



Svensk Telemarknad 2001

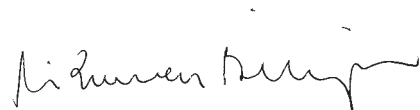
Förord

Även under 2001 ökar marknaden för telekommunikation i värde. Det är framför allt de nyare tjänsterna, såsom SMS och Internetaccess med högre överföringskapacitet, som står för expansionen, medan de mer traditionella områdena, såsom fast telefoni, visar på en viss stabilisering. Även mobiltelefoni verkar ha inträtt i en något lugnare fas under året – antalet abonnemang växer inte längre lika snabbt. Detta visar Post- och telestyrelsens, PTS, analys av den svenska telemarknaden som görs för åttonde året i rad.

Steg för steg stärks konkurrensen på telemarknaden. Sedan den svenska telemarknaden öppnades för konkurrens 1 juli 1993 har konkurrensen utvecklats positivt på i stort sett samtliga delar av telemarknaden. Särskilt viktig var förvalsreformen som genomfördes under hösten 1999. Sedan dess har alternativa operatörer kunnat ta marknadsandelar i en större omfattning än tidigare på flera delmarknader för fasta teletjänster. Det finns dock vissa segment som inte varit utsatta för någon större konkurrens; abonnemang i det fasta telenätet är ett sådant. Trots att EU-förordningen om lika tillträde till accessnät trädde i kraft redan 2 januari 2001, har konkurrensen inte kommit igång på denna delmarknad. För att ytterligare underlätta för konkurrerande operatörer föreslog PTS den 2 maj 2002 att det införs en skyldighet i den svenska telelagen om så kallad bitströmstillträde, dvs. uthyrning av nätkapacitet för datatrafik i accessnätet.

Den mobila marknaden kännetecknas alltjämt av en oligopolliknande struktur där de tre nätägande mobiloperatörerna kontrollerar marknaden. Ett tiotal nya s.k. tjänstetillhandahållare har dock etablerats sig under de senaste par åren. Mycket pekar på att deras position gentemot de nätägande mobiloperatörerna är relativt svag. I vissa fall är de starkt sammanknutna med operatörerna. Något större tryck på att priserna för mobiltelefoni ska sjunka bedöms inte föreligga just nu. Detta har PTS, i samarbete med Konkurrensverket och Konsumentverket, kunnat konstatera i en gemensam studie som publicerades under hösten 2001 och som avhandlade marknadsförhållandena på denna delmarknad. I syfte att öka antalet aktörer på mobilmarknaden – och därmed stärka konkurrensen – delar PTS under våren 2002 ut ett fjärde GSM tillstånd.

Regeringen presenterade i mars 2000 sin IT-proposition med den övergripande målsättningen att Sverige som första land ska bli ett informationssamhälle för alla. Ett prioriterat område för att möjliggöra detta är att öka tillgängligheten till informationssamhällets tjänster. Ett mål när det gäller tillgänglighet är att alla i Sverige inom en inte alltför avlägsen framtid skall ha tillgång till infrastruktur med hög överföringskapacitet, s.k. bredband. PTS kan konstatera att antalet privata kunder med Internetaccess på den svenska telemarknaden som vid årsskiftet 2001/2002 hade tillgång till högre överföringskapacitet, uppgick till cirka 455 000. Detta är en markant ökning jämfört med året innan och visar på att utbyggnaden sker i ett raskt tempo.



NILS GUNNAR BILLINGER
GENERALDIREKTÖR

Innehållsförteckning

SYFTE OCH METOD	8
MARKNADEN FÖR TELEKOMMUNIKATIONER	10
Övergripande målsättning	10
Anmälda och tillståndshavare	10
Svensk telemarknad	11
FAST TELEFONI	13
Operatörer och tjänstetillhandahållare	13
Marknadsutveckling	13
Abonnemang	13
Förvalskunder	14
Omsättning	15
Nationella samtal	16
Samtal från fasta nät till mobilnät	18
Internationella samtal	20
Samtrafikintäkter	22
MOBILA TELETJÄNSTER	23
Operatörer och tjänstetillhandahållare	23
Marknadsutveckling	23
Mobiltelefonikunder	23
Omsättning	25
Samtrafikintäkter	27
SMS	28
GPRS	29

NÄTKAPACITET OCH NÄTVERKSTJÄNSTER	30
Operatörer	30
Marknadsutveckling	30
Marknadens struktur	30
Nätkapacitet till operatör	30
Nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund	31
INTERNETACCESS OCH ACCESS MED HÖGRE ÖVERFÖRINGSKAPACITET	32
ISP:er	32
Kunder med Internetaccess	32
Omsättning	35
MARKNADSDATA	39
Telekommunikation	39
Fast telefoni	40
Mobila teletjänster	48
Nätkapacitet och nätverkstjänster	55
Internetaccess och access med högre överföringskapacitet	57
DELTAGARLISTA	62

Författare:
Stefan Williamson

Tabellförteckning

Tabell 1a	Fast telefoni och mobila teletjänster – intäkter från slutkund
Tabell 1b	Fast telefoni och mobila teletjänster – procentuell fördelning av intäkter från slutkund
Tabell 1c	Fast telefoni och mobila teletjänster – procentuell tillväxt av intäkter från slutkund
Tabell 2	Genomsnittlig intäkt från ett hushåll – privat konsumtion av teletjänster (fast telefoni, mobila teletjänster och Internet)
Tabell 3	Fast telefoni – antal abonnemang (PSTN & ISDN)
Tabell 4	Fast telefoni – antal indirekt anslutna kunder för fast telefoni (PSTN och ISDN)
Tabell 5	Fast telefoni – antal ISDN-kanaler
Tabell 6a	Fast telefoni – intäkter från slutkund (PSTN och ISDN)
Tabell 6b	Fast telefoni – procentuell fördelning av intäkter från slutkund (PSTN och ISDN)
Tabell 7a	Fast telefoni – marknadsandelar – intäkter från slutkund (PSTN och ISDN)
Tabell 7b	Fast telefoni – marknadsandelar – procentuell fördelning av intäkter från slutkund (PSTN och ISDN)
Tabell 8	Fast telefoni – antal utgående trafikminuter från slutkund (PSTN och ISDN)
Tabell 9	Fast telefoni – genomsnittlig intäkt per trafikminut från slutkund (PSTN och ISDN)
Tabell 10	Fast telefoni – prisutveckling nationella samtal och samtal från fasta nät till mobilnät
Tabell 11	Fast telefoni – samtrafikintäkter i fasta nät
Tabell 12	Fast telefoni – samtrafikminuter i fasta nät
Tabell 13	Mobila teletjänster – tillväxt i antal abonnemang och kontantkort
Tabell 14	Mobila teletjänster – antal abonnemang och kontantkort
Tabell 15	Mobila teletjänster – marknadsandelar - antal abonnemang och kontantkort
Tabell 16a	Mobila teletjänster – intäkter från slutkund
Tabell 16b	Mobila teletjänster – procentuell fördelning av intäkter från slutkund
Tabell 17	Mobila teletjänster – antal från slutkund utgående trafikminuter i GSM- och NMT-näten
Tabell 18	Mobila teletjänster – genomsnittlig månatlig intäkt
Tabell 19	Mobila teletjänster – SMS-meddelanden

