

Rynek usług SMS A2P w Polsce

Spis treści

1	Rynek usług SMS A2P w Polsce.....	3
1.1	Rynek SMS A2P - ujęcie ogólne	3
1.2	Rynek SMS A2P – uczestnicy	5
2	Dane ilościowe dotyczące SMS A2P.....	6
2.1	Badanie integratorów.....	6
2.1.1	Hurtowa stawka za SMS w hurcie krajowym.....	10
2.2	Badanie MNO	12
3	Problemy na rynku SMS A2P	15
3.1	Badanie integratorów.....	15
3.2	Stanowisko integratorów	17
3.2.1	Relacja opłat za hurtowy SMS A2P w stosunku do opłat za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach mobilnych (MTR).....	17
3.2.2	Polityka cenowa operatorów MNO.....	17
3.3	Stanowisko MNO.....	18
3.3.1	Wysokość opłaty hurtowej za SMS A2P	18
3.3.2	Polityka cenowa MNO.....	18
3.3.3	Warunki współpracy oraz warunki umowne.....	18
4	Regulacje rynku SMS A2P	19

Spis ilustracji

Wykres 1.	Rodzaj otrzymywanych powiadomień automatycznych, z którymi spotkali się respondenci w 2020 r.....	4
Wykres 2	Rodzaj pozostałych kanałów komunikacji, za pomocą których świadczone są usługi A2P przez integratorów SMS A2P	6
Wykres 3	Przychody integratorów (w mln zł netto) z tytułu świadczenia usług SMS A2P na tle łącznej liczby wysłanych wiadomości SMS A2P w latach 2016-2020.....	7
Wykres 4	Przychody integratorów (w mln zł netto) z tytułu świadczenia usług SMS A2P w latach 2016-2020 z podziałem na sieci krajowe i zagraniczne.....	8
Wykres 5.	Liczba wysłanych przez integratorów SMS A2P (w mln sztuk) według sieci w latach 2016-2020	9
Wykres 6.	Udział SMS A2P pod względem rodzaju sieci w ogólnej liczbie wysłanych SMS A2P latach 2016-2020.....	10
Wykres 7.	Średnia (w zł netto) stawki za SMS w ruchu A2P w hurcie krajowym deklarowana przez integratorów w 2020 r. i 2021 r.	11
Wykres 8.	Mediana (w zł netto) stawki za SMS w ruchu A2P w hurcie krajowym deklarowana przez integratorów w 2020 r. i 2021 r.	11
Wykres 9.	Przychody MNO (w mln zł netto) z tytułu świadczenia usług SMS A2P oraz łączna liczba wysłanych wiadomości SMS A2P przez MNO w latach 2016-2020.....	12
Wykres 10.	Łączna liczba SMS A2P (w mld sztuk) wysłanych w sieciach MNO na tle łącznej liczby SMS wysłanych w kraju (w mld sztuk) w latach 2016-2020.....	13
Wykres 11.	Udział SMS A2P (w %) w ogólnej liczbie wysłanych SMS w sieciach MNO w kraju w latach 2016-2020.....	14
Wykres 12.	Rodzaj i częstotliwość wybranych problemów spotykanych przez integratorów usług SMS A2P na rynku telekomunikacyjnym w 2020 r. i 2021 r.	16

1 Rynek usług SMS A2P w Polsce

Wiadomości SMS A2P (ang. application-to-person), nazywane są niekiedy SMS-ami korporacyjnymi. Są one wysyłane za pomocą różnego rodzaju interfejsów programowania aplikacji (ang. application programming interface - API) lub innych narzędzi umożliwiających wysyłkę wiadomości w sposób masowy. Typowymi przykładami SMS-ów A2P są powiadomienia bankowe, alerty, autoryzacje, automatyczne potwierdzenia rezerwacji, powiadomienia marketingowe itp. SMS A2P, w porównaniu do SMS P2P (ang. person-to-person), czyli tych wysyłanych w komunikacji interpersonalnej przez użytkowników, są źródłem zysków dla przedsiębiorców telekomunikacyjnych świadczących usługi SMS A2P, stając się równocześnie źródłem marketingu bezpośredniego dla użytkownika. SMS A2P mają coraz większy udział wśród wysyłanych wiadomości SMS, zarówno pod względem wolumenu jak i przychodów.

1.1 Rynek SMS A2P - ujęcie ogólne

Rośnie też świadomość konsumentów związana z istnieniem usług SMS A2P. Według badania konsumenckiego klientów indywidualnych za 2020 r., prawie połowa respondentów (48%) spotkało się z usługą automatycznych powiadomień. Przeważająca większość użytkowników odnosi się pozytywnie (38%) lub raczej pozytywnie (50%) do tego typu wiadomości. Respondenci najczęściej spotkali się z wiadomościami od operatora (82%), alertami RCB (67%), powiadomieniami pocztowymi/kurierskimi (63%), potwierdzeniami finansowymi (51%), informacjami marketingowymi (45%), potwierdzeniami realizacji usług (41%) oraz materiałami promocyjnymi (33%) i informacyjnymi (28%) (Wykres 1)¹.

48% - badanych spotkało się z automatycznymi powiadomieniami SMS A2P

88% - badanych odnosi się pozytywnie (pozytywnie lub raczej pozytywnie) do SMS A2P

¹ Badanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych oraz preferencji konsumentów. Raport z badania klientów indywidualnych. Raport z badania ilościowego, Grudzień 2020 r.

Wykres 1. Rodzaj otrzymywanych powiadomień automatycznych, z którymi spotkali się respondenci w 2020 r.



Źródło: Badanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych oraz preferencji konsumentów. Raport z badania klientów indywidualnych [1].

Jak wynika z danych UKE liczba wysyłanych przez użytkowników końcowych w Polsce SMS systematycznie spada. W 2020 r. łączna liczba wysłanych wiadomości SMS w kraju w sieciach operatorów infrastrukturalnych (MNO) działających w Polsce, tj. Orange Polska S.A. (Orange), P4 Sp. z o.o. (P4), Polkomtel Sp. z o.o. (Polkomtel) oraz T-Mobile Polska S.A. (T-Mobile), wyniosła 39,9 mld sztuk². W porównaniu do 2019 r., wartość ta była mniejsza o 20%, a skumulowany roczny wskaźnik wzrostu (ang. CAGR - compound annual growth rate) dla lat 2016-2020 wyniósł -5,3%. MNO tracą zyski na rzecz operatorów usług OTT (ang. over-the-top), w szczególności zaś tych oferujących usługi NI ICS (ang. Number-Independent Interpersonal Communications Services)³.

Coraz większą część przychodów z SMS operatorów telekomunikacyjnych w Polsce generuje komunikacja B2B. Połączenie aplikacji mobilnych oraz aplikacji dostępnych w Internecie (webowych) z techniczną możliwością wykorzystania SMS A2P staje się skutecznym sposobem na dotarcie do użytkownika końcowego.

O ile usługi SMS P2P cieszą się coraz mniejszą popularnością wśród użytkowników sieci mobilnych, wartość rynku SMS A2P w Polsce systematycznie rośnie. W 2016 r. liczba SMS A2P wysłanych w sieciach MNO wyniosła prawie 3,2 mld sztuk, a w 2020 r. wartość ta wzrosła o 136% i wyniosła niemal 7,5 mld sztuk. W 2020 r. przychody MNO z tytułu świadczenia usług SMS A2P sięgnęły poziomu 337 mln zł netto. W skali całego rynku telekomunikacyjnego największy udział w przychodach uzyskanych z tytułu świadczenia usług SMS A2P mieli MNO.

