

Debata UKE:  
**poziom stawek hurtowych za usługi  
SMS i MMS**

Warszawa, 19 czerwca 2009

Moderacja: Andrzej J. Piotrowski



# Plan debaty

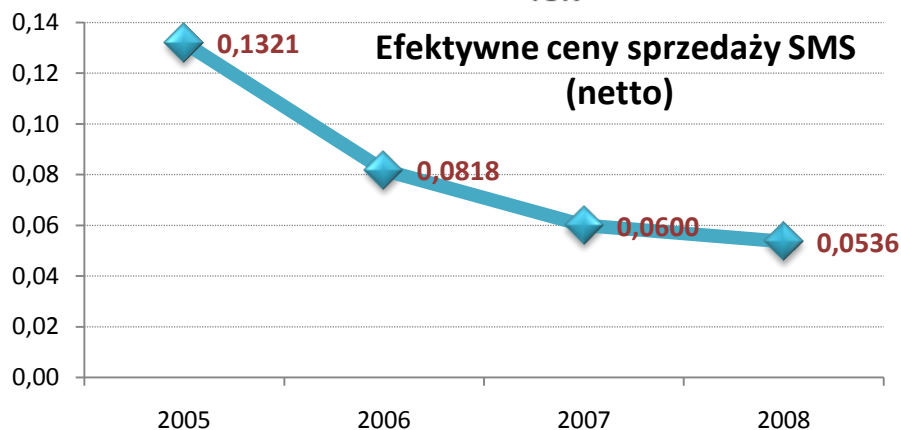
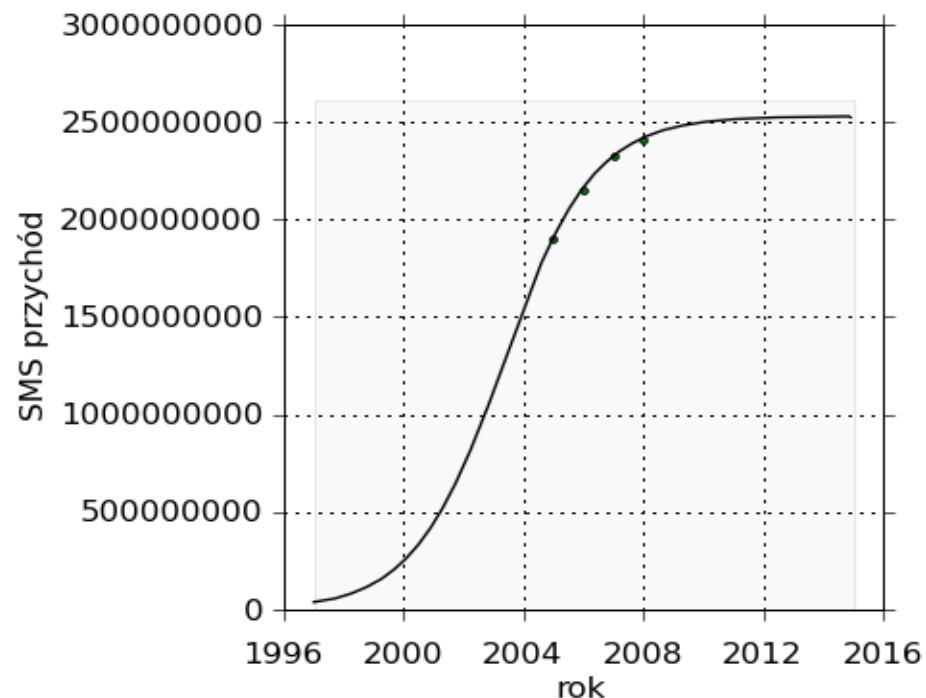
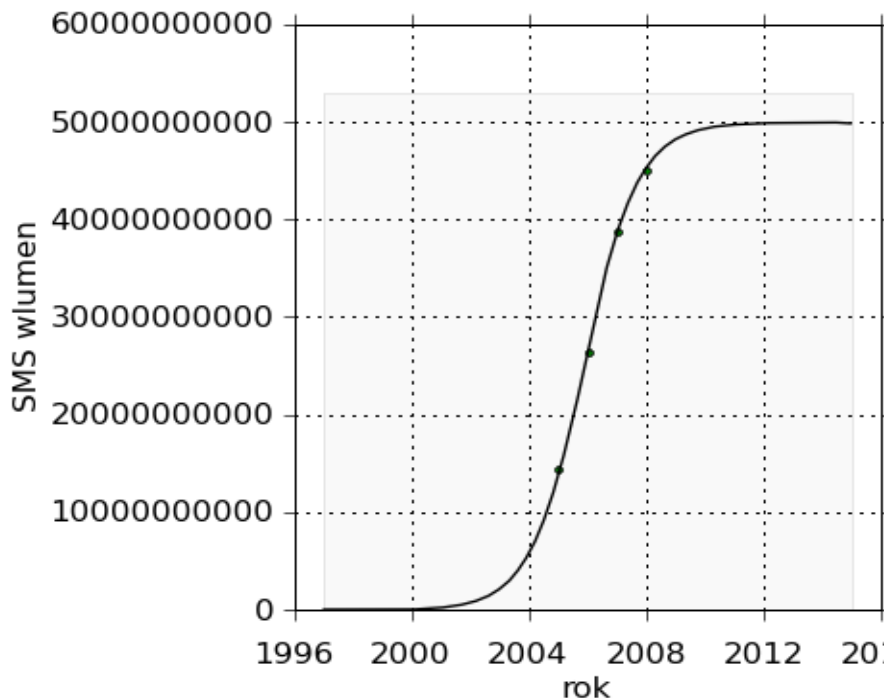
- Wprowadzenie
- Wypowiedzi operatorów: stan i przesłanki rozwoju rynku SMS
- Wypowiedzi operatorów: stan rynku i przesłanki rozwoju rynku MMS
- Podsumowanie