Tabell 20	Mobila teletjänster – personsökare - antal abonnenter och intäkt
Tabell 21	Mobila teletjänster – samtrafikintäkter i mobilnät
Tabell 22	Mobila teletjänster – samtrafikminuter i mobilnät
Tabell 23	Nätkapacitet till operatör – intäkter
Tabell 24	Nätkapacitet till operatör – antal hyrda förbindelser
Tabell 25	Nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund – intäkter
Tabell 26	Nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund – antal anknnytningar och förbindelser för nätverkslösningar
Tabell 27a	Internet – antal aktiva kunder till Internetaccess per accessform
Tabell 27b	Internet – procentuell fördelning av antal aktiva kunder till Internetaccess per accessform
Tabell 28	Internet – antal aktiva kunder till Internetaccess med högre överföringskapacitet
Tabell 29	Internet – marknadsandelar - antal aktiva kunder till Internetaccess
Tabell 30a	Internet – intäkter av Internetaccess från slutkund
Tabell 30b	Internet – procentuell fördelning av intäkter av Internetaccess från slutkund
Tabell 31	Internet – marknadsandelar – intäkter av Internetaccess från slutkund
Tabell 32a	Internet – intäkter från Internetrelaterade tjänster från slutkund
Tabell 32b	Internet – procentuell fördelning av intäkter från Internetrelaterade tjänster från slutkund
Tabell 33	Internet – tillväxt, penetration och genomsnittlig intäkt
Tabell 34	Företag som deltagit i studien

Sammanfattning

Under 2001 har det blivit än tydligare att det är de nya formerna för kommunikation som dominerar utvecklingen på marknaden. Framför allt är det SMS och Internetaccess med högre överföringshastighet som uppvisar de högsta tillväxttalen. Samtidigt har andra tidigare tillväxtstarka tjänster gått in i en lugnare tillväxtfas. Vi ser bland annat en blygsammare tillväxttakt i antalet mobilabonnemang, något som troligen främst beror på att penetrationen i Sverige är relativt hög.

Antalet förvalskunder för fast telefoni försätter att öka kraftigt, till och med i högre grad under 2001 än under 2000. Under 2001 ökade antalet förvalskunder med 35 procent eller 396 000. Vid slutet av 2001 har därmed 1 541 000 fasttelefonikunder valt en alternativ operatör till Telia som förvalsooperatör. Av dessa förvalskunder var 1 324 000 privata, vilket motsvarar en tredjedel av samtliga privata abonnemang för fast telefoni (PSTN och ISDN). Att antalet förvalskunder är så högt, bekräftar att den förvalsreform som PTS genomförde i september 1999 har utvecklats till en betydande framgång för en ökad konkurrens på den svenska marknaden för fasta telefonitjänster.

Marknadsvärdet för fast telefoni under 2001 uppgick till 27,1 miljarder kronor, vilket innebär att marknaden för fast telefoni endast fortsätter att utvecklas marginellt. Tillväxten under 2001 låg på något mer än 1 procent. Telia hade 76 procent av marknadsvärdet vid slutet av 2001 och har igenomsnitt förlorat nära 3 procentenheter varje år sedan mätningarna inleddes 1994.

Marknadsvärdet för nationella samtal uppgick under 2001 till drygt 8,8 miljarder kronor. Intäkterna för detta samtalsslag ligger i princip på samma nivå som för 2000 och 1999, möjligen något lägre. Samtidigt skall understrykas att i nationella samtal inkluderas även Internetsamtal, dvs. uppringd access via PSTN och ISDN. Dessa utgör mellan en fjärdedel och en tredjedel av intäkterna. Telia hade under 2001 en marknadsandel på 69 procent av värdet på nationella samtal. Det är hela 8 procentenheter lägre än under 2000, då Telias marknadsandel var 77 procent. Det kan tilläggas att Telia mellan 1999 och 2000 dessutom förlorade ytterligare 11 procentenheter. I dessa siffror speglas den inverkan som förvalsreformen har haft.

Samtal från fasta nät till mobilnät utgör, med sina 5,5 miljarder kronor, en förhållandevis stor andel av det totala marknadsvärdet för fast telefoni. Telia fortsätter att förlora relativt stort i marknadsandelar inom segmentet: under 2001 gick Telias marknadsandel ned med 8 procentenheter från 64 procent till 56 procent. Operatörernas genomsnittliga intäkt per trafikminut för samtal från fasta nät till mobilnät har sjunkit under den senaste ettårsperioden, från 1,96 kronor per minut under 2000 till 1,73 kronor per minut under 2001.