² Źródło: Liczba wiadomości SMS wysłanych w kraju; F04 za 2020 r.; Usługi detaliczne świadczone użytkownikom końcowym w ruchomej publicznej sieci telekomunikacyjnej

³ W grudniu 2020 r. wszedł w życie Europejski kodeks łączności elektronicznej, w którym wprowadzono nową definicję usług łączności elektronicznej. Definicja ta obejmuje „usługi łączności interpersonalnej niewykorzystujące numerów” (NI-ICS), do których należą między innymi usługi komunikacji elektronicznej.

Coraz większe udziały w rynku świadczenia usług SMS do użytkownika końcowego mają integratorzy usług A2P. Biorąc pod uwagę dane od podmiotów, które przekazały informacje Prezesowi UKE, w 2020 r. integratorzy wysłali łącznie około 3,8 mld SMS, a przychody osiągnięte z tego tytułu wyniosły prawie 239,7 mln zł netto. Należy jednak pamiętać, że przychody integratorów SMS A2P generują w przeważającej większości umowy B2B.

W najbliższej przyszłości będzie można zauważyć zmianę technologiczną. Standard RCS (ang. Rich Communication Services), umożliwiający m.in.: chat w grupie, przesyłanie plików dowolnego typu pomiędzy użytkownikami, połączenie głosowe za pomocą strumieni wideo wysokiej jakości czy informację w czasie rzeczywistym o dostępności poszczególnych usług po drugiej stronie, będzie stopniowo zastępować SMS. Według Juniper Research, RCS będzie sprzyjać dalszemu rozwojowi sektora Business Messaging, a liczba wiadomości RCS w komunikacji biznesowej w 2025 r. osiągnie poziom 415 mld sztuk⁴. Poniżej przedstawiamy dokument stanowiący zbiorczą publikację z badania przeprowadzonego wśród integratorów usług SMS A2P oraz MNO.

1.2 Rynek SMS A2P – uczestnicy

Na rynku SMS A2P można rozróżnić dwie grupy podmiotów. Pierwszą grupę podmiotów stanowią operatorzy telekomunikacyjni posiadający ruchomą sieć telekomunikacyjną. Podmioty te mogą świadczyć usługę SMS A2P swoim klientom biznesowym i detalicznym. Wśród tych podmiotów możemy wyróżnić takie firmy jak: Orange, P4, Polkomtel oraz T-Mobile (MNO).

Druga grupę uczestników rynków stanowią podmioty, które w oparciu o sieć operatorów telekomunikacyjnych świadczą usługi SMS A2P w swoim imieniu lub na rzecz innych podmiotów - integratorzy usług SMS A2P. Wszyscy integratorzy, którzy brali udział w badaniu ankietowym UKE, działają na rynku telekomunikacyjnym na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych (RPT), zgodnie z art. 10 Pt. Jednakże ze względu na brak wyszczególnienia usług takich jak SMS A2P w formularzach sprawozdawczych, przeważająca większość podmiotów (85%) w sprawozdaniach z art. 7 Pt deklaruje, że świadczy inne usługi telekomunikacyjne.

Większość integratorów (11 na 13 podmiotów) oferujących usługi SMS A2P deklaruje również świadczenie innych usług A2P (Wykres 2). Spośród nich, prawie 2/3 (64%) świadczy usługi masowej wysyłki za pomocą poczty elektronicznej. Niewiele ponad 1/3 (36%) za pomocą usług OTT, głównie komunikatorów internetowych niewykorzystujących numeracji (NI-ICS - Whatsapp, Messenger itp.). Z kolei wysyłkę wiadomości multimedialnych (MMS) w 2021 r. świadczy 73%, dla porównania w 2020 r. świadczyło ją 45%. Ponad połowa podmiotów świadczy także inne usługi, niemieszące się w żadnej z powyżej opisanych kategorii. Do wyżej wymienionych usług należą głównie:

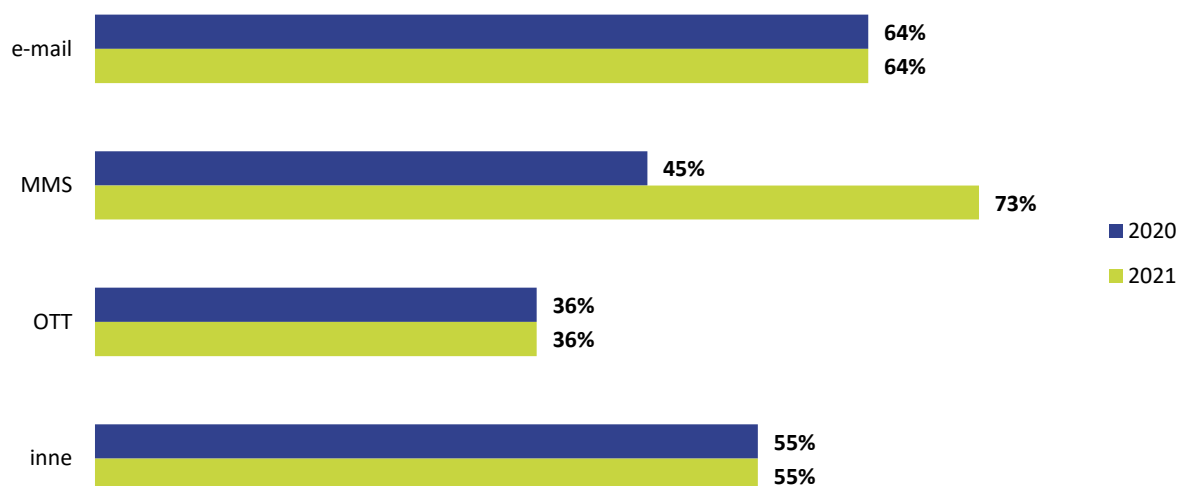
- wysyłka powiadomień push w aplikacjach mobilnych,
- usługi SaaS (ang. software as a services),
- wiadomości głosowe lub wideo - VMS (ang. video/voice messaging services),

⁴ [RCS Business Messaging Traffic to Reach 415 Billion Globally by 2025 \(juniperresearch.com\)](https://www.juniperresearch.com/press-releases/rcs-business-messaging-traffic-to-reach-415-billion-globally-by-2025)

- TTS (ang. text to speech)

oraz inne usługi specjalistyczne np.: direct billing.

Wykres 2 Rodzaj pozostałych kanałów komunikacji, za pomocą których świadczone są usługi A2P przez integratorów SMS A2P



Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

2 Dane ilościowe dotyczące SMS A2P

W 2020 i 2021 r. Prezes UKE przeprowadził badanie wśród 4 MNO oraz 13 integratorów usług SMS A2P działających w Polsce. Uzyskane za pomocą formularza przygotowanego przez UKE informacje od integratorów usług SMS A2P w zakresie danych ilościowych oraz informacji dotyczących działalności przedsiębiorstwa za lata 2016-2020 oraz I połowę 2021 r. zostały przedstawione poniżej.

Zagregowane dane zostały przedstawione w ujęciu rocznym. Ze względu na brak porównywalności danych za pierwszą połowę 2021 r. z pozostałymi danymi zebranymi w ujęciu rocznym, dane za 2021 r. nie zostały przedstawione na wykresach, a jedynie wspomniane w tekście. W przypadku niektórych danych z powodu braku kompletnych danych rocznych brak jest informacji o pierwszej połowie 2021 r.