# Przesłanki debaty

- Wzrost rynku:
  - Użytkowy (wzrost liczby zrealizowanych usług)
  - Kwotowy (wzrost przychodów z sprzedaży)
- Rozwój rynku
  - Upowszechnienie (wzrost liczby użytkowników korzystających z usługi)
  - Zwiększenie różnorodności oferty (aranżacje i aplikacje usług)
  - Wzrost konkurencji – zmniejszenie koncentracji rynku
    - Obniżenie progów wejścia
    - Brak wewnętrznych subsydiów
      - » dyskryminacja cenowa użytkowników,
      - » pakietyzacja
      - » proporcjonalność ceny do kosztów

Czy rynek jest elastyczny?

# Perspektywy SMS-ów



W całym tym okresie stała cena „przyjęcia” SMS-a: 0,15 zł

Ile wynosi cena za skorzystanie z SMSC?

# Test trzech kryteriów: SMS

- **W detalu** są substytuty SMS-ów (IM, transmisja danych itp.), a więc nie ma trudnej do pokonania bariery
- **W hurcie:**
  1. Występują trudne do pokonania bariery (wysoka cena hurtowa blokuje nowe podmioty)
  2. Rynek nie zmierza do samoregulacji (jak dotąd)
  3. Nie wystarczy prawo ochrony konkurencji

**UKE ma tu istotne przesłanki by skorzystać z instrumentów pozwalających na wymuszenie obniżenia ceny hurtowej w sieciach większych operatorów (analogia do MTR) np. do 1 grosza (=100 kB danych – efektywna cena w 2008). W 2006 roku francuski ARCEP wyznaczył pułap hurtowej ceny SMS dla Orange i SFR na €0,03 (~13,6 gr)**