Internationella samtal är det samtalsslag inom fast telefoni som varit konkurrensutsatt längst tid i Sverige, något som inneburit stadigt sjunkande samtalstaxor för konsumenten. Mindre operatörer har ofta flera leverantörer av internationell trafik att välja mellan, vilket ger dem en rimligt god position på den delmarknaden. I princip är marknaden för internationell trafik en av de få riktigt väl fungerande. De sjunkande samtalstaxorna har inte uppvägs av att trafikvolymen har ökat i motsvarande utsträckning. Även om trafikvolymen ökade med 4 procent under 2001, sjönk ändå värdet på marknaden för internationella samtal med hela 26 procent. Telia hade 2001 en marknadsandel på 43 procent vilket är 6 procentenheter lägre än året innan. Därefter följer WorldCom som hade 17 procent av marknaden, Tele2 med 15 procent och gruppen övriga operatörer med 25 procent.

Mobilmarknaden verkar nu ha gått in i en ny, lugnare fas. Antalet abonnemang och kontantkort ökar inte lika kraftigt som tidigare. Under 2001 ökade dessa med endast 12 procent. Motsvarande siffra för 2000 var 24 procent och för 1999 25 procent. Antalet abonnemang och kontantkort var 7 157 000 per den sista december 2001. Kontantkorten fortsätter att växa och utgör nu 49 procent av samtliga GSM-abbonemang och kontantkort.

Under 2001 ökade antalet tjänstetillhandahållare av mobila teletjänster från två till runt tio. Några av dessa är dock dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna. Visserligen är de nya tjänstetillhandahållarna för mobila teletjänster fortfarande små, med en sammanlagd marknadsandel på endast 1,1 procent av det totala antalet abonnemang och kontantkort, men samtidigt kan man konstatera att tjänstetillhandahållarna under 2001 lyckats relativt väl i att fånga upp nya kunder för sina GSM-abbonemang. Av den totala tillväxten i antal abonnemang och kontantkort på 788 000, har tjänstetillhandahållarna tagit nära 6 procent.

Under 2001 fortsatte tillväxten i antalet sända SMS att vara mycket stark. Under året sändes mer än dubbelt så många SMS som under 2000. I praktiken är det frågan om en tillväxt på 116 procent eller, räknat i antal, en ökning med 547 miljoner sända SMS; från 473 miljoner till 1,02 miljarder. Privatkunderna sände 85 procent av dessa. SMS står för 7 procent av den totala genomsnittliga intäkten per kund för mobila teletjänster. Ser man enbart till privatkunder är motsvarande andel hela 12 procent.

Tillväxten i antalet kunder med Internetaccess fortsätter att vara stark i Sverige. Under 2001 ökade antalet kunder med 542 000, från 2 307 000 till 2 849 000, vilket motsvarar en tillväxt på 23 procent. Per den sista december 2001 bedömer PTS att 455 000 privata kunder med Internetaccess var uppkopplade till Internet, via någon form av access med högre överföringskapacitet. Motsvarande siffra för sista december 2000 var 138 000. Framför allt är det ADSL som har seglat upp som klar ledare med nära 9 procent av den totala marknaden för privata Internetaccesser med högre överföringskapacitet. Endast en fjärdedel av samtliga privatkunder med högre överföringskapacitet har dock tillgång till 2 Mbps eller mer i överföringskapacitet.

Syfte och metod

Huvudsyftet med denna studie är att kartlägga och analysera utvecklingen av den svenska marknaden för telekommunikation under 2001.

Post- och telestyrelsen, PTS, har till uppgift att följa den svenska telemarknadens utveckling och främja konkurrens inom området. Som del i detta arbete utför PTS olika typer av marknadsanalyser. Behovet av och efterfrågan på marknadsstatistik är även stor bland operatörer och hos allmänheten, speciellt då konkurrensen leder till att den svenska telemarknaden blir alltmer dynamisk och kundorienterad.

Denna rapport fokuserar på följande delmarknader:

- Fast telefoni
- Mobila teletjänster
- Nätkapacitet och nätverkstjänster
- Internetaccess och access med högre överföringskapacitet
- Samtrafikmarknaden

Svensk telemarknad skall främst ses som PTS rapport för statistik om telemarknaden. Fokus i rapporten ligger därför på att redovisa marknadsstatistik i tabellform. Den innehåller även en analys med kompletterande figurer och diagram som förtydligar siffermaterialet, beskriver den rådande marknadssituationen och pekar på vissa bakomliggande faktorer till den utveckling som sker på telemarknaden. I rapporten redovisas marknadsandelar för enskilda operatörer på vissa delmarknader.

Motsvarande marknadsstudier har tidigare genomförts av:

1994	PA Consulting Group
1995	Bohlin & Strömberg
1996-1997	AB Stelacon
1998	Öhrlings PriceWaterhouseCoopers
1999-2001	Post- och telestyrelsen

Härutöver finns statistik som framtas av SIKA¹.

Insamlingen av statistik för 2001 har skett i samarbete med Statens institut för kommunikationsanalys, SIKA och Statistiska centralbyrån, SCB. Ett huvudsyfte med samarbetet är att underlätta för uppgiftslämnarna och att minska antalet utsända frågeformulär.

På PTS finns information som enligt sekretesslagen bedöms som marknadskänslig.² Sådan information är inte använd i denna rapport. Det siffermaterial som ligger till grund för Svensk telemarknad är inhämtat från operatörerna enbart för att ligga till grund för denna analys samt för

¹ SIKA är den myndighet under Näringsdepartementet som ansvarar bland annat för den officiella statistiken inom transport- och kommunikationsområdet (se www.sika-institute.se).

² 8 kap 6 § sekretesslagen.

den officiella statistiken inom tele- och datakommunikationsverksamhet, vilken publiceras av SIKA och SCB:s underlag till nationalräkenskaperna. De operatörer som deltagit finns angivna sist i rapporten under rubriken Deltagarlista. Marknaden beskrivs även med historiska data i denna rapport. Den äldsta statistiken är från 1994.

Rapporten baseras främst på följande informationskällor:

- Kvantitativa data inhämtade av PTS, SCB och SIKA från operatörer
- Telefonsamtal med operatörer
- Statistik ur tidigare rapporter motsvarande Svensk telemarknad
- Årsredovisningar
- Sökningar på Internet
- Marknadsundersökningar och analyser som PTS låtit genomföra med hjälp av externa konsulter
- Andra analyser som PTS genomfört i egen regi

De definitioner som används i frågeformuläret och som ligger till grund för rapporterna, revideras och förtydligas kontinuerligt. För att tydliggöra marknadens utveckling har även segmenteringen i vissa fall ändrats. De förändringar som görs är dock av sådan karaktär att jämförbarheten med tidigare rapporter i stor utsträckning bibehålls.