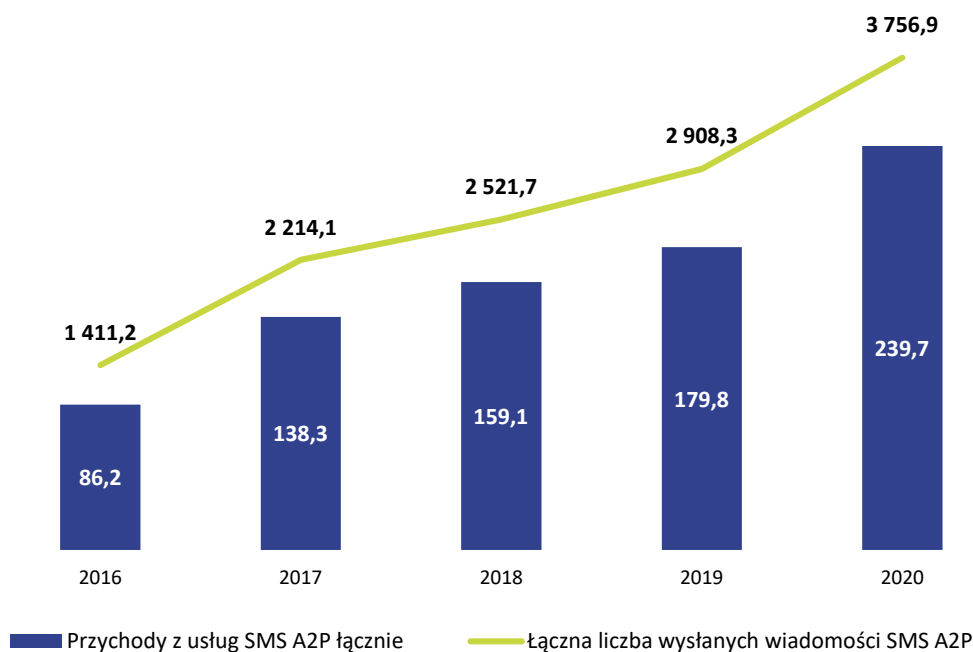
2.1 Badanie integratorów

Łączne przychody integratorów w 2020 r. wyniosły około 239,7 mln zł netto, o 1/3 więcej niż w 2019 r. (Wykres 3). Największe przychody integratorzy osiągnęli z tytułu świadczenia usług SMS

A2P w ruchu krajowym – 204,3 mln zł netto. Zdecydowanie mniejszy udział – 35,4 mln zł netto – miały przychody w ruchu zagranicznym (Wykres 4). Wskaźnik CAGR dla przychodów integratorów w latach 2016-2020 wyniósł 29,1%.

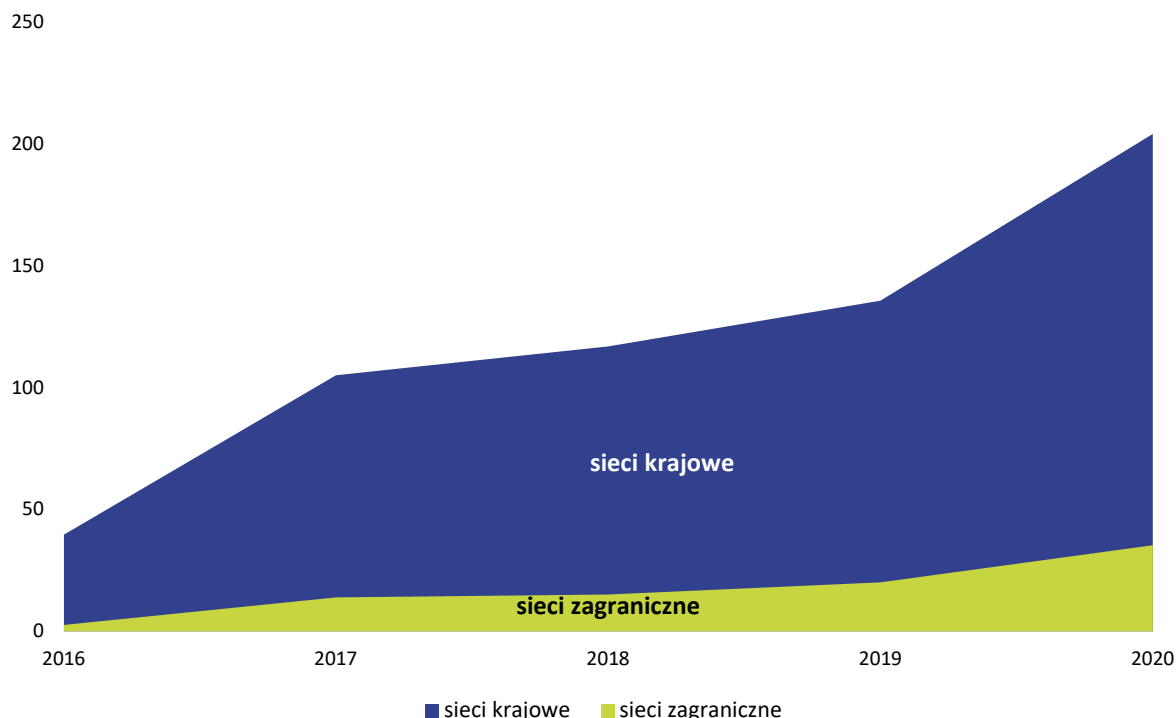
Tylko w I połowie 2021 r. łączne przychody integratorów wyniosły 119,0 mln zł netto, z czego 134,9 przychodów z ruchu krajowego i 15,9 mln zł netto z ruchu zagranicznego.

Wykres 3 Przychody integratorów (w mln zł netto) z tytułu świadczenia usług SMS A2P na tle łącznej liczby wysłanych wiadomości SMS A2P w latach 2016-2020



Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

Wykres 4 Przychody integratorów (w mln zł netto) z tytułu świadczenia usług SMS A2P w latach 2016-2020 z podziałem na sieci krajowe i zagraniczne⁵



Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

Łączna liczba wiadomości wysłanych przez integratorów, zarówno do sieci krajowych jak i zagranicznych, wyniosła w 2020 r. prawie 3,8 mld sztuk, o 29% więcej niż w 2019 r. (Wykres 5)

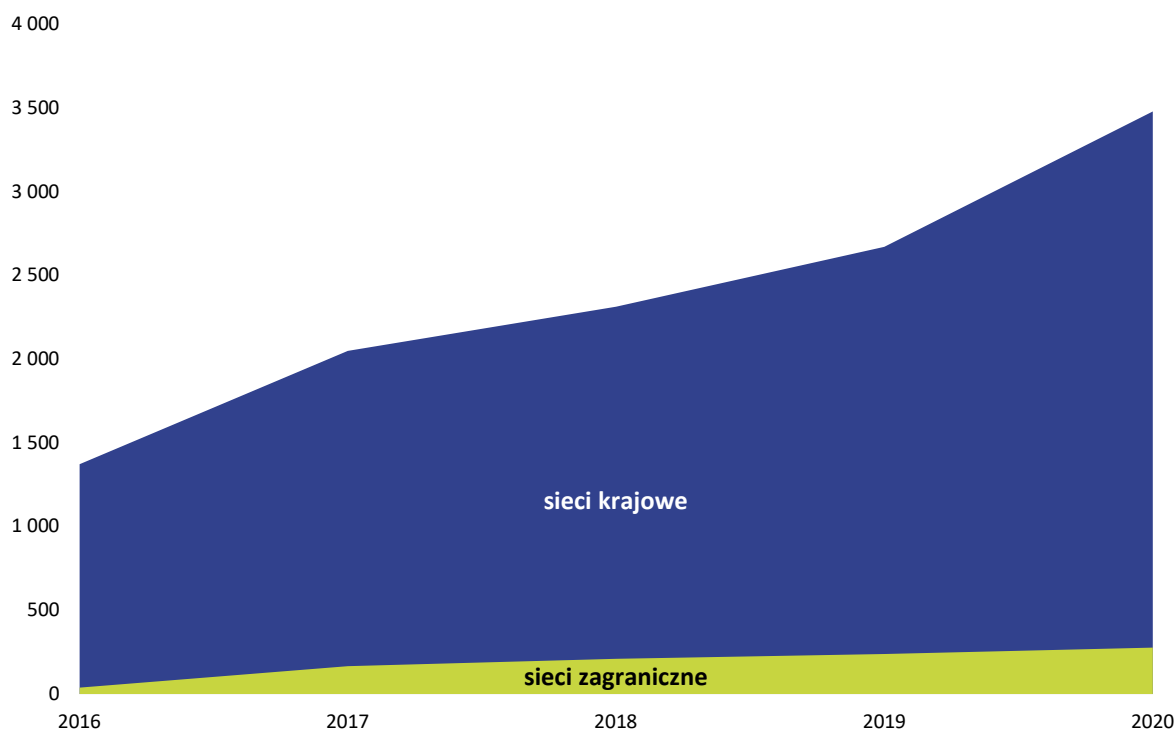
Integratorzy wysłali do sieci krajowych niemal 3,5 mld wiadomości oraz niemal 0,3 mld wiadomości do sieci zagranicznych⁶. CAGR dla wszystkich wysłanych przez integratorów SMS A2P w latach 2016-2020 wyniósł 28% - odpowiednio 26% do sieci krajowych i 64% do zagranicznych.

