzie następowała na podstawie wyników ankiety konsumenckiej, w której klienci oceniają trudność zmiany dostawcy dla poszczególnych typów usług.

MIERNIK

Ocena stopnia trudności, pojawiających się wraz ze zmianą obecnego operatora głównego na innego (w 5-stopniowej skali, gdzie 1 oznacza „zmiana nie spowoduje żadnych trudności”, a 5 – „zmiana wiązałaby się z wielkimi trudnościami”) na podstawie ankietowych badań konsumenckich. Ostateczna ocena to ta, którą wybierze największa liczba respondentów

AKTUALNA WARTOŚĆ MIERNIKA

Obecnie stopień oceny wynosi 3

DOCELOWA WARTOŚĆ MIERNIKA

Docelowa wartość ma wynosić 1

Podniesienie dostępności konkurencyjnych ofert poprzez usuwanie barier i redukcja kosztów zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych: harmonogram wdrażania	
Obniżenie kosztów przenoszenia numerów	XII 2008
Wdrożenie uproszczonej procedury migracji bazującej na brytyjskich migration authorisation codes	VI 2008
Usprawnienie procesu przenoszenia numeru (skrócenie czasu do standardów europejskich)	2008/2009

4.1.5. Podniesienie dostępności nowych usług poprzez maksymalizację wykorzystania częstotliwości

Jednym z podstawowych zadań Prezesa UKE jest zarządzanie częstotliwościami. Jest to bardzo ważna funkcja przyczyniająca się do rozwoju sieci, a co za tym idzie podnoszenia dostępności usług dla społeczeństwa. Odpowiednie zarządzanie częstotliwościami determinuje liczbę dostawców na rynku usług oraz ich ofertę, wpływając na konkurencyjność. Dodatkowo przyczynia się do rozwoju nowych produktów poprzez udostępnianie częstotliwości, których wymagają nowe produkty, jak również poprzez udostępnianie pewnych częstotliwości na potrzeby prowadzenia badań nad nowymi rozwiązaniami.

Na realizację niniejszego działania będzie składało się między innymi:

- przygotowanie planu działań, mających na celu efektywne wykorzystanie częstotliwości z uwzględnieniem nowych technologii oraz wdrożenie planu. Będzie on obejmował takie działania jak stworzenie planu zagospodarowania częstotliwości, obejmującego harmonogram uwalniania nowych częstotliwości, zagospodarowanie dywidendy cyfrowej, pasmo pod nowe technologie, np. radio cyfrowe czy też częstotliwości do prowadzenia badań i testów. Ważnym zadaniem w ramach planu działań będzie dążenie do stworzenia warunków dla rozwijania naziemnych telewizji i radia cyfrowego, w tym także w ich wariantach przeznaczonych dla urządzeń mobilnych. Ponadto plan stworzy założenia dla promowania technologii efektywnie

wykorzystujących pasmo, takich jak współużytkowanie widma, ograniczone emisje pozapasmowe, większa odporność na emisje pozapasmowe, większe przepływności

- udostępnianie nowych częstotliwości poniżej 10GHz, w szczególności na rozwój szerokopasmowego dostępu do Internetu, zwłaszcza w obszarach słabo zurbanizowanych. Zadanie to obejmuje przede wszystkim udostępnienie ostatnich częstotliwości w paśmie 3,7GHz, przyznając preferencje jednostkom samorządu terytorialnego, które dzięki środkom z funduszy strukturalnych mogą budować infrastrukturę telekomunikacyjną w miejscach, gdzie inwestowanie jest mało atrakcyjne dla operatorów telekomunikacyjnych. W ramach realizacji tego zadania Prezes UKE zamierza także rozdysponować w drodze przetargu częstotliwości 2,300 – 2,350 GHz oraz 2,500-2,690 GHz. Szczególnie ten ostatni zakres będzie bardzo atrakcyjny w kontekście zwiększenia konkurencyjności i rozbudowywania oferty dla użytkownika końcowego na rynku telekomunikacyjnym oraz z uwagi na zaawansowany stan jego europejskiej harmonizacji. Częstotliwości te będą rozdysponowane na zasadach neutralności technologicznej i elastyczności wykorzystania
- stworzenie mechanizmów i narzędzi umożliwiających publiczny dostęp do informacji o stanie wykorzystania widma. W tym celu Prezes UKE będzie dążył do stworzenia na wzór Kanady internetowego systemu informacji i obsługi procesów związanych z zarządzaniem częstotliwościami