Revidering av historisk statistik genomförs kontinuerligt i de fall då ytterligare information blir tillgänglig för PTS. Av denna anledning kan statistik för ett och samma år skilja sig åt i olika rapporter. Det är därför väsentligt att den som använder Svensk telemarknad har tillgång till den senast publicerade versionen.

De procenttal som redovisas i rapporten kan pga. avrundningar i vissa fall innehålla mindre avvikelser och därmed leda till att summan av delarna inte alltid blir 100 procent. Det bör även observeras att de belopp som anges i rapporten, exempelvis för intäkter, inte är inflationsjusterade.

På PTS hemsida (www.pts.se) finns ytterligare marknadsstudier om konkurrenssituationen som PTS har genomfört under 2001 och 2002, antingen i egen regi, tillsammans med andra myndigheter eller med hjälp av konsulter.

Aktuella marknadsstudier:

- Konkurrenssituationen på olika delmarknader inom teleområdet (PTS, februari 2001)
- Konkurrensen på Internetmarknaden (PTS, mars 2001)
- IT-infrastrukturen i Sverige (PTS, augusti 2001)
- Mobiltelemarknaden i Sverige ur ett konsument- och konkurrensperspektiv (PTS, KOV och KKV, september 2001)
- Studie av tredjepartsoperatörer på marknaden för mobila teletjänster (PTS, december 2001)
- IT-infrastrukturen i Sverige, 2001 – Uppnås målet om tillgänglighet? (PTS, mars 2001)
- ALLTID PÅ! Bredbandsmarknaden ur ett konsumentperspektiv (PTS, KOV och KKV, maj 2002)

Marknaden för telekommunikationer

Övergripande målsättning

Den i telelagen angivna målsättningen för telemarknaden är att enskilda och myndigheter skall få tillgång till effektiva telekommunikationer till lägsta möjliga samhällsekonomiska kostnad. Med detta avses tillgång till telekommunikation på lika villkor, till ett rimligt pris samt att tjänsterna skall vara uthålliga och tillgängliga under krig och krissituationer. Ett viktigt medel för att uppnå detta är, enligt telelagen, att skapa en marknad som kännetecknas av en väl fungerande konkurrens mellan aktörerna.

Anmälda och tillståndshavare

I december 2001 hade totalt 285 företag kommit in med en anmälan för en eller flera av de tjänster som omfattas av anmälningsplikten enligt telelagen. Detta innebär att det sedan december 2000 har tillkommit 54 anmälda företag.

Antalet företag	
1997	30
1998	80
1999	133
2000	231
2001	285

Antalet företag med tillstånd var 17 stycken, några av dem med tillstånd för flera tjänster. Nedan framgår hur många anmälningar, respektive antal tillstånd, som fanns registrerade hos PTS i maj 2002 för respektive tjänst.

	Antal anmälningar	Antal tillståndshavare
Fasta telefonitjänster	134	11
Mobila teletjänster	51	3
Nätkapacitet för UMTS		4
Fasta förbindelser	191	8
Annan teletjänst	85	

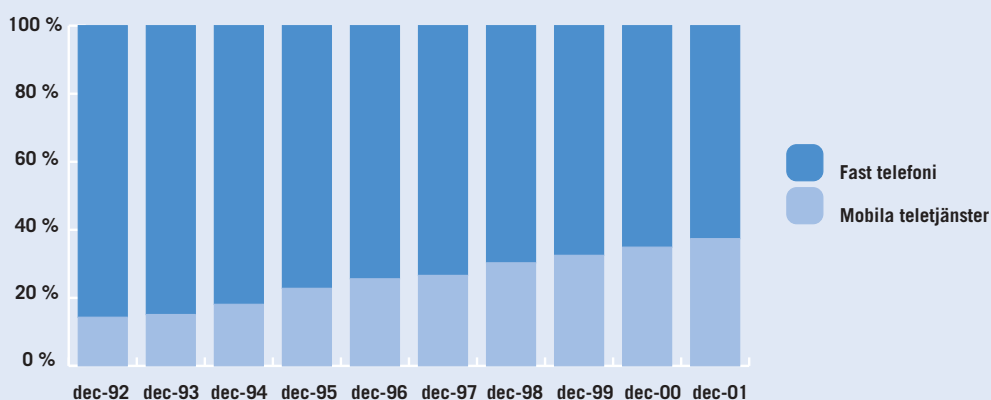
Som framgår av siffrorna ovan, är antalet anmälningar fler än antalet företag som har kommit in med en anmälan. Anledningen är att ett företag kan anmäla sig för flera tjänster. Ett betydande antal av dessa företag har inte redovisat någon omsättning under 2001.

Svensk telemarknad

Under 2001 har det blivit än tydligare att det är de nya formerna för kommunikation som dominerar utvecklingen på marknaden. Framför allt är det SMS och Internetaccess med högre överföringshastighet som uppvisar de högsta tillväxttalen. Samtidigt har andra tidigare tillväxtstarka tjänster gått in i en lugnare tillväxtfas. Vi ser bland annat en betydligt blygsammare tillväxttakt i antalet mobilabonnemang, något som troligen främst beror på att penetrationen i Sverige är relativt hög. Det verkar också som att ISDN får ge vika för andra accessformer med högre överföringskapacitet, vilket företrädesvis märks för den tvåkanaliga ISDN-tjänsten (Basic rate), som under året saknade tillväxt i antalet företagskunder.

Operatörernas intäkter för fast telefoni³ och mobila teletjänster ökade under 2001 med 5 procent, jämfört med motsvarande period 2000. Omsättningen under perioden var på 43,4 miljarder kronor. I dag utgör mobila teletjänster 37 procent av omsättningen för fast telefoni och mobila teletjänster, medan den under 2000 utgjorde 35 procent.

