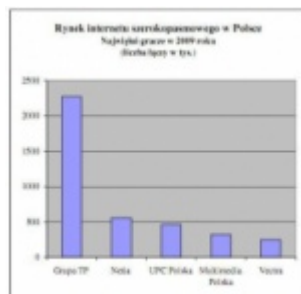


Kto zyskał, kto stracił na internetowym rynku w 2009 roku



W 2009 roku na internetowej mapie Polski rosło znaczenie Netii, UPC Polska oraz Vectry. Spadał udział w rynku grupy Telekomunikacja Polska oraz Aster i Telefonii Dialog . Ubiegły rok był w Polsce okresem najwolniejszego wzrostu liczby szerokopasmowych łączy internetowych w ostatnich pięciu latach. Według danych firmy badawczej Point Topic w ubiegłym roku przybyło 595 tys. łączy (o 14,2 proc.), zaś Telekomunikacja Polska wzrost szacuje na 493 tys. szybkich łączy (o 8,9 proc.). Ubiegłoroczny wzrost rynku w ujęciu ilościowym był o ponad 100 tys. mniejszy niż w i tak już słabym 2008 roku. W ostatnich pięciu latach rynek najszybciej rósł w 2005 roku, gdy przybyło blisko 900 tys. łączy szerokopasmowych.

W 2009 roku na internetowej mapie Polski rosło znaczenie Netii, UPC Polska oraz Vectry. Spadał udział w rynku grupy Telekomunikacja Polska oraz Aster i Telefonii Dialog .

Ubiegły rok był w Polsce okresem najwolniejszego wzrostu liczby szerokopasmowych łączy internetowych w ostatnich pięciu latach. Według danych firmy badawczej Point Topic w ubiegłym roku przybyło 595 tys. łączy (o 14,2 proc.), zaś Telekomunikacja Polska wzrost szacuje na 493 tys. szybkich łączy (o 8,9 proc.). Ubiegłoroczny wzrost rynku w ujęciu ilościowym był o ponad 100 tys. mniejszy niż w i tak już słabym 2008 roku. W ostatnich pięciu latach rynek najszybciej rósł w 2005 roku, gdy przybyło blisko 900 tys. łączy szerokopasmowych.

Rozbieżności w danych wynikają z metody ich zbierania. Point Topic skupia się na największych graczach i dlatego cały rynek podlicza na 4 mln 785 tys. łączy, zaś TP stara się oszacować cały rynek. W efekcie według TP w Polsce w końcu 2009 roku było 6 mln 67 tys. łączy.

Mimo spadku udziału w rynku, nadal największym graczem pozostaje grupa Telekomunikacji Polskiej. W końcu ub.r. TP obsługiwała 2 mln 72 tys. łączy ADSL (rok wcześniej 2 mln 95 tys.), zaś PTK Centertel miała 129 tys. klientów ADSL (rok wcześniej — 40 tys.) i 72 tys. klientów CDMA (rok wcześniej 1 tys.). W końcu 2009 roku udział grupy TP w rynku wynosił — w zależności od źródła danych o łącznej liczbie użytkowników szybkiego internetu — od 37,5 proc. do 46 proc. Maciej Witucki, prezes TP w wywiadzie dla Radia PiN powiedział, że w dużych miastach TP ma 20 —25 proc. udziału w internetowym rynku, a w reszcie kraju ok. 70 proc.

Od końca 2008 roku drugie miejsce na mapie polskiego internetu zajmuje Netia. Ten największy alternatywny operator telekomunikacyjny od wielu miesięcy wygrywa z grupą TP walkę o użytkowników internetu korzystających z miedzianych łączy operatora zasiedziałego. W końcu grudnia 2009 roku Netia miała 294 tys. klientów BSA, czyli 64,5 proc. tego rynku. Drugim graczem był PTK Centertel, którego udział wynosił 28,3 proc. Pozostali gracze w praktyce nie liczyli się, bo mieli w sumie 7,1 proc. rynku BSA.

Poza BSA od połowy 2009 roku Netia szybko zdobywa klientów LLU. W końcu ubiegłego roku miała ich 48,1 tys., co dawało jej 93,2 proc. udział w rynku LLU. Co ciekawe, od trzeciego kwartału 2009 roku liczba nowych klientów LLU w Netii była większa niż liczba nowych klientów BSA. Powody były dwa: przechodzenie klientów BSA na LLU i lepsze ceny usług LLU niż BSA. Z informacji płynących z Netii wynika, że ok. 30 proc. nowych klientów firmy, którzy od razu wybierają LLU wcześniej miała nieaktywną linię telefoniczną. Dzięki LLU „miedź” TP na nowo jest używana.

W miastach duże znaczenie w internetowym rynku mają telewizje kablowe. 10 największych z nich w 2009 roku zdobyło — według danych PIKE — ok. 220 tys. nowych klientów szybkiego internetu. Daje to ok. 1/3 rynku nowopozyskanych klientów.

Według danych PIKE największe sieci kablowe w grudniu 2009 roku miały ponad 1,4 mln klientów szybkiego internetu. Pierwsza czwórka od lat pozostaje bez zmian: UPC Polska, Multimedia Polska, Vectra i Aster.

Wśród CaTV w 2009 roku najwięcej nowych klientów szybkiego internetu — 72,6 tys. — zdobyło UPC Polska. UPC jako pierwsze zaczęło oferować klientom naprawdę szybkie łącza internetowe (powyżej 20 Mbps), za przystępną cenę. Drugim graczem pod względem liczby nowych klientów była Vectra (58 tys. nowych użytkowników), która w ub.r. po przejęciu firmy Spray weszła na rynek warszawski. Trzecie miejsce — 44 tys. nowych klientów — przypadło firmie Multiedia Polska.

Marcin Wiśniewski