Oprócz wyżej wskazanych działań, w celu podniesienia efektywności wykorzystania widma radiowego wskazane jest podjęcie szeregu działań, które leżą poza zakresem kompetencji Prezesa UKE. Do takich działań należą:

- wprowadzenie możliwości przeprowadzania aukcji na częstotliwość (w formie przetargu wielostopniowego)
- wprowadzenie mechanizmu pośredniego pomiędzy zwolnieniem a rezerwacją częstotliwości: system rejestracyjny (light licencing), znacząco upraszczający procedury dostępu do pasma dla operatorów. System ten będzie polegał na obowiązku informowania UKE o planie zajęcia wolnego pasma przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego dla zakresów częstotliwości objętych tym systemem. Rozwiązanie takie pozwoli na znaczącą redukcję czasu i kosztów związanych z rozpoczęciem użytkowania danej częstotliwości, przyczyniając się do znacznego przyspieszenia tempa inwestycji, wzrostu liczby przedsiębiorców telekomunikacyjnych i poprawy konkurencyjności oraz dostępności usług telekomunikacyjnych
- celem Prezesa UKE będzie także obniżenie opłat za częstotliwości.

Do wdrożenia powyższych zmian będzie potrzebne zaangażowanie innych organów państwowych, między innymi Rady Ministrów oraz właściwego ministerstwa. Prezes UKE będzie w miarę swoich możliwości inicjować i wspierać wszelkie prace nad zmianami prawnymi, które są wymagane do ich wdrożenia.

Zgodnie z przepisami ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy Prawo Telekomunikacyjne, kompetencje w zakresie prowadzenia procesu konwersji cyfrowej leżą w gestii UKE i KRRiT. Kontynuowana będzie intensywna współpraca w celu jak najszybszego uruchomienia

naziemnych emisji cyfrowych DVB-T i rozpoczęcia wyłączenia telewizyjnych stacji analogowych.

W okresie przejściowym planuje się umieszczenie całej dostępnej obecnie nieodpłatnie oferty telewizji publicznej oraz dostępnych analogowo programów nadawców komercyjnych w pierwszej ogólnopolskiej nadawczej sieci cyfrowej, aby w ten sposób zapewnić gwarancję powszechności dotychczasowych usług audiowizualnych i gwarancję rekompensaty uzyskanych wcześniej praw dotychczasowych nadawców do nadawania analogowego w postaci gwarancji kontynuowania nadawania tych samych programów w technice cyfrowej. Oferta programowa świadczona w tej sieci powinna być ogólnodostępna i bezpłatna.

Druga ogólnopolska sieć nadawcza, obejmująca w okresie przejściowym (tj. do rozpoczęcia wyłączenia stacji analogowych), ok. 91 procent obszaru Polski i 92% ludności (odbiór stacjonarny z anteną na zewnątrz budynku). Prezes UKE stoi na stanowisku, że sieć ta powinna zostać rozdysponowana w drodze konkursu, dla nowych nadawców, aby w ten sposób przyciągnąć konkurencję i wzmocnić motywację społeczną do przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe. Multipleks ten byłby przeznaczony zarówno dla potrzeb DVB-T, jak i w dalszej przyszłości HDTV, w ramach oferty bezpłatnej (finansowanie z reklam), odpłatnej lub mieszanej.