Figur 1 • Fördelning av omsättning mellan fast telefoni och mobila teletjänster



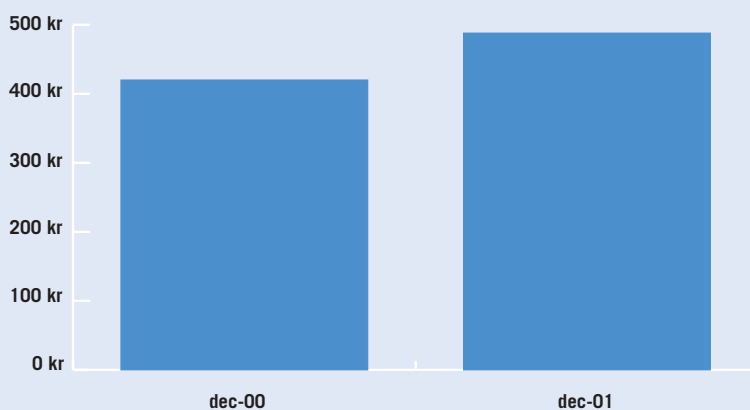
Om även Internetmarknaden räknas in, uppnås en årsomsättning på 45,5 miljarder kronor, vilket betyder en ökning på 7 procent jämfört med 2000.

I det här sammanhanget kan det vara intressant att konstatera att operatörernas intäkt per månad från ett hushåll var i genomsnitt 485 kronor⁴ under 2001. Under motsvarande period 2000 låg denna intäkt på 420 kronor, dvs. en ökning med motsvarande 16 procent på ett år.

³ Inklusivt intäkter från uppringd Internetaccess.

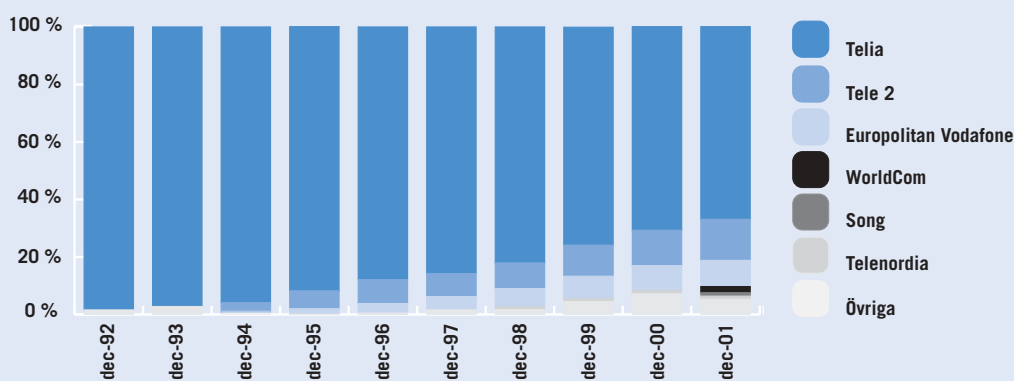
⁴ Inkluderar fast telefoni, mobila teletjänster och Internet. Genomsnittsvärdet är beräknat på att antalet hushåll, enligt SCB:s senaste inkomstfördelningsundersökning, var 4 349 000 vid slutet av 1999. Samma antal hushåll har använts även för de senare datumen.

Figur 2 • Intäkt per månad (genomsnitt) från ett hushåll (exkl. moms) fast telefoni, mobila tjänster och Internet



Telia behåller sin position som den största operatören i Sverige med en marknadsandel för fast telefoni och mobila teletjänster på sammanlagt 67 procent, vilket motsvarar en omsättning på 29,0 miljarder kronor. Steget till nästa operatör är betydande. Tele2 har en marknadsandel på 14 procent och en omsättning på drygt 6,2 miljarder kronor. Europolitan Vodafone är Sveriges tredje största operatör med en marknadsandel på 9 procent. Härfter blir steget ned till operatör nummer fyra åter stort: WorldCom har en marknadsandel på drygt 2 procent. Övriga operatörer delar på de återstående 8 procenten av marknads omsättning för fast telefoni och mobila teletjänster.

Figur 3 • Marknadsandelar (omsättning) för fast telefoni och mobila teletjänster



Telias marknadsandel för fast telefoni och mobila teletjänster har dock minskat relativt snabbt under de senaste tre åren. Under 1998 till 2000 minskade Telias marknadsandel med cirka fem procentenheter årligen. Under 2001 minskade den åter med 4 procentenheter. Framöver kan man räkna med att konkurrensen kommer att hårdna ytterligare på den svenska telekommarknaden. Det beror dels på att förvalet sedan 2 februari 2002 kompletterades med att den förvalskund som ringer ett lokalsamtal inte längre behöver slå riktnumret för att kunna använda sin förvalsoperatör, dels för att nya UMTS-operatörer startar sina verksamheter inom en snar framtid. Att behålla eller öka sina marknadsandelar blir en allt svårare uppgift för samtliga företag på den svenska telemarknaden.

Fast telefoni

Operatörer och tjänstetillhandahållare

Den kraftigaste tillströmningen av nya verksamma teleoperatörer inom fast telefoni skedde i samband med förvalsreformen i september 1999. Sedan dess har utvecklingen varit mer begränsad. Vid slutet av 2001 fanns det 134 företag anmälda och 11 företag med tillstånd att tillhandahålla telefonitjänst till fast nätanslutningspunkt enligt telelagen. Året innan var de 125 stycken. Av dessa bedöms cirka ett fyrtiotal teleoperatörer aktivt ha tillhandahållit fast telefonitjänst under året.

