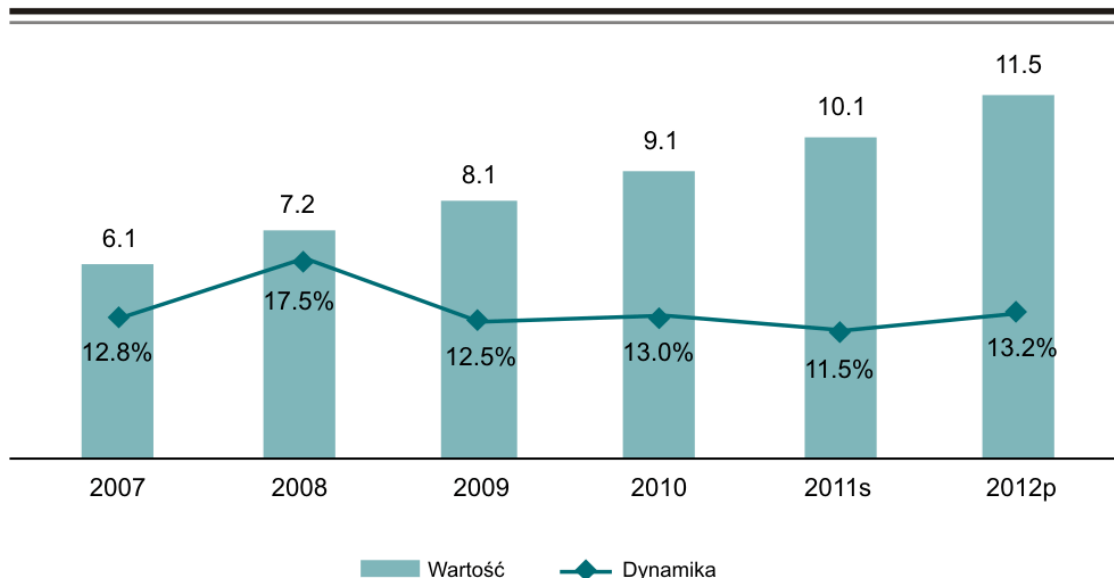


**Polski rynek usług dodanych
i multimedialnych wzrośnie
do 11,5 mld zł w 2012 r.**

Wartość polskiego rynku usług dodanych i multimedialnych wzrośnie w bieżącym roku o ok. 1,5 mld zł. Głównymi segmentami pozostaną płatna telewizja i mobilny internet, choć najdynamiczniej będą rozwijać się mniejsze, nadal niszowe segmenty, na przykład rynek aplikacji i gier mobilnych.

Bieżąca sytuacja, trendy i prognozy

Wartość (mld zł) i dynamika (%) rynku usług dodanych i multimedialnych w Polsce*, 2007-2012



s – szacunek

p – prognoza

*Uwzględniono rynek płatnej telewizji, mobilnego dostępu do internetu, usług dodanych i usług o podwyższonej płatności w telefonii komórkowej i stacjonarnej.

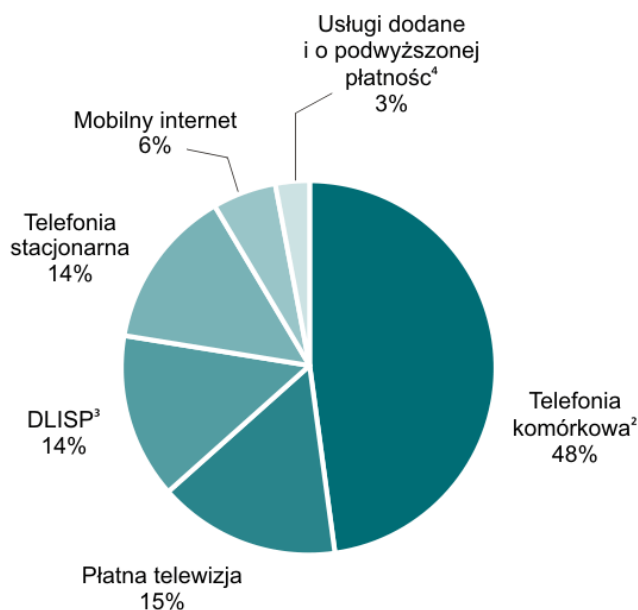
Źródło: Raport PMR „Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2012. Prognozy rozwoju na lata 2012-2016”

PMR
www.pmrpublications.com

Z raportu „Rynek usług dodanych i multimedialnych 2012. Prognozy rozwoju na lata 2012-2016”, opublikowanego przez firmę badawczą PMR wynika, że wartość rynku usług dodanych i multimedialnych w Polsce przekroczyła w ubiegłym roku 10 mld zł, a rynek rósł w tempie 11,5%. „Nasze prognozy na 2012 r. zakładają poprawę dynamiki do 13%, co będzie oznaczać, że całkowite przychody na rynku wzrosną do ok. 11,5 mld zł” – ocenia Paweł Olszynka, analityk PMR i jeden z autorów raportu.