Ponadto, kontynuowane będą prace nad wdrożeniem DVB-H, początkowo (od 2008 r.) w wersji wyspowej, obejmującej 31 miast, a po przejściu z nadawania analogowego na nadawanie cyfrowe, w zasięgu ogólnokrajowym.

MIERNIK

Poziom wykorzystania zakresu częstotliwości (szerokość widma). Docelowa wartość miernika jest szacowana na podstawie realizacji planów przetargowych Prezesa UKE w zakresie udostępniania częstotliwości zainteresowanym podmiotom. Wartość ta dotyczy zakresów ogólnopolskich

AKTUALNA WARTOŚĆ MIERNIKA

Obecna wartość miernika wynosi 1347,5 MHz

DOCELOWA WARTOŚĆ MIERNIKA

Celem Prezesa UKE jest osiągnięcie wartości miernika na poziomie 1695,5 MHz w 2010 r.

Podniesienie dostępności nowych usług poprzez maksymalizację wykorzystania częstotliwości: harmonogram wdrażania	
Udostępnianie nowych zakresów częstotliwości poniżej 10GHz (w szczególności dla systemów szerokopasmowych) na obszarze całego kraju	2009
Upublicznianie informacji o stanie wykorzystania widma i udostępnianie narzędzi do korzystania z tych informacji	2008

Przygotowanie planu działań mających na celu efektywne wykorzystanie częstotliwości z uwzględnieniem nowych technologii	2008
Działania dodatkowe wymagające zmian prawnych	
Wprowadzenie możliwości przeprowadzania aukcji na częstotliwości (przetarg wielostopniowy)	2008
Obniżanie opłat za częstotliwości w szczególności pod kątem promowania inwestycji na terenach wiejskich - działanie legislacyjne	2008
Wprowadzenie mechanizmu pośredniego między rezerwacją a zwolnieniem, tj. systemu rejestracyjnego (light licencing)	Połowa 2009

4.2. Działania trudno mierzalne (pośrednie)

4.2.1. Podnoszenie jakości świadczonych usług i ochrona konsumentów na rynkach telefonii komórkowej, stacjonarnej oraz dostępu do Internetu

Przy dynamicznie wzrastającej penetracji usługami telekomunikacyjnymi bardzo ważnym elementem jest monitorowanie jakości świadczonych usług. Poprzez swoje działania Prezes UKE będzie dążył do podnoszenia jakości dla klientów. Zostaną wprowadzone mechanizmy regularnej i wyrównanej kontroli jakości świadczonych usług na rynku telefonii stacjonarnej, komórkowej i dostępu do Internetu. Wyniki badań Prezesa UKE będą publikowane w formie informacji porównawczych.

Wraz z rozwojem i zmianami struktury rynku usług telekomunikacyjnych planowane i podejmowane są również działania dostosowujące możliwości kontroli QoS do aktualnych potrzeb. Dotyczy to stworzenia możliwości badań i pomiarów:

- połączeń z sieci PSTN do sieci ruchomych (GSM) oraz między sieciami ruchomymi (rozpoczęcie badań w tym zakresie planowane jest w II półroczu br.)
- usług telekomunikacyjnych wykonywanych w technologii IP w zakresie szerokopasmowego dostępu do Internetu oraz telefonii głosowej – VOIP (do końca I półroczu br. planowane jest zakończenie fazy testów w wybranych sieciach operatorów IP. Uzyskane w tym okresie wyniki i doświadczenie umożliwią rozpoczęcie przez UKE badań parametrów QoS w sieciach IP w podstawowym zakresie jeszcze w roku 2008)
- linii kablowych w zakresie parametrów związanych z usługami szerokopasmowej transmisji danych xDSL (wszystkie delegatury UKE zostaną wyposażone w odpowiednie mierniki do badań linii abonenckich do połowy września br.)
- zasięgów sieci komórkowych oraz pomiarów jakości transmisji głosu i danych zgodnie z zaleceniami ITU-T P.862 (do sierpnia br. UKE będzie dysponować odpowiednim wyposażeniem)