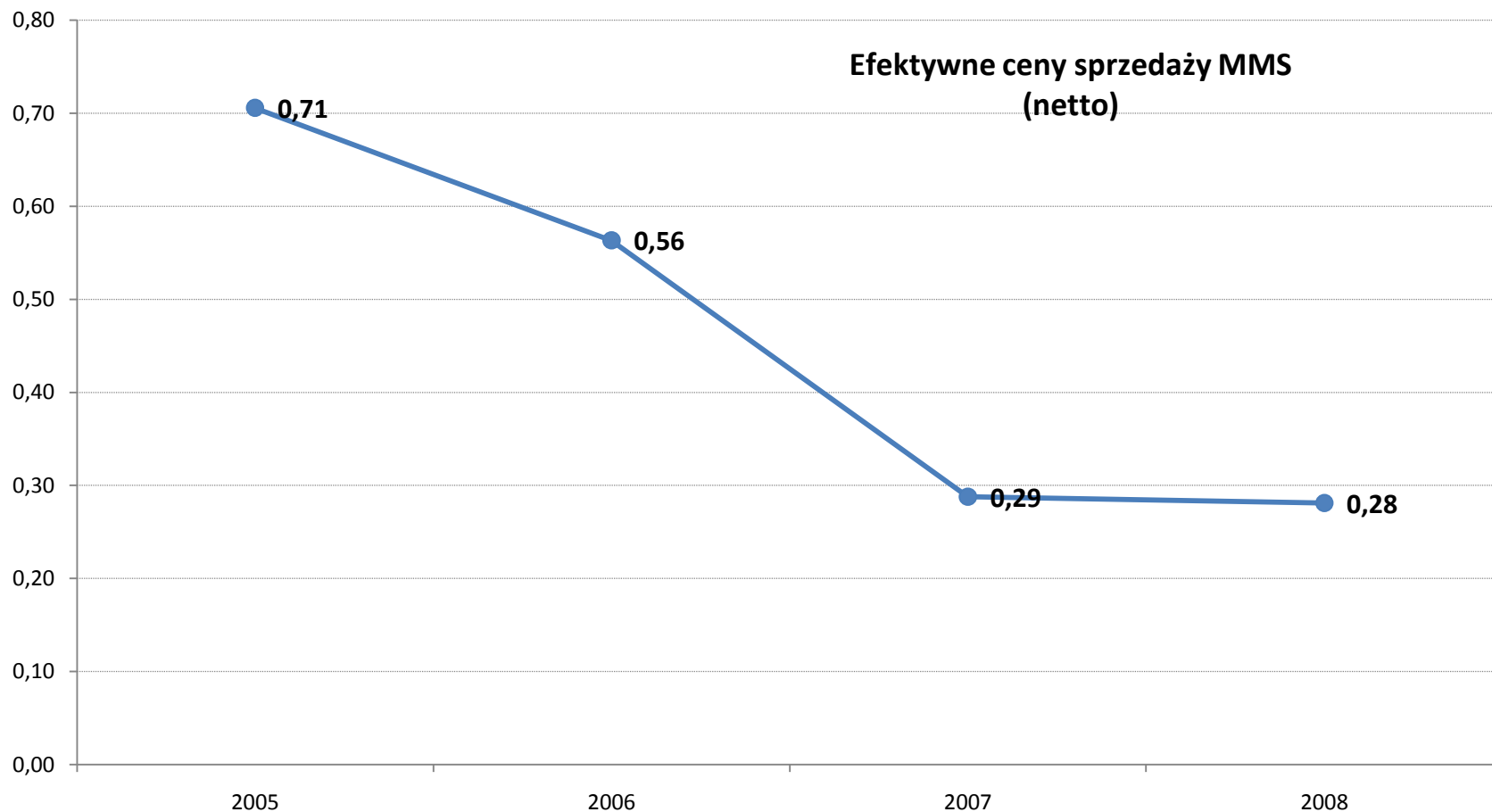
# Jak i czy mimo wszystko możliwy jest rozwój rynku

Nowe rozwiązania techniczne, rynkowe i aplikacje:

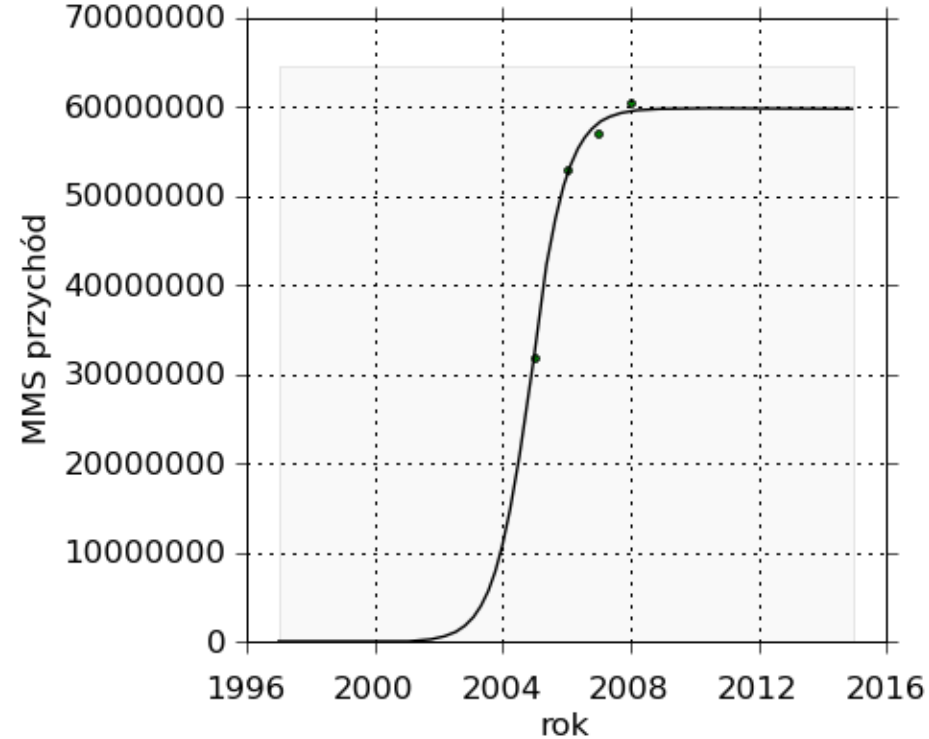
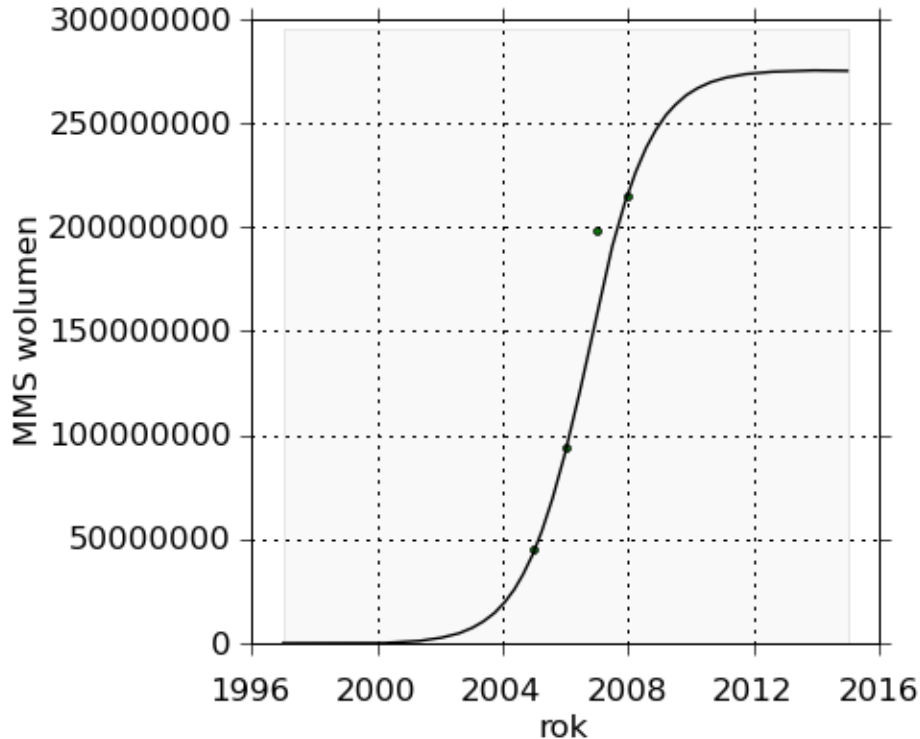
- Dłuższy SMS o cenie niższej niż wielokrotność SMS-a?
- Kodowanie „polskich” znaków – wiele elementowy SMS?
- Rozwinięcie funkcjonalności SMSC : np. SMS jako ekwiwalent „listu poleconego” i in. – czy opłacalne dopiero po obniżeniu kosztów hurtowych?
- Obrona pozycji - patrz przekaz reklamowy GaduAir:  
*W SMS-ie można jednorazowo wysłać maksymalnie tylko 160 znaków. W komunikatorze można ich wpisać znacznie więcej i wysyłać kolejno wiadomości, bez ponoszenia dodatkowych kosztów. O tym, jak popularne stają się komunikatory w komórkach, świadczy fakt, że z Gadu-Gadu w telefonach skorzystało dotychczas już ponad 1 mln osób - argumentuje operator.*

# Efektywne ceny sprzedaży detalicznej MMS

←→  
**Cena hurtowa MMS – 0,90 zł**



# Perspektywy MMS-ów



- Opłata hurtowa za przyjęcie MMS-a: 0,90 zł od 2000 roku
- Opłata efektywna za sprzedaż 100 kB transmisji danych mobilnych 0,01 zł w 2008 roku