Följande företag hade vid slutet av 2001 tillstånd att tillhandahålla telefonitjänst till fast nätanslutningspunkt:

- Callmedia Telecom CMT AB
- Global One Services AB
- RSLCOM Sweden AB
- Sonera Sverige AB
- Song Networks Holding AB
- Tele2 AB
- Telenordia AB
- Telia AB
- TeliTel AB
- UPC Sverige AB
- WorldCom AB

Marknadsutveckling

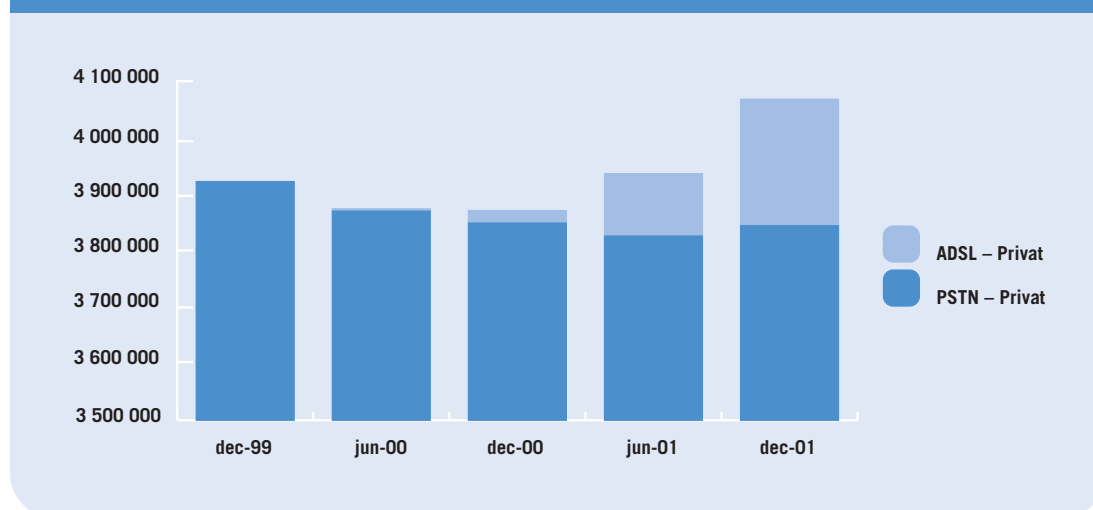
Abonnemang

Vid slutet av året fanns det drygt 5 668 000 PSTN-abonnemang⁵ i Sverige. Bara en bråkdel av dessa – mindre än en promille – tillhandahålls av en annan operatör än Telia. Trots att EU-förordningen om lika tillträde till accessnät trädde i kraft redan 2 januari 2001, har konkurrensen inte kommit igång på denna delmarknad. Inom PTS pågår tillsyn av Telias prissättning av tillträde till accessnätet, vilket bedöms vara en avgörande faktor för förordningens effekter på konkurrensen. Totalt sett fortsätter den utveckling som pågått under en längre tid och som innebär att antalet PSTN-abonnemang kontinuerligt minskar. Om fokus emellertid riktas mot enbart de privata PSTN-abonnemangen, finner man att det under året skett en trendförändring och att antalet åter ökar. Visserligen var antalet privata PSTN-abonnemang något färre vid slutet av 2001 än vid motsvarande tid 2000. Men de siffror som PTS har per den 30 juni 2001, visar att antalet sådana abonnemang vid den tidpunkten nådde sin lägsta nivå och att antalet åter vände upp under hösten.⁶ En delorsak till denna förändring i utvecklingen är att hushållen i relativt stor utsträckning ansluter sig till ADSL. ADSL kräver för närvarande att kunden även har ett PSTN-abonnemang i botten. Det betyder att den kund som har ett ISDN-abonnemang måste återgå till ett PSTN-abonnemang för att få tillgång till ADSL.

⁵ Ett PSTN-abonnemang är liktydigt med en huvudledning till egen slutkund. Vanligtvis är den operatör som har kunder med abonnemang ägare av huvudledningen eller hyr huvudledningen av en nätoperatör (exempelvis genom fullt eller delat tillträde).

⁶ Se Svensk telemarknad första halvåret 2001 (PTS, oktober 2001).

Figur 4 • Antal privata PSTN-abonnemang och privata ADSL-abonnemang



En trolig orsak till tidigare perioders nedgång av antalet PSTN-abonnemang var att allt fler – både privatkunder och företagskunder – valde att vara direktanslutna till ISDN i stället för till PSTN. Denna trend har under året brutits för tjänsten ISDN Basic rate, både bland företagskunder och privatkunder. Under året ökade antalet Basic rate ISDN-kanaler som används av företag och privatkunder bara med 22 000 stycken. Det skall jämföras med att under 2000 ökade antalet sådana kanaler med 130 000, och året dessförinnan med 160 000. Uppenbarligen verkar kunderna numera finna det fördelaktigare att välja andra accessformer med högre överföringskapacitet. För den tyngre varianten av ISDN, dvs. Primary rate, fortsatte dock ökningen i antalet ISDN-kanaler i oavbruten takt.

Antalet ISDN-abonnemang (ej att förväxlas med ISDN-kanaler) var vid årets slut 286 000, vilket är en uppgång under året med bara 16 000. Av dessa abonnemang var 21 procent privata.

Förvalskunder

Antalet förvalskunder försätter att öka kraftigt, till och med i högre grad under 2001 än under 2000. Under 2001 ökade antalet förvalskunder med 35 procent eller 396 000. Under 2000 ökade antalet med 279 000. Vid slutet av 2001 har därmed 1 541 000 fasttelefonikunder valt en alternativ operatör till Telia som förvalsoperatör. Av dessa förvalskunder var 1 324 000 privata, vilket motsvarar en tredjedel av samtliga privata abonnemang för fast telefoni (PSTN och ISDN). Då det i vissa fall kan vara svårt för den enskilde operatören att få information om när en förvalskund byter förvalsoperatör, och således upphör att vara deras förvalskund, finns det risk för att ovan angivna siffror innehåller ett visst mått av dubbelräkning. Men även om så är fallet, är antalet förvalskunder synnerligen högt, och det bekräftar att den förvalsreform som PTS genomförde i september 1999 har utvecklats till en betydande framgång för en ökad konkurrens på den svenska marknaden för fasta telefonitjänster.