Bardzo ważnym elementem działań w obszarze podnoszenia jakości usług będzie również stworzenie katalogu wzorcowych wskaźników jakości, który początkowo będzie stanowił wzorzec odniesienia dla porównania jakości usług telekomunikacyjnych, a w przyszłości

mógłby stać się podstawą prac ministra właściwego ds. łączności zmierzających do wydania rozporządzenia, zgodnie z którym minister ten może określić, w drodze rozporządzenia, wymagania dotyczące jakości poszczególnych usług a co najmniej treść, formę, terminy i sposób publikowania informacji przez dostawców usług, kierując się potrzebą zapewnienia użytkownikom końcowym dostępu do wyczerpujących i przejrzystych informacji.

Wstępnie opracowany katalog wskaźników został już poddany konsultacjom środowiskowym przez Prezesa UKE. Wdrożenie tego typu regulacji powinno zapewnić możliwość zbierania i prezentowania danych dotyczących jakości usług świadczonych w sieciach poszczególnych operatorów w formie porównawczej,

4.2.2. Podnoszenie świadomości klientów i edukacja w zakresie dostępnych produktów i przysługujących im praw

Podnoszenie świadomości klientów i edukacja w zakresie dostępnych produktów jest ważnym elementem budowania społeczeństwa informacyjnego i wzrostu penetracji usługami telekomunikacyjnymi. Istotna z punktu widzenia ochrony konsumenta jest również edukacja konsumentów w zakresie ich praw. Prezes UKE będzie wykorzystywał dostępne media i narzędzia do realizacji tych zadań. Będzie się to odbywało między innymi poprzez rozbudowę strony internetowej i umieszczanie tam szczegółowych informacji o dostępnych produktach, korzyściach z nich płynących oraz prawach przysługujących klientom. Zrealizowane zostaną również kampanie informacyjne z wykorzystaniem środków masowego przekazu, opracowane będą publikacje i broszury informacyjne dla klientów.

W 2007 r. w UKE zostało stworzone Centrum Informacji Konsumentckiej (CIK), gdzie konsumenci mogą szybko, sprawnie i bezpłatnie uzyskać informacje na temat korzystania z usług operatorów telekomunikacyjnych, jak również porady prawne w zakresie możliwości dochodzenia swoich praw w przypadku problemów z operatorem. CIK cieszy się obecnie dużą popularnością, realizuje ok. 70 telefonów dziennie i liczba ta rośnie. W CIK analizowane są problemy zgłaszane przez konsumentów zarówno drogą telefoniczną, jak i korespondencyjną oraz wypracowywane są dla nich rozwiązania także pod kątem postulowanych zmian prawa. Na bieżąco również podejmowane są działania usprawniające działalność CIK. W przyszłości Prezes UKE przewiduje rozbudowę Centrum, tak aby zaspokoić rosnące potrzeby konsumentów.

4.2.3. Poprawa przejrzystości i zgodności z prawem ofert na usługi telekomunikacyjne

Przejrzystość ofert dla klientów jest kluczowym elementem konkurencyjności. Stąd też istnieje potrzeba szczególnej ochrony konsumenta przed nadużyciami i nieprawidłowościami w tym zakresie. Prezes UKE będzie swoimi działaniami przyczyniał się do wzrostu poziomu zrozumienia ofert przez klientów i możliwości ich porównywania w celu wyboru najlepszej. Regularnie będzie monitorowany poziom zrozumienia ofert telekomunikacyjnych przez klientów. Kontroli zgodności z prawem oraz przejrzystości warunków umownych będą podlegały regulaminy i wzorce umów na świadczenie usług telekomunikacyjnych. Ponadto przygotowywane będą publikacje z porównaniem ofert usług telekomunikacyjnych, które będą rozpowszechniane wśród klientów w celu ułatwienia im wyboru usługi najbardziej dla nich korzystnej. Ponadto Prezes UKE zamierza doprowadzić do powstania serwisu internetowego umożliwiającego porównywanie opłat stosowanych przez poszczególnych operatorów najpóźniej w 2009 r.