W I połowie 2021 r. łączna liczba wysłanych przez integratorów wiadomości wyniosła ponad 2,1 mld sztuk, z czego prawie 2,0 mld sztuk w ruchu krajowym, a pozostałe ponad 0,1 mld w ruchu zagranicznym.

⁵ Ze względu na sposób raportowania danych przez systemy bilingowe niektórych integratorów usług A2P, przychody osiągnięte z tytułu świadczenia usług łącznie, ukazane na wykresie 5, nie stanowią (dla wszystkich lat obejmujących niniejsze zestawienie) sumy przychodów osiągniętych ze świadczenia usług w sieciach krajowych i zagranicznych, które zostały zobrazowane na wykresie 5.

⁶ Usługi wysyłki SMS A2P do sieci zagranicznych w 2020 r. świadczyło 8 z 13 badanych podmiotów.

Wykres 5. Liczba wysłanych przez integratorów SMS A2P (w mln sztuk) według sieci w latach 2016-2020

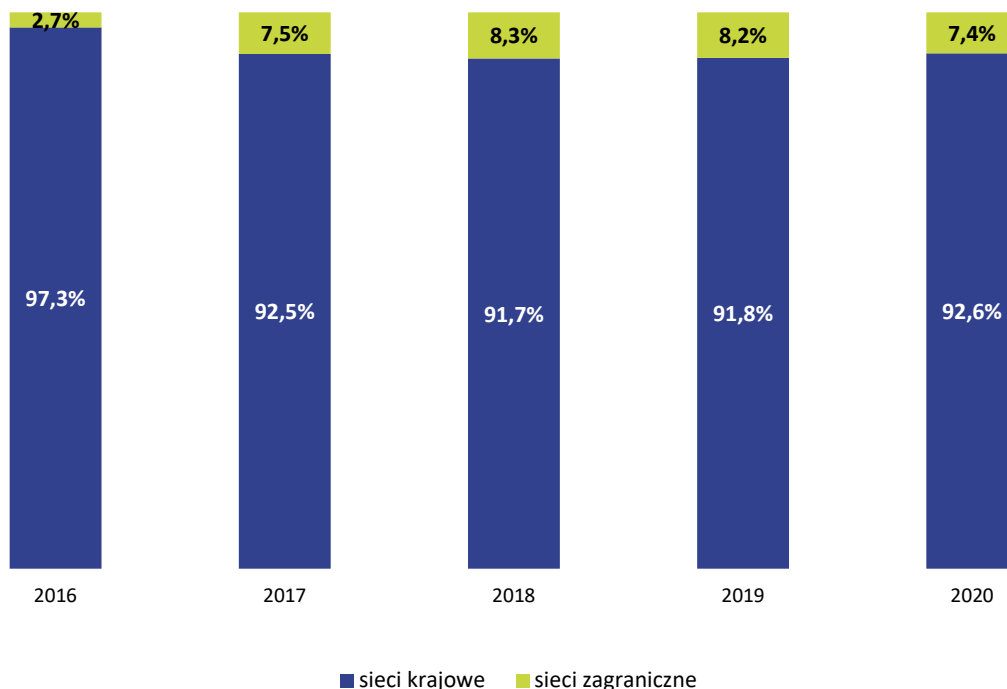


Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

Największy udział w łącznej liczbie wysłanych wiadomości SMS A2P miała masowa wysyłka SMS do sieci krajowych (92,6%). Obserwujemy jednak, że coraz większy odsetek w ogólnym wolumenie ruchu, mają wiadomości wysyłane do sieci zagranicznych. W 2016 r. ruch zagraniczny stanowił zaledwie 2,7% w ogólnych udziałach w ruchu, a w 2018 r. już około 8,3%. Z perspektywy roku 2021 w porównaniu do 2019 r. w 2020 r. odnotowujemy jednak nieznaczny trend spadkowy (o 8 pp.) (Wykres 6). Jest on najprawdopodobniej związany z pandemią COVID-19 i ograniczonymi możliwościami związanymi z obostrzeniami wprowadzonymi w celu ograniczenia rozprzestrzeniania się koronawirusa, co przełożyło się na zamknięcie części branż korzystających z usług integratorów.

W pierwszej połowie 2021 r. 91,9% wiadomości stanowiły te wysłane do sieci krajowych, a 7,1% do sieci zagranicznych.

Wykres 6. Udział SMS A2P pod względem rodzaju sieci w ogólnej liczbie wysłanych SMS A2P latach 2016-2020



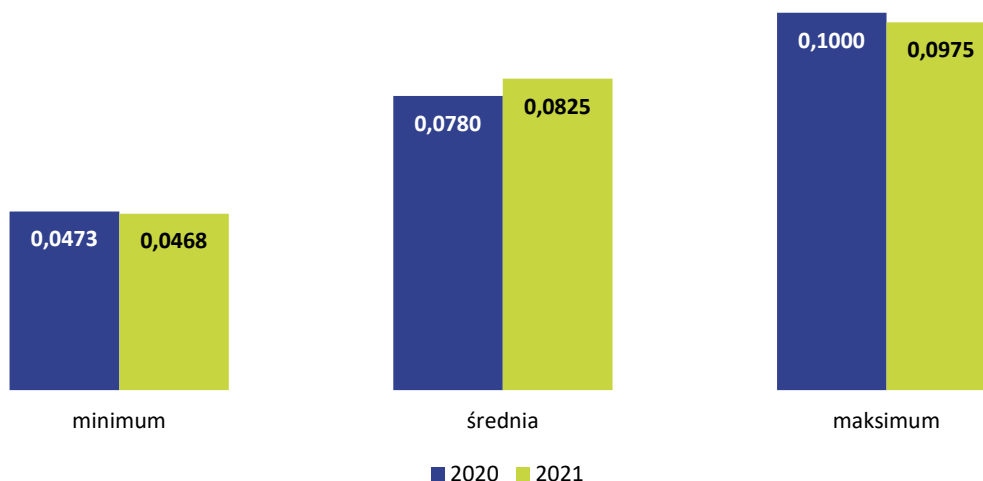
Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

2.1.1 Hurtowa stawka za SMS w hurcie krajowym

Biorąc pod uwagę ogólną rozpiętość cen, różnica między najniższą a najwyższą deklarowaną stawką za średnią cenę w hurcie krajowym za SMS w 2021 r. wzrosła nieznacznie (Wykres 7). Średnia z zadeklarowanych przez integratorów cen za SMS wyniosła 0,0825 zł. W 2021 r. minimalna średnia cena za SMS w hurcie wyniosła 0,0468 zł, o około 0,0005 zł mniej niż w 2020 r., natomiast średnia maksymalna z cen 0,0975 i jest mniejsza o 0,0025 zł w porównaniu z rokiem poprzednim.