# Test trzech kryteriów: MMS

- **W detalu** są substytuty MMS-ów (IM takie jak skype, mobilny e-mail, itp.), a więc nie ma trudnej do pokonania bariery
- **W hurcie:**
  1. Występują trudne do pokonania bariery (wysoka cena hurtowa blokuje nowe podmioty)
  2. Rynek nie zmierza do samoregulacji (jak dotąd)
  3. Nie wystarczy prawo ochrony konkurencji (jak na razie)

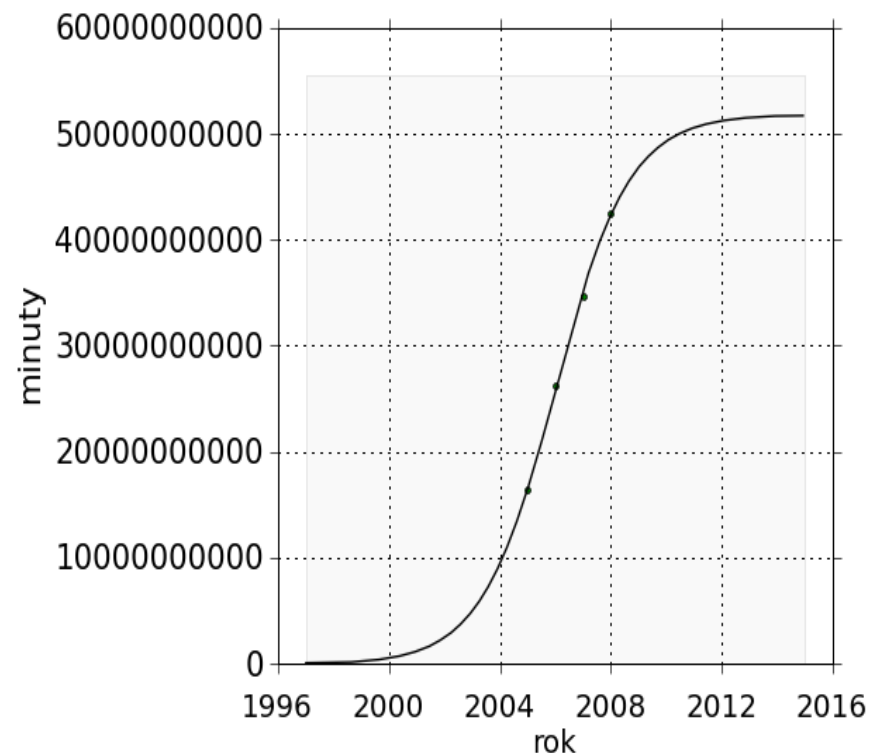
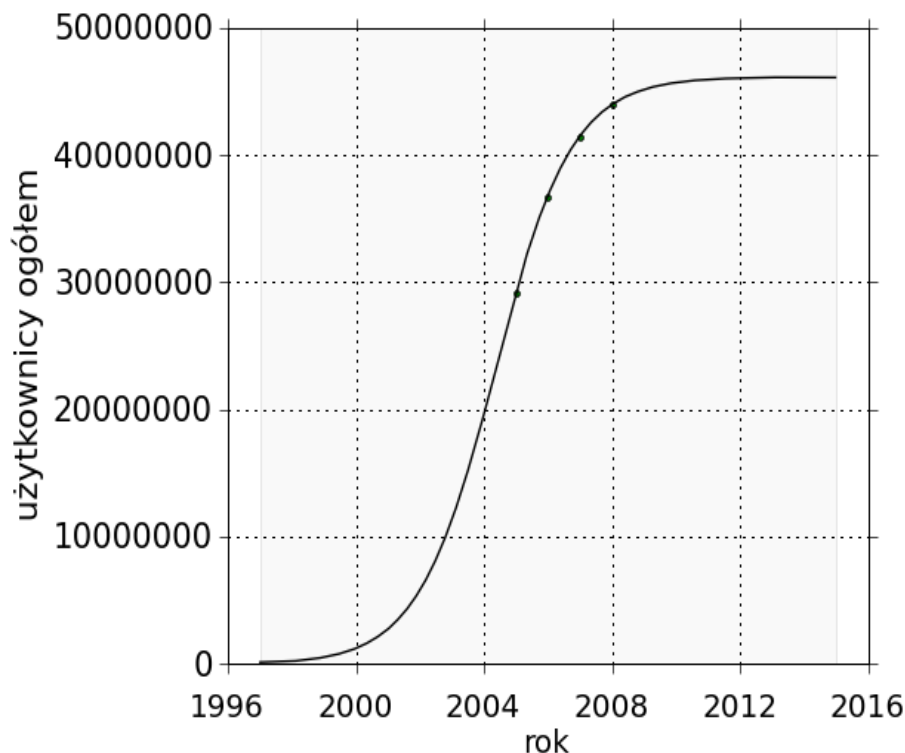
# Jak i czy mimo wszystko możliwy jest rozwój rynku MMS-ów?