4.2.4. Działania mające na celu pozyskanie inwestorów na polski rynek telekomunikacyjny i promowanie inwestycji krajowych, w tym Ministerstwa Skarbu Państwa i jednostek samorządu terytorialnego

Jednym z ważnych celów stojących przed Polską jest zwiększanie liczby i poziomu inwestycji w sektorze telekomunikacyjnym. Jest to działanie, które wymaga zaangażowania i współpracy wielu podmiotów, między innymi organów legislacyjnych, ministerstw, samorządów oraz innych organizacji rządowych i pozarządowych. Prezes UKE dostrzega wagę potrzeby inwestycji w sektor telekomunikacyjny i będzie w miarę swoich możliwości dążył do ich stymulacji. Kompetencje Prezesa UKE nie pozwalają na podejmowanie bezpośrednich działań, dlatego Prezes UKE będzie się koncentrował na pośrednim wspieraniu rozwiązań przyjaznych dla inwestorów. Prezes UKE będzie promował oraz wspierał tworzenie korzystnych dla inwestorów rozwiązań prawnych i organizacyjnych. Celem Prezesa UKE będzie również usuwanie prawnych i administracyjnych barier inwestycyjnych w Polsce. Prezes UKE będzie współpracował z organizacjami finansowymi (EBOR, Bank Światowy i fundusze inwestycyjne) w celu zachęcenia tych instytucji do finansowania inwestycji telekomunikacyjnych w Polsce. Kolejnym elementem tego działania będzie współpraca z organizacjami rządowymi i pozarządowymi zajmującymi się stymulowaniem inwestycji w Polsce, w szczególności z PAIILZ. Podjętych zostanie również szereg działań informacyjnych. Prezes UKE będzie promował Polskę na konferencjach, targach i wystawach oraz brał udział w misjach inwestycyjnych. Realizowane będą także kampanie informacyjne przy wykorzystaniu dostępnych mediów zachęcające do inwestowania w sektor telekomunikacyjny. Serwis internetowy UKE zostanie rozbudowany o informacje dotyczące warunków inwestowania w Polsce oraz nowych możliwości związanych z rozdysponowaniem widma. Informacje będą również rozpowszechniane poprzez ogłoszenia w prasie profesjonalnej, katalogach branżowych, przygotowywanie raportów branżowych, materiałów informacyjnych dla ambasad i ulotek.

Prezes UKE będzie kontynuować bardzo szeroko zakrojoną współpracę z Jednostkami Samorządu Terytorialnego dotyczącą wsparcia w prowadzeniu inwestycji telekomunikacyjnych przez samorządy. Działania Prezesa UKE wpisują się w grupę programów związanych z informatyzacją państwa. Programy te są współfinansowane ze środków UE (np. Program Operacyjny Polska Wschodnia, Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka). Budowa infrastruktury telekomunikacyjnej z wykorzystaniem inicjatyw samorządów będzie kołem napędowym procesu dostarczania nowoczesnych usług telekomunikacyjnych na tereny zagrożone wykluczeniem cyfrowym. Prezes UKE będzie kontynuować organizację przetargów na zakresy częstotliwości, na których można uruchomić dostęp do Internetu szerokopasmowego dla potrzeb samorządów i MSP (małe i średnie przedsiębiorstwa). Zostanie też przygotowany specjalny podręcznik dla samorządów, w którym zostaną zawarte wskazówki, jak prowadzić inwestycję telekomunikacyjną.