O ile mediana wśród minimalnych cen (0,0400 zł) oraz maksymalnych cen (0,1200 zł) nie uległa zmianie, to w porównaniu do 2020 r. mediana w 2021 r. wzrosła o 0,0075 zł i wyniosła 0,0600 zł (Wykres 8).

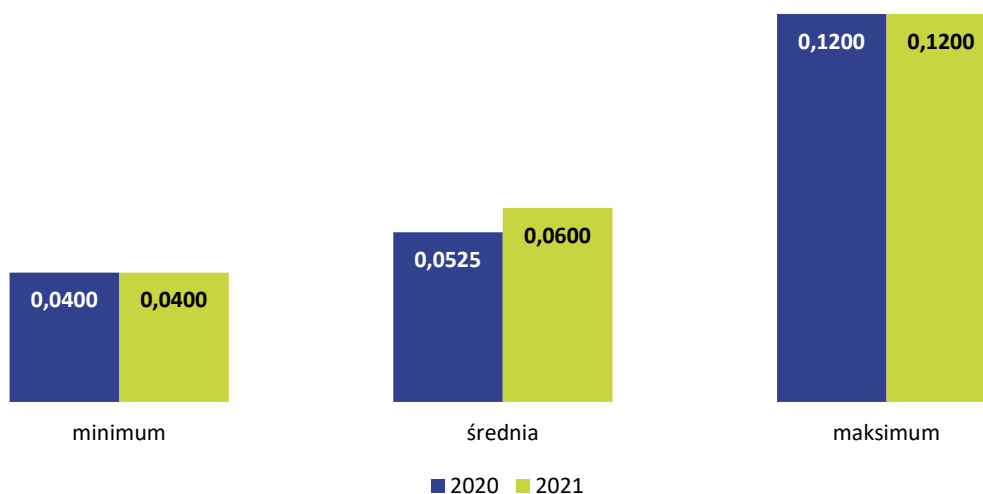
Wykres 7. Średnia (w zł netto) stawki za SMS w ruchu A2P w hurcie krajowym deklarowana przez integratorów w 2020 r. i 2021 r.



Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

Widoczne są również rozbieżności między cenami netto za SMS A2P w ruchu on-net i off-net. Na podstawie średnich cen netto integratorów widać, że różnice te są niewielkie. Według informacji na podstawie stawek integratorów za SMS w ruchu wewnątrzsielowym średnio należało zapłacić odpowiednio 0,065 zł netto (bez promocji) oraz 0,052 zł netto (w promocji). Z kolei w ruchu off-net ceny te wahają się średnio od 0,065 zł netto (bez promocji) oraz od 0,056 zł netto (w promocji).

Wykres 8. Mediana (w zł netto) stawki za SMS w ruchu A2P w hurcie krajowym deklarowana przez integratorów w 2020 r. i 2021 r.



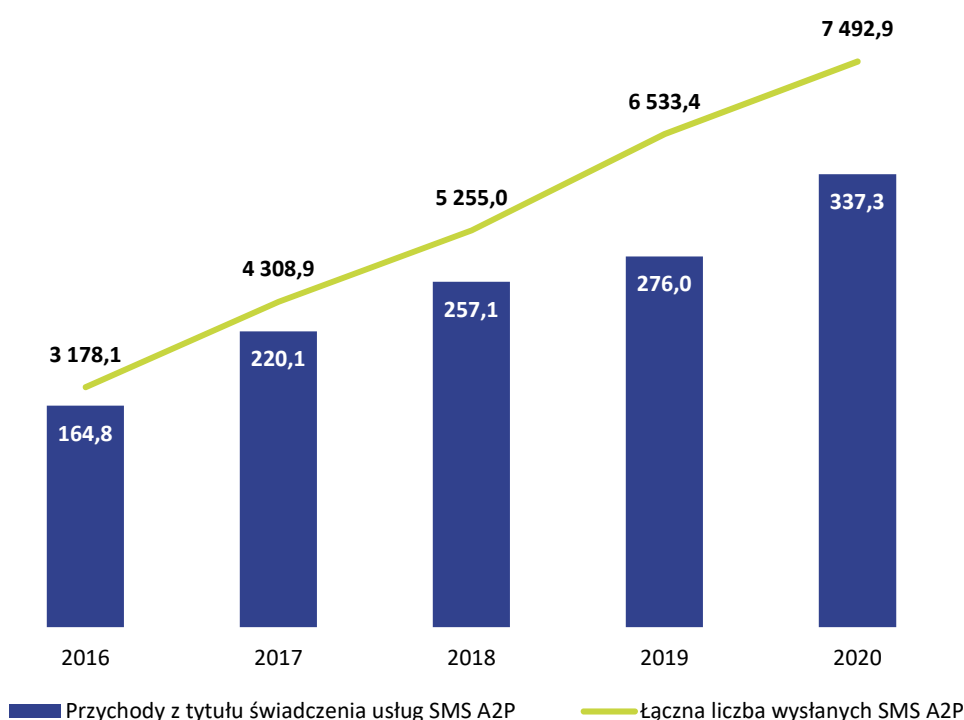
Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

2.2 Badanie MNO

Przychody MNO z usług SMS A2P z roku na rok systematycznie rosną. W 2020 r. łączne przychody MNO z tytułu świadczenia tych usług wyniosły niemal 337,4 mln zł, o 22,2% więcej niż w 2019 r. (Wykres 9). Wskaźnik CAGR dla lat 2016-2020 wyniósł 19,6%.

Tylko w pierwszej połowie 2021 r. przychody MNO wyniosły 241,1 mln zł netto.

Wykres 9. Przychody MNO (w mln zł netto) z tytułu świadczenia usług SMS A2P oraz łączna liczba wysłanych wiadomości SMS A2P przez MNO w latach 2016-2020



Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

Przychody z SMS A2P stanowią coraz większy udział w przychodach operatorów z SMS. Według danych zebranych w ramach sprawozdawczości z art. 7 Pt za 2020, przychody MNO z tytułu świadczenia usług SMS wyniosły łącznie 809 mln zł, a CAGR dla lat 2014-2020 wyniósł -15,5%⁷. Zatem łączne przychody z SMS A2P w 2020 r. stanowiły 43,5% przychodów z SMS zadeklarowanych przez wszystkich MNO w sprawozdaniach z art. 7 w 2020 r.