Zdecydowana największa część rynku usług dodanych i multimedialnych w 2011 r. przypadła na płatną telewizję. Przenikanie się rynku płatnej telewizji z rynkiem usług telekomunikacyjnych jest trendem widocznym w ostatnich kilku latach na polskim rynku. Mimo, iż w 2012 r. usługi płatnej telewizji nadal będą dominować w strukturze przychodów na rynku usług dodanych i multimedialnych, w ciągu najbliższych kilku lat znaczenie tego segmentu spadnie. Przede wszystkim na rzecz rynku mobilnego internetu i innych, obecnie bardziej niszowych produktów i usług, np. gier i aplikacji mobilnych, mikropłatności oraz mobilnego marketingu.

Udział (%) poszczególnych segmentów w całkowitej wartości rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce¹, 2012



¹ Prognoza

² Bez transmisji danych i usług dodanych.

³ Rynek dzierżawy łącza, transmisji danych i dostępu do internetu.

⁴ Między innymi obsługa płatności przez SMS i numery typu premium, interaktywność (loterie, konkursy, sondy, głosowania, czaty), gry, muzyka, marketing mobilny, aplikacje, grafika.

Źródło: Raport PMR „Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2012. Prognozy rozwoju na lata 2012-2016”


www.pmrpublications.com

Patrząc z perspektywy całej branży telekomunikacyjnej, usługi dodane i multimedialne to w sumie ok. jednej czwartej całego rynku. Według prognoz PMR w tym roku udział płatnej telewizji, mobilnego internetu i pozostałych usług dodanych w całkowitej wartości rynku telekomunikacyjnego w Polsce wyniesie odpowiednio: 15%, 6% i 3%. W przypadku każdego z segmentów widoczna będzie poprawa wyniku osiągniętego w roku 2011. Z drugiej strony nadal zdecydowana większość rynku przypada na usługi podstawowe, z naciskiem na telefonię komórkową i stacjonarny dostęp do internetu. W kolejnych kilku latach tendencja ta nie ulegnie zmianie.

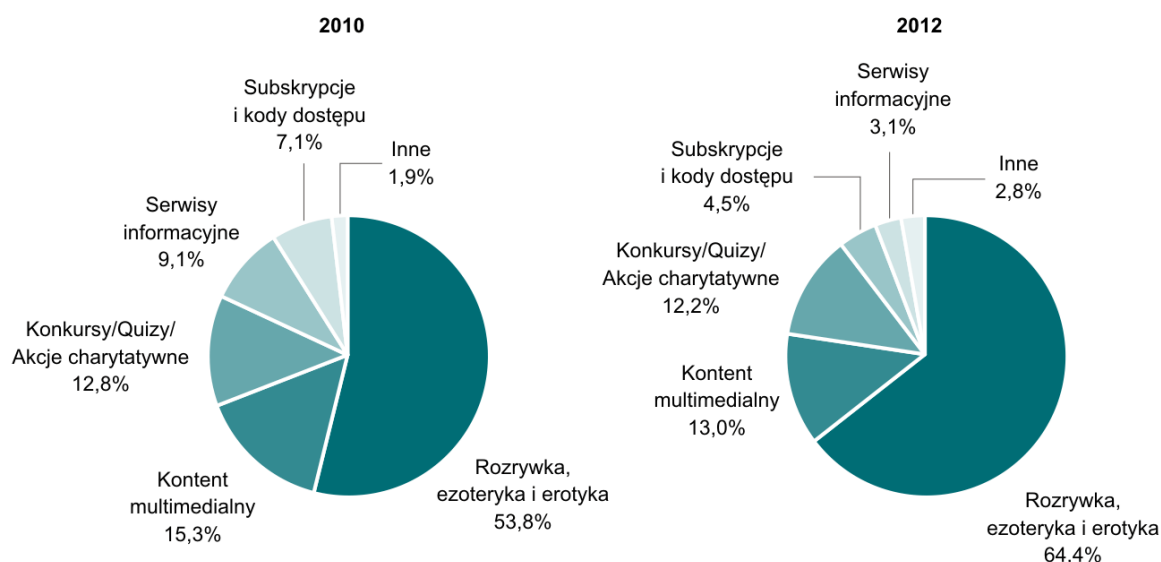
Usługi typu premium

Analizując strukturę rynku usług dodanych w telefonii komórkowej można zauważyć, że, nie licząc mobilnego internetu, w dalszym ciągu największe przychody płyną do operatorów z tytułu obsługi płatności przez SMS i usług typu premium. Płatności te definiujemy jako usługi bezpośrednio związane z szeroko rozumianym dostępem do płatnych stron internetowych, filmów VoD, artykułów lub innych usług o podwyższonej wartości. Na kolejnym miejscu jest cała gama usług powiązanych z interaktywnością w mediach. Kategoria ta zawiera wszelkiego rodzaju loterie, konkursy, sondy, głosowania lub plebiscyty, a ponadto czaty erotyczne lub ezoteryczne i inne tego typu usługi realizowane najczęściej przy pomocy specjalnych numerów dostępowych o podwyższonej płatności.