5. Prognozowane efekty wdrożenia strategii oraz estymowany stan polskiego rynku telekomunikacyjnego w 2010 roku

5.1. Telefonii stacjonarna

Na rynku telefonii stacjonarnej w Polsce w latach 2008-2010 będą nadal rozwijać się panujące dotychczas trendy:

- Zastępowanie telefonii stacjonarnej telefonią komórkową
- Redukcja cen
- Wzrost konkurencyjności rynku
- Konwergencja usług

Równolegle do wyżej wymienionych trendów powinny mieć miejsce następujące zmiany długoterminowe:

- Wzrost dostępności geograficznej telefonu stacjonarnego – redukcja liczby konsumentów czekających na instalację telefonu
- Wprowadzanie przez operatorów kolejnych ofert pakietowych
- Wliczanie jak największej liczby usług w abonament
- Rozwój nowych usług oraz wzrost atrakcyjności oferowanych usług

Analiza przykładów rozwoju innych rynków telekomunikacyjnych na świecie oraz plan działań, które Prezes UKE zamierza zrealizować, pozwalają na wstępne oszacowanie kluczowych wartości opisujących polski rynek telekomunikacyjny (na koniec 2010 r.):

Konkurencyjność rynku:

- **Liczba linii uwolnionych LLU** – 7-10% linii operatora zasiedziałego
- **Liczba linii odsprzedanych na rynku hurtowym (LLU+BSA)** – 20% linii operatora zasiedziałego
- **Udział (%) abonentów korzystających z oferty alternatywnych operatorów** – 30%
- **Udział (%) abonentów zmieniających operatora** – ok. 7-10%
- **Czas przeniesienia numeru stacjonarnego do innego operatora** - do 10 dni roboczych

Redukcja Cen:

- **Cena LLU** – ok. 8 EUR
- **Średnia cena połączenia krajowego za minutę** – 1,75 eurocentów/min.
- **Średnia cena połączenia F2M (z sieci stacjonarnej do komórkowej)** – proporcjonalnie do spadku ceny MTR, nie więcej niż 13 eurocentów/min.

Dostępność usługi:

- **Średni czas oczekiwania na przyznanie numeru** – skrócenie do 10 dni roboczych

Wiele wskazuje na to, że mimo fundamentalnego spadku zainteresowania konsumentów telefonią stacjonarną, jej atrakcyjność może wzrosnąć dzięki implementacji rozwiązań wspierających konkurencyjność na rynku. Jednym z podstawowych sposobów na utrzymanie rentowności tego sektora będzie świadczenie przez operatorów wielu nowych usług. Dotyczy to zarówno operatora zasiedziałego, jak i operatorów alternatywnych.

5.2. Telefonii ruchoma

Na rynku telefonii komórkowej w Polsce w latach 2008-2010 będą nadal rozwijać się panujące dotychczas trendy:

- Większa konkurencyjność rynku
- Spadek cen
- Dalszy wzrost penetracji telefonii komórkowej

W przypadku telefonii komórkowej działania Prezesa UKE polegają na monitorowaniu i obniżaniu stawek MTR oraz na pośrednim wspieraniu nowych operatorów MVNO planujących rozpoczęcie działalności biznesowej na rynku polskim.

Analiza przykładów rozwoju innych rynków telekomunikacyjnych na świecie oraz plan działań, które Prezes UKE zamierza zrealizować, pozwalają na wstępne oszacowanie kluczowych wartości opisujących polski rynek telekomunikacyjny (na koniec 2010 r.):

Konkurencyjność rynku:

- **Liczba/udział MVNO w rynku telefonii mobilnej (wg wartości rynku)** ⁴ – 5-10%
- **Liczba/udział MVNO w rynku telefonii mobilnej (wg liczby abonentów)** – 10-15% rynku
- **Udział (%) abonentów zmieniających operatora** - 7-9%
- **Czas przeniesienia numeru** – do 3 dni

Redukcja cen:

- **Średnia stawka MTR** – 15 groszy
- **Średnia cena połączenia M2M za minutę** – niższa o 30% w stosunku do obecnej średniej