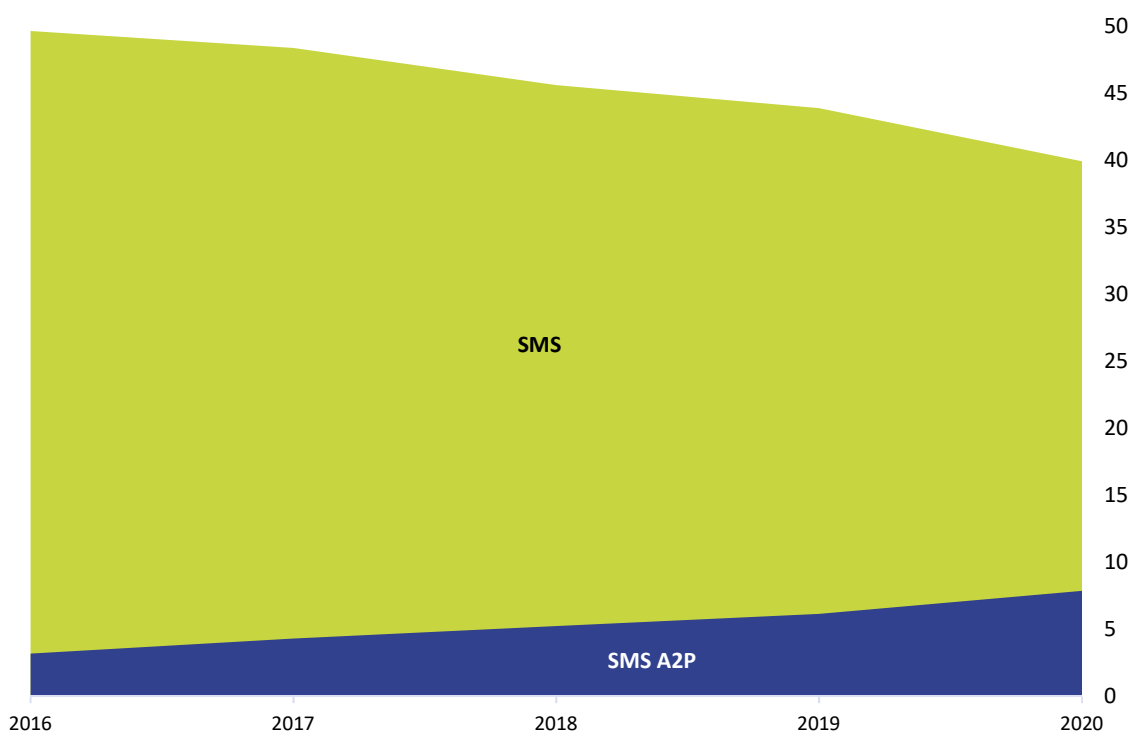
Łączna liczba wysłanych SMS A2P w sieciach MNO w 2020 r. wyniosła prawie 7,5 mld sztuk, o 14,7% więcej w porównaniu do 2019 r. (Wykres 10). Od 2016 r. liczba wysłanych SMS A2P wzrosła o ponad

⁷ Źródło: Przychody z wysłanych wiadomości SMS; F04 za 2020 r. - Usługi detaliczne świadczone użytkownikom końcowym w ruchomej publicznej sieci telekomunikacyjnej

4,3 mld sztuk⁸. CAGR dla wolumenu SMS A2P w latach 2016-2020 wyniósł 23,9%. Dla porównania, ten sam wskaźnik tylko dla liczby wysłanych SMS w kraju⁹ wyniósł -5,3%. W 2020 r. w sieciach MNO w kraju wysłano 39,9 mld SMS, o 9,0% mniej niż w 2019 r.

W pierwszej połowie 2021 r. łączna liczba wysyłanych wiadomości przez MNO wyniosła około 4,3 mld sztuk.

Wykres 10. łączna liczba SMS A2P (w mld sztuk) wysłanych w sieciach MNO na tle łącznej liczby SMS wysłanych w kraju (w mld sztuk) w latach 2016-2020



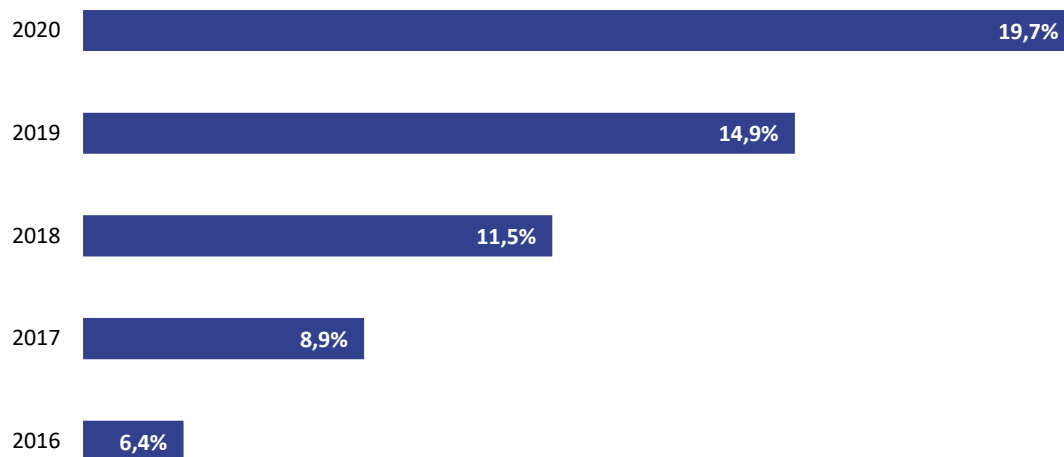
Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

⁸ Do 2016 r. jeden z operatorów nie rozróżniał w swoich systemach bilingowych SMS A2P od pozostałych SMS; SMS A2P były zliczane razem z w puli SMS wysłanych w sieci. Z tego wynika dość duży wzrost liczby wysłanych SMS A2P oraz przychodów osiągniętych z tego tytułu między 2015 r. a 2016 r.

⁹ Źródło: Liczba wiadomości SMS wysłanych w kraju; F05 – 2016-2017, F04 – 2018-2020; Usługi detaliczne świadczone użytkownikom końcowym w ruchomej publicznej sieci telekomunikacyjnej

SMS A2P stanowią coraz większy udział w łącznej liczbie wysłanych SMS w sieciach MNO. W 2016 r. średni udział SMS A2P w ogólnej liczbie SMS wysłanych przez MNO wyniósł 6,4%, natomiast w 2020 r. wskaźnik ten osiągnął poziom 19,7%. W porównaniu do 2019 r. wartość ta wzrosła o 5,7 pp (Wykres 11).

Wykres 11. Udział SMS A2P (w %) w ogólnej liczbie wysłanych SMS w sieciach MNO w kraju w latach 2016-2020



Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

3 Problemy na rynku SMS A2P

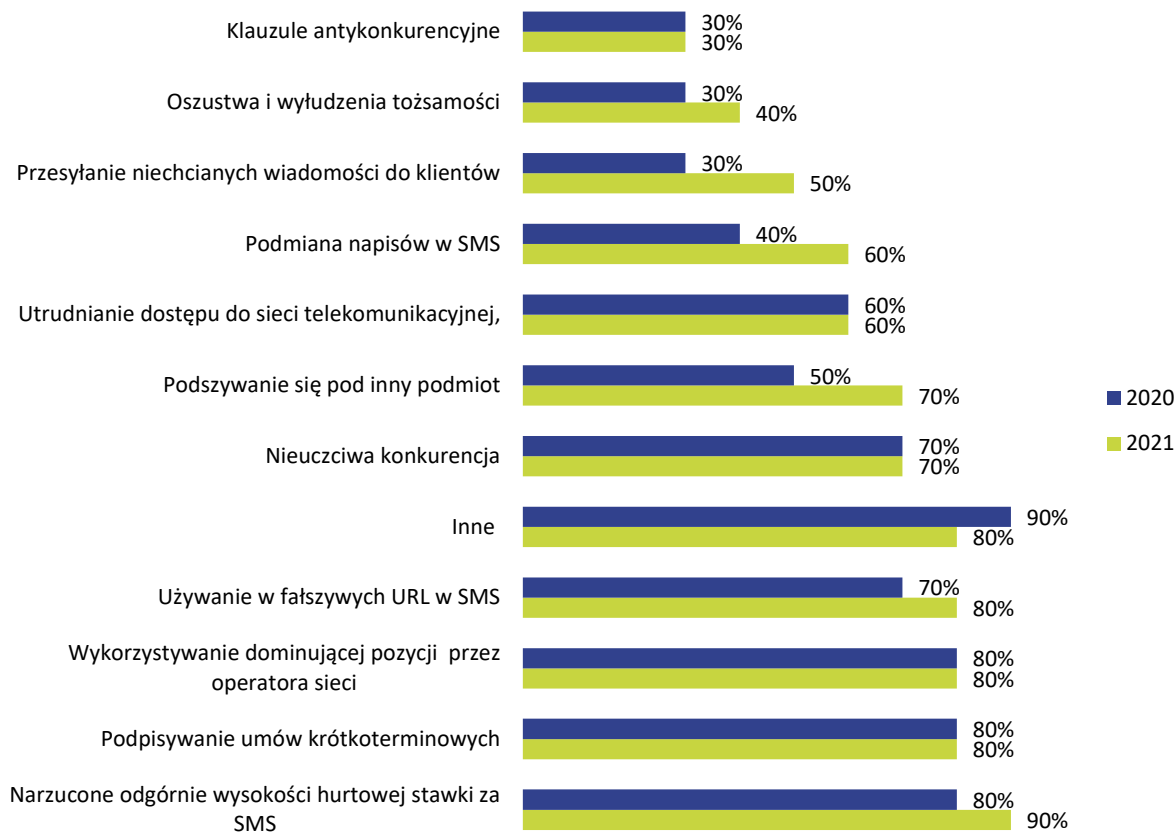
Informacje w rozdziale zostały przygotowane na podstawie ankiety stanowiącej część badania integratorów przeprowadzonego przez Prezesa UKE w 2020 r. i 2021 r. oraz badania integratorów przeprowadzonego w tym samym okresie. W ramach przeprowadzonych badań podmioty przekazały Prezesowi UKE swoje stanowiska. W dalszej części raportu zaprezentowane zostały wyniki z badania MNO oraz integratorów.

3.1 Badanie integratorów

Jednym z elementów badania była próba odpowiedzi na pytanie na jakie przeszkody w działalności napotykają integratorzy usług SMS A2P. Zarówno w 2020 r. jak i w 2021 r. **aż 77% spośród wszystkich badanych odnotowało problemy na rynku telekomunikacyjnym.**

Spośród tych integratorów, którzy odpowiedzieli twierdząco na powyższe pytanie, wielu wskazało także na wybrane szczegółowe problemy. W 2021 r. najczęstszym było odgórne narzucanie wysokości hurtowej stawki za SMS - spotkało się z nim aż 90% integratorów (w 2020 r. – 80%). 80% wskazało, że odczuło wykorzystywanie dominującej pozycji przez operatora sieci telekomunikacyjnej. W 2021 r. 80% badanych wskazało na problem używania fałszywych URL w treściach wysyłanych wiadomości (w 2020 r. - 70%). W 2020 r. i 2021 r. 70% respondentów zwróciło uwagę na nieuczciwą konkurencję. Również 70% wskazało na podszywanie za inny podmiot (50% w 2020 r.). Z tym ostatnim można wiązać problem podmiany nadpisów w wiadomościach, z którym spotkało się odpowiednio 60% - 2021 r. i 40% - 2020 r. integratorów. W obu badaniach 60% integratorów zaznaczyło utrudnienia dostępu do sieci telekomunikacyjnej. W 2021 r. połowa integratorów wskazała na problem masowej wysyłki wiadomości do klientów, którzy nie wyrazili na to zgody, a 40% na oszustwa i wyłudzenia tożsamości. W 2020 r. na dwie wspomniane trudności zwróciło uwagę 30%. Zarówno w tegorocznym badaniu jak i w ubiegłorocznym roku, najmniej integratorów, bo tylko 30% z nich, wskazało na podpisywanie klauzul antykonkurencyjnych (Wykres 12).

Wykres 12. Rodzaj i częstotliwość wybranych problemów spotykanych przez integratorów usług SMS A2P na rynku telekomunikacyjnym w 2020 r. i 2021 r.



Źródło: UKE na podstawie danych przedsiębiorców telekomunikacyjnych

Jednak aż 90% w 2020 r. i 80% w 2021 r. integratorów, którzy odczuli trudności z działalnością na rynku telekomunikacyjnym, wskazało problemy inne niż wyżej wymienione. Do wspomnianej kategorii należy zaliczyć: SPAM/phishing ze strony zagranicznych agregatorów i operatorów komórkowych, krótkoterminowa zmiana cen operatorów i nierówne traktowanie, ustalanie warunków poza umownych akceptowanych przez organy decyzyjne przedsiębiorstwa i ich wycofanie po kilku miesiącach bez podania powodu, brak możliwości żądania odszkodowania dla integratorów od operatorów mobilnych za przerwy w świadczeniu usług; brak symetrii zobowiązań między operatorem a integratorem; prawo do zmiany ceny w trakcie trwania umowy; możliwość wypowiedzenia umowy w dowolnym momencie poprzez zaproponowanie nowych stawek przez operatora oraz inne kwestie związane z bezpieczeństwem świadczenia usług.

W celu uniknięcia przynajmniej części problemów, w 2021 r. 85% spośród wszystkich badanych podmiotów zadeklarowało, że wprowadziło zabezpieczenia dla konsumentów. Środki bezpieczeństwa obejmują głównie wprowadzone rozwiązania techniczne takie jak narzędzia do weryfikacji adresów i nadpisów wiadomości, filtry URL – tzw. whitelisy i blacklisy, firewall,

programy antyphishingowe itp.). Integratorzy współpracują z państwowymi i prywatnymi organami nadzorującymi incydenty w sieci.

3.2 Stanowisko integratorów

Niezależnie od przedstawionego badania, Prezes UKE na przestrzeni ostatnich lat otrzymywał szereg zgłoszeń od uczestników rynku o możliwych nieprawidłowościach, nie tylko w relacjach przedsiębiorca telekomunikacyjny – konsument, ale również dotyczących współpracy biznesowej, czy międzyoperatorskiej.

3.2.1 Relacja opłat za hurtowy SMS A2P w stosunku do opłat za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach mobilnych (MTR)

Jednym z głównych zgłaszanych przez integratorów problemów jest relacja opłat za hurtowy SMS A2P w stosunku do opłat za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach mobilnych (MTR). Hurtowa opłata za SMS A2P pozostaje na stałym poziomie ok. 5 gr, podczas gdy opłata za MTR została obniżona do wysokości 3,17 gr za minutę¹⁰. Zgodnie z projektem Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie roamingu w publicznych sieciach łączności ruchomej wewnątrz Unii, opłaty hurtowe za SMS będą wynosiły od 1 lipca 2022 r.: 0,004 EUR/SMS (ok. 1,78 gr/SMS), a od 1 stycznia 2025 r.: 0,003 EUR/SMS (ok. 1,34 gr/SMS.).

3.2.2 Polityka cenowa operatorów MNO

Kolejną kwestią podnoszoną przez integratorów usług SMS A2P jest polityka cenowa operatorów MNO:

- znaczące i niespodziewane podwyżki opłat za hurtowy SMS A2P;
- dyskryminacja cenowa tj. oferowanie niższych opłat klientom biznesowym współpracującym bezpośrednio z MNO, niż opłat oferowanych integratorom SMS A2P;
- zrównanie opłat za hurtowe SMS A2P wysyłane w ramach własnej sieci (on-net) z hurtowymi opłatami za SMS A2P wysyłane do innych sieci (off-net), pomimo faktu, że ruch on-net wiąże się z ponoszeniem niższych kosztów (brak konieczności ponoszenia opłaty za interconnect).