Nowe rozwiązania rynkowe i aplikacje

- np. zastąpienie faksu, przekazywanie faktur
- „polecony” MMS ze stemplem czasowym (odczyty liczników, inne dowody)

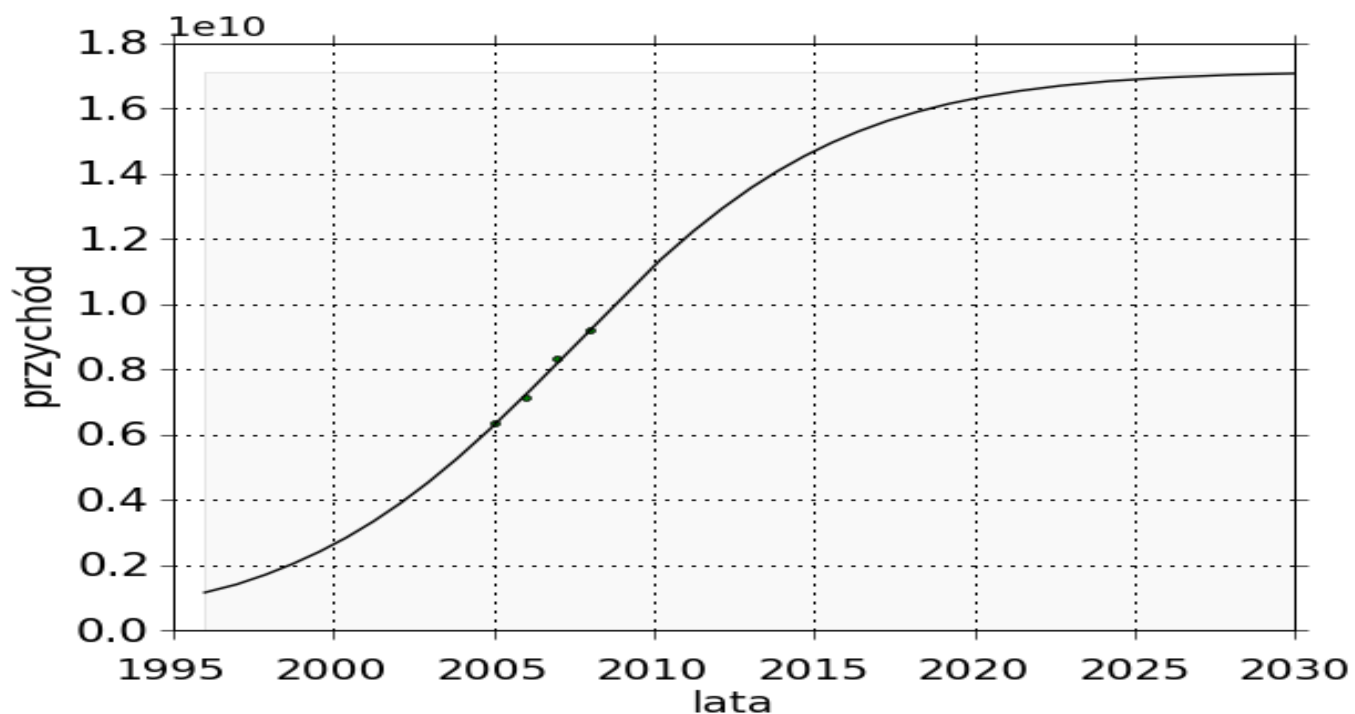
Czy obniżenie opłat hurtowych może zwiększyć zwiększyć sens inwestowania w funkcjonalności MMSC?

# Użytkownicy i usługi głosowe



Mimo, że liczba użytkowników praktycznie nasyciła się to głos nadal jeszcze jest w fazie szybkiego wzrostu .

# Przychody z ruchu głosowego wychodzącego



# MTR-y