Z rejestrów prowadzonych przez regulatora rynku (UKE), wynika, że w ciągu ostatnich dwóch lat kilkakrotnie wzrosła liczba tego typu numerów przypisanych poszczególnym operatorom komórkowym. Pokazuje to wyraźnie, jak zmieniła się w ostatnim czasie struktura ruchu w sieciach telekomunikacyjnych w Polsce. Rosnąca popularność sieci mobilnych sprawia, że również w zakresie usług typu premium stają się

one substytucją dla telefonii stacjonarnej. Odpływ przychodów z numerów o podwyższonej opłacie w sieciach stacjonarnych równoważą analogiczne usługi w sieciach komórkowych, w przypadku których ogromną zaletą jest możliwość wykorzystania na dużą skalę nie tylko połączeń, ale przede wszystkim SMS-ów.

Udział (%) poszczególnych rodzajów i zakresu świadczonych usług w oparciu o numery premium rate w sieciach telefonii komórkowej w Polsce, 2010-2012



Źródło: Raport PMR „Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2012. Prognozy rozwoju na lata 2012-2016”

Kategoria „rozrywka, ezoteryka i erotyka” w I kw. 2012 r. obejmowała ponad 60% całej bazy numerów typu premium operatorów komórkowych w Polsce. Sytuacja nie zmieniła się wyraźnie od 2010 r. Istotną różnicą jest udział serwisów erotycznych, który w 2010 r. wynosił 8%, a obecnie jest o połowę niższy. Drugą co do wielkości kategorią jest контент multimedialny i audiowizualny, na który przypadło 13% numerów. Do tej kategorii zostały zaliczone wszelkiego rodzaju usługi związane z dystrybucją treści multimedialnych oraz dzwonek, tapet czy też gier mobilnych. Podobny odsetek numerów przypada na konkursy, quizy i akcje charytatywne – ok. 12% całej bazy. Od 2010 r. ta kategoria nie zmieniła istotnie swojego udziału. Usługi z kategorii subskrypcje i kody dostępu świadczone są na 4,5% wszystkich numerów z bazy operatorów mobilnych, natomiast usługi serwisów informacyjnych stanowią 3,1% tej bazy, co jest znacząca różnicą w porównaniu z okresem sprzed dwóch lat, kiedy to serwisy informacyjne stanowiły 9,1% (choć liczba numerów w bazie nie uległa zmianie), a spadek udziału tej kategorii jest pochodną wzrostu popularności pozostałych rodzajów i kategorii tematycznych.

Wyżej wymienione kategorie i struktura usług świadczonych w oparciu o numery premium rate w sieciach komórkowych różnią się od analogicznych danych dla sieci stacjonarnych. W głównej mierze ma to związek ze wspomnianym dodatkowym kanałem dystrybucji tych usług – kanałem SMS-owym. Dlatego też operatorzy komórkowi nastawieni są przede wszystkim na контент, który da się w łatwy sposób dystrybuować wykorzystując przede wszystkim drogę SMS-ową oraz dodatkowo połączenia. Z zaprezentowanych powyżej danych wynika, że najczęściej pojawiającymi się usługami na numerach o podwyższonej opłacie wśród operatorów komórkowych są usługi rozrywkowe, ezoteryczne i erotyczne. Należy jednak zaznaczyć, że udział tych ostatnich w całej grupie jest najmniejszy – zupełnie odmienne niż u operatorów stacjonarnych.

Autor raportu:

Paweł Olszynka, Kierownik działu analiz rynku telekomunikacyjnego i IT

O firmie PMR

PMR jest firmą badawczą, specjalizującą się w dostarczaniu wysokiej jakości informacji rynkowych oraz usług firmom zainteresowanym krajami Europy Środkowo-Wschodniej i innymi rynkami wschodzącymi. Do głównych obszarów działalności PMR należy wydawanie [publikacji biznesowych](#) (PMR Publications), świadczenie [usług konsultingowych](#) (PMR Consulting) i [badania rynku](#) (PMR Research). Obecna na rynku od 1995 roku, oferująca najwyższe międzynarodowe standardy jakości produktów i usług oraz posiadająca jedno z najczęściej odwiedzanych portali informacyjnych, PMR jest jedną z największych firm w swojej branży w Europie Środkowo-Wschodniej.

PMR

ul. Dekerta 24, 30-703 Kraków, Polska

tel. /48/ 12 618 90 00, fax /48/ 12 618 90 08

www.pmrporate.com