Integratorzy usług SMS A2P wskazują także na niekorzystne warunki współpracy oraz warunki umowne. Polegają one na krótkich terminach obowiązywania umów (maksymalnie 6 – 12 miesięcy), i ich wypowiedzenia, długim okresie (8-10 miesięcy) negocjacji nowych umów oraz braku możliwości wpisania do umów SLA dotyczących warunków technicznych i jakościowych świadczenia usług.

¹⁰ Zmiana wysokości stawki MTR na podstawie rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/654 z dnia 18 grudnia 2020 r. określającego jednolitą maksymalną ogólnounijną stawkę za zakończenie połączenia głosowego w sieci ruchomej oraz jednolitą maksymalną ogólnounijną stawkę za zakończenie połączenia głosowego w sieci stacjonarnej

3.3 Stanowisko MNO

Odnosząc się do zgłaszanych przez integratorów zastrzeżeń, operatorzy MNO przedstawili swoją argumentację dotyczącą aktualnej sytuacji na rynku SMS A2P oraz funkcjonujących na nim warunków współpracy:

3.3.1 Wysokość opłaty hurtowej za SMS A2P

Wysokość opłaty jest skorelowana z polityką biznesową danego MNO. Na wysokość opłaty wpływają rabaty, które są uzależnione od wielkości ruchu oraz faktu, czy dany kontrahent korzysta tylko z usług SMS A2P, czy też pakietu usług oferowanych przez danego MNO. Uzależniona jest także od wolumenu ruchu realizowanego przez podmiot świadczący usługę SMS A2P. Zdaniem MNO wysokość opłaty za SMS A2P nie powinna być skorelowana z wysokością MTR¹¹. Usługi te są niezależne od siebie, mają inną charakterystykę.

3.3.2 Polityka cenowa MNO

MNO nie zamierzają, w najbliższym czasie, zmieniać swojej polityki cenowej dotyczącej świadczenia usługi SMS A2P. Wskazują, że ewentualna zmiana polityki cenowej będzie odzwierciedleniem aktualnej sytuacji rynkowej, oczekiwań klientów co do technicznych rozwiązań oferowanych w ramach usługi, rozwoju nowych kanałów komunikacji, tj. RCS. W opinii MNO, obniżanie stawki za zakańczanie wiadomości SMS w sieciach polskich operatorów, podczas gdy stawki w innych krajach unijnych pozostają na istotnie wyższym poziomie, jest niekorzystne dla bilansu przepływów finansowych za wymianę usług telekomunikacyjnych pomiędzy polskimi i europejskimi operatorami.

3.3.3 Warunki współpracy oraz warunki umowy

MNO deklarują, że nie dokonują zmian warunków umownych, w tym zmian warunków cenowych. Ewentualne zmiany umów są dokonywane jedynie w przypadkach uzasadnionych (np. nadużycia telekomunikacyjne). Są to jednak, według MNO, działania sporadyczne.

¹¹ Metodyka wyliczenia opłaty za usługę SMS (opłata hurtowa) w korelacji z opłatą za MTR była zastosowana w decyzjach regulacyjnych wydanych przez Prezesa UKE 14 grudnia 2010 r. dla operatorów MNO. Zostało wtedy przyjęte, że wysokość opłaty za SMS hurtowy powinna wynosić ¼ wysokości opłaty za MTR.

4 Regulacje rynku SMS A2P

Rynek SMS A2P nie był dotychczas wydzielony jako osobny rynek i nie podlegał regulacji ex-ante. Do 2017 r., regulacji w Polsce podlegał rynek świadczenia usługi zakańczania krótkich wiadomości tekstowych (SMS) w poszczególnych publicznych ruchomych sieciach telefonicznych, który jednakże nie był zawężony do SMS A2P, a obejmował przede wszystkim SMSy P2P. W styczniu 2017 r., w wyniku przeprowadzonej przez Prezesa UKE analizy, rynek ten został uznany za konkurencyjny i w efekcie zderegulowany¹². Podobnie jak w Polsce, również na poziomie regulacji unijnych – Rynek SMS A2P nie był i nie jest obecnie regulowany.

Rynek SMS A2P nie jest również uwzględniony w aktualnym zaleceniu¹³ w sprawie rynków właściwych z 2020 r. (nie był również uwzględniony w poprzednich zaleceniach dot. regulacji ex-ante). Zgodnie z notą wyjaśniającą¹⁴, „Komisja nie proponuje zdefiniowania oddzielnego rynku zakańczania połączeń SMS. Jednakże [...] taki rynek – w tym SMS tradycyjny i SMS typu push – może zostać zdefiniowany przez krajowy organ regulacyjny na podstawie testu trzech kryteriów”. W praktyce oznacza to, że pomimo faktu, iż rynek SMS A2P nie był i nie jest regulowany, w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości w funkcjonowaniu tego rynku, krajowy organ regulacyjny posiada narzędzia, aby taką regulację przeprowadzić. Rynek zakańczania SMS jest, podobnie jak rynki zakańczania połączeń głosowych w sieciach stacjonarnych oraz mobilnych, naturalnie monopolistyczny ze 100% udziałem operatora zakańczającego SMS.

Jak każda regulacja rynku, tak i regulacja rynku SMS A2P musiałaby rozwiązywać stwierdzone problemy rynkowe. Krajowy organ regulacyjny na bieżąco monitoruje sytuację na rynku SMS A2P i w zależności od dokonanej oceny może podejmować proporcjonalne i uzasadnione działania mające zapewnić stabilne i konkurencyjne warunki dla jego funkcjonowania.

¹² <https://archiwum.uke.gov.pl/koniec-regulacji-smsow-21306>

¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32020H2245>

¹⁴ Nota wyjaśniająca do zalecenia Komisji w sprawie rynków właściwych w zakresie produktów i usług telekomunikacyjnych w sektorze łączności elektronicznej podlegających regulacji ex-ante zgodnie z dyrektywą 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie wspólnych ram regulacyjnych sieci i usług łączności elektronicznej z dnia 9 października 2014 r., SWD(2014) 298

Lista źródeł

- [1]. Badanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych oraz preferencji konsumentów. Raport z badania klientów indywidualnych. Raport z badania ilościowego, Grudzień 2020 r. UKE
- [2]. Liczba wiadomości SMS wysłanych w kraju; F04 za 2020 r.; Usługi detaliczne świadczone użytkownikom końcowym w ruchomej publicznej sieci telekomunikacyjnej
- [3]. <https://www.juniperresearch.com/press/rcs-business-messaging-traffic-to-reach>
- [4]. Koniec regulacji SMS, <https://archiwum.uke.gov.pl/koniec-regulacji-smsow-21306>
- [5]. Zalecenie Komisji (UE) 2020/2245 z dnia 18 grudnia 2020 r. w sprawie rynków właściwych w zakresie produktów i usług telekomunikacyjnych w sektorze łączności elektronicznej podlegających regulacji ex ante zgodnie z dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1972 ustanawiającą Europejski kodeks łączności elektronicznej (notyfikowana jako dokument nr C(2020) 8750) (Tekst mający znaczenie dla EOG), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32020H2245>
- [6]. Nota wyjaśniająca do zalecenia Komisji w sprawie rynków właściwych w zakresie produktów i usług telekomunikacyjnych w sektorze łączności elektronicznej podlegających regulacji ex ante zgodnie z dyrektywą 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie wspólnych ram regulacyjnych sieci i usług łączności elektronicznej z dnia 9 października 2014 r., SWD(2014) 298

Urząd Komunikacji Elektronicznej

Departament Strategii i Analiz

T +48 22 534 9335

F +48 22 534 9322

sekretariat.dsa@uke.gov.pl

Departament Regulacji

T +48 22 534 9440

F +48 22 534 9306

sekretariat.dr@uke.gov.pl