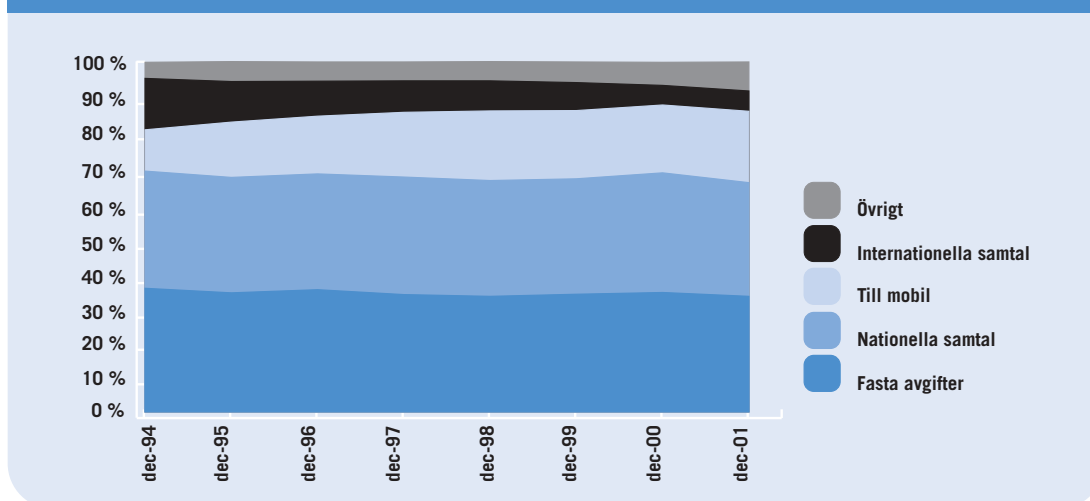
Förval kan förväntas få en än större ekonomisk betydelse efter den 2 februari 2002, eftersom förvalsreformen då kompletterades med att den förvalskund som ringer ett lokalsamtal inte längre behöver slå riktnumret för att kunna använda sin förvalsoperatör. Syftet med förändringen är att ytterligare stärka konkurrensen genom att ta bort en konkurrensbegränsande faktor som gav Telia vissa fördelar framför övriga operatörer. Förändringen förväntas ge konsumenterna tillgång till lägre priser och bättre service.

Omsättning

Marknadsvärdet för fast telefoni under 2001 uppgick till 27,1 miljarder kronor, vilket innebär att marknaden för fast telefoni endast fortsätter att utvecklas marginellt. Tillväxten under 2001 låg på något mer än 1 procent. Telia hade 76 procent av marknadsvärdet vid slutet av 2001 och har igenomsnitt förlorat nära 3 procentenheter varje år sedan mätningarna inleddes 1994.

För de olika deltjänsterna varierar dock utvecklingen något. Intäkter från abonnemang utgör närmre 8,6 miljarder kronor, vilket motsvarar 32 procent av det totala marknadsvärdet för fast telefoni. Under 2000 var intäkterna från abonnemang 8,4 miljarder kronor. Med tanke på att antalet ISDN- och PSTN-abonnemang kontinuerligt sjunker i antal – det senaste året utgör inget undantag – är intäktsökningen i sin helhet hänförlig till den höjning av abonnemangsavgiften som Telia genomförde under våren 2001, från 84 konor i månaden till 100 kronor i månaden (exklusive moms). Någon konkurrens på marknaden för abonnemangsintäkter existerar i praktiken inte. Trots EU-förordningen om tillträde till accessnät⁷, har ytterst få kunder kunnat byta operatör för sina abonnemang för fast telefoni.⁸ PTS har dock för avsikt att även fortsättningsvis arbeta med tillsyn av tillträde till accessnät.

Figur 5 • Fördelning av omsättning mellan deltjänster inom fast telefoni



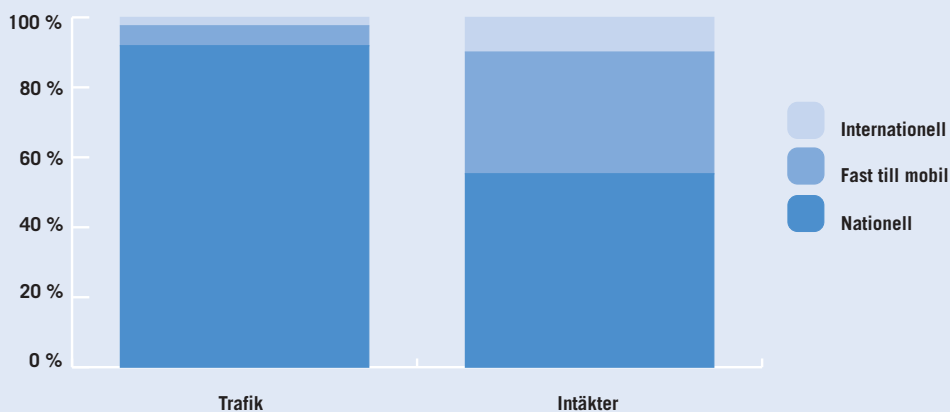
Om man enbart beaktar marknadsvärdet för själva samtalstrafiken, dvs. samtalstrafik från utlandssamtal, samtal från fasta nät till mobilnät och nationella samtal, med andra ord de marknadssegment som i dag är konkurrensutsatta, så framträder konkurrenssituationen något mer påtagligt. I detta fall uppnår Telia en marknadsandel på 62 procent.

När det gäller marknaden för fast telefoni är det intressant att se på förhållandet mellan intäkterna för olika samtalsslag och omfattningen av den trafikvolym som alstrar dessa intäkter. Trots att nationella samtal står för 92 procent av trafiken, så alstrar de under 2001 bara 55 procent av intäkterna. Ytterligare en intressant aspekt är att samtal från fasta nät till mobilnät bara står för knappt 6 procent av trafiken, samtidigt som de utgör hela 35 procent av de trafikrelaterade intäkterna.

⁷ Eng. Local Loop Unbundling (LLUB).

⁸ Sedan 2 januari 2001 är förordningen direkt tillämplig i Sverige.