5.3. Internet

Na rynku dostępu do Internetu w Polsce w latach 2008-2010 będą nadal rozwijać się panujące dotychczas trendy:

- Większa konkurencyjność rynku
- Dalszy wzrost penetracji dostępu szerokopasmowego
- Spadek cen

⁴ Do szacunków udziałów operatorów MVNO wzięta została pod uwagę sieć Play

- Większa liczba technologii pozwalająca na korzystanie z Internetu szerokopasmowego

Równolegle do wyżej wymienionych trendów powinny mieć miejsce następujące zmiany długoterminowe:

- Rozwój nowych usług oraz wzrost atrakcyjności oferowanych usług
- Wzrost dostępności geograficznej telefonu stacjonarnego – redukcja liczby konsumentów czekających na instalację telefonu
- Dalszy rozwój ofert konwergentnych, pozwalających na niezauważalne „przechodzenie” pomiędzy technologiami oraz oferujących oferty pakietowe na dostęp do Internetu i rozmowy telefoniczne (stacjonarne i komórkowe)

Analiza przykładów rozwoju innych rynków telekomunikacyjnych na świecie oraz plan działań, które Prezes UKE zamierza zrealizować pozwalają na wstępne oszacowanie kluczowych wartości opisujących polski rynek telekomunikacyjny w tym obszarze (na koniec 2010 r.):

Konkurencyjność rynku:

- **Liczba klientów korzystających z BSA oraz SP – 25 % całego rynku DSL**

Dostępność szerokopasmowego Internetu:

- **Penetracja usługami szerokopasmowego Internetu – 20%**

Ceny:

- **Średnia cena za szerokopasmowy dostęp do Internetu na rynku detalicznym – 15-20 EUR (dziś 43,49 EUR)**

Powyższe założenia są całkowicie możliwe do zrealizowania. Jednak wskazać trzeba, że nie tylko działalność regulatora wpływa na konkurencyjność polskiego rynku telekomunikacyjnego. Aby zmaksymalizować korzyści dla obywateli, ze względu na obecny stan rozwoju polskiego rynku telekomunikacyjnego oraz sposób działania organów administracji państwowej w chwili obecnej niezbędne jest połączenie wysiłków instytucji rządowych oraz ujednoczenie kierunków ich działań w imię interesu polskiego społeczeństwa. Pozwoli to na zwiększenie zaplanowanych w strategii efektów, szczególnie tych, które są zależne od wielu agend rządowych. Liczne przykłady z innych państw na całym świecie oraz analizowane, pełne sukcesów historie rozwoju rynków telekomunikacyjnych świadczą o tym, że tylko i wyłącznie połączenie sił rozlicznych agend rządowych oraz wykorzystanie dostępnych funduszy poprzez ujednoczone nimi zarządzanie i ukierunkowanie ich wykorzystania, pozwoli na dynamiczny rozwój polskiego rynku telekomunikacyjnego. Skutkiem tego będzie również zmniejszenie stopnia niedoskonałości dostępnej infrastruktury oraz wzmocnienie świadomości nowoczesnych technologii telekomunikacyjnych wśród polskiego społeczeństwa.

Spis używanych skrótów

ADSL – Asymmetric Digital Subscriber Line

ATM – Asynchronous Transfer Mode

BSA – Bitstream Access

DSL – Digital Subscriber Line

DVB – Digital Video Broadcast

F2M – Fixed to Mobile

FTTx – Fiber To The x

FWA – Fixed Wireless Access

LLU – Local Loop Unbundling

M2I – Mobile to International

M2M – Mobile to Mobile

MTR – Mobile Termination Rate

MVNO – Mobile Virtual Network Operator

NDSL – Naked Digital Subscriber Line

NP – Number Portability

PAIiIZ - Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych

SP – Service Provider

UE – Unia Europejska

UKE – Urząd Komunikacji Elektronicznej

VoD – Video on Demand

WLR – Wholesale Line Rental