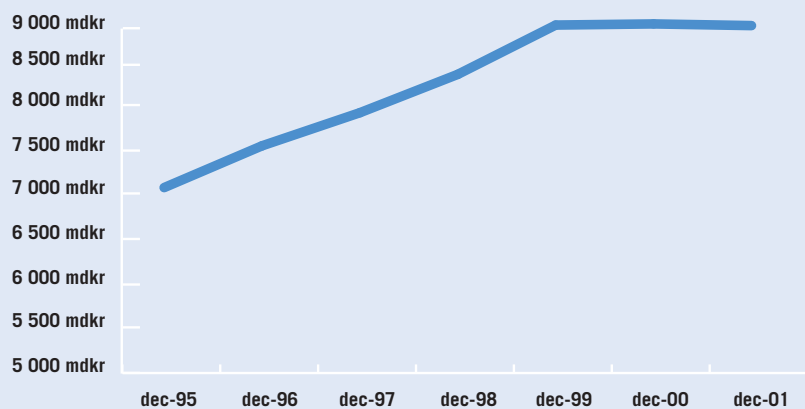
Figur 6 • Andel trafikminuter i förhållande till andel trafikintäkter för olika fasta samtalsslag



Nationella samtal

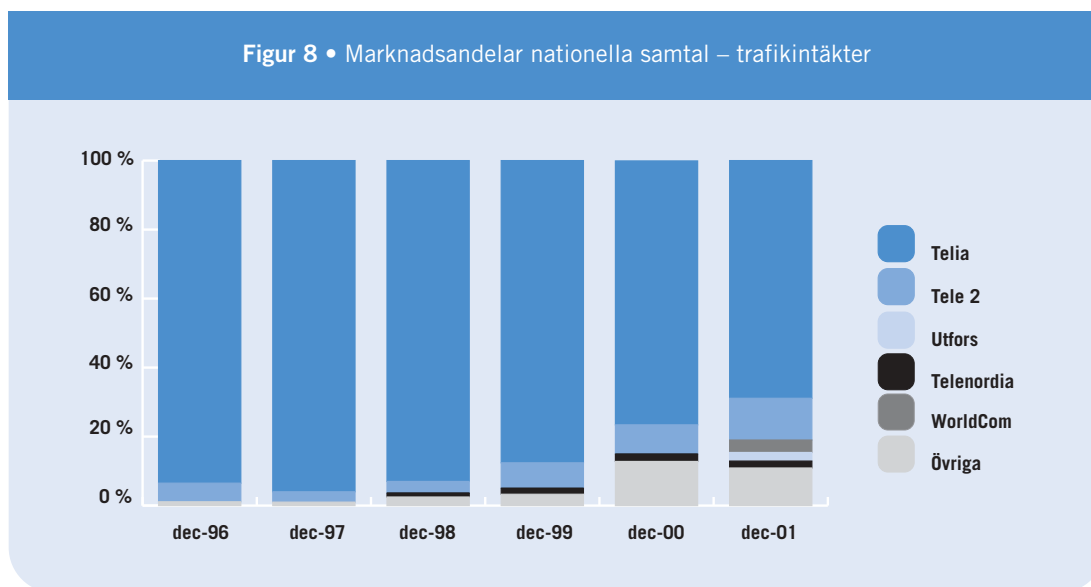
Marknadsvärdet för nationella samtal uppgick under 2001 till drygt 8,8 miljarder kronor. Intäkterna för detta samtalsslag ligger i princip på samma nivå som för 2000 och 1999, möjligen något lägre. Samtidigt skall understrykas att i nationella samtal inkluderas även Internetsamtal, dvs. uppringd access via PSTN och ISDN. Dessa utgör mellan en fjärdedel och en tredjedel av intäkterna.

Figur 7 • Trafikintäkter från nationella samtal – fast telefoni



Telia hade under 2001 en marknadsandel på 69 procent av värdet på nationella samtal. Det är hela 8 procentenheter lägre än under 2000, då Telias marknadsandel var 77 procent. Det kan tilläggas att Telia mellan 1999 och 2000 dessutom förlorade ytterligare 11 procentenheter. I dessa siffror speglas tydligt den påtagliga inverkan som förvalsreformen haft på detta marknadssegment. Före förvalsreformen var Telias förändring i marknadsandel betydligt beskedligare.

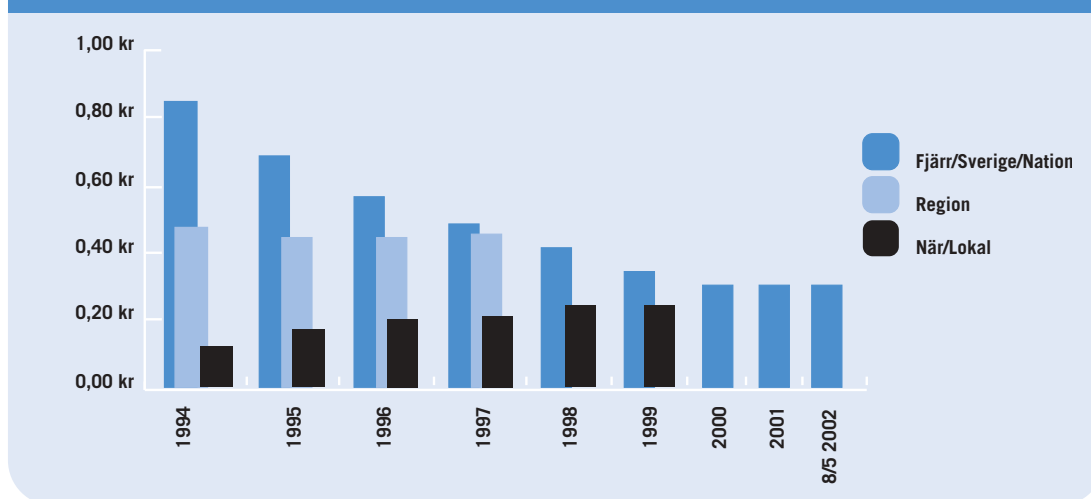
Eftersom förvalet sedan februari 2002 också fungerar för lokalsamtal även när inte riktnumret slås, kan det förväntas innebära att konkurrerande operatörer ytterligare stärker sina ställningar under det närmaste året. Marknadstvåa för nationella samtal är Tele2 som under 2001 hade en marknadsandel på 12 procent.



Den genomsnittliga intäkten per trafikminut för nationella samtal (inklusive Internetsamtal) har legat relativt stabilt på 17 till 18 öre per minut under de senaste två åren. Ett Internetsamtal ligger på cirka 12 öre per minut och ett nationellt telefonsamtal på 20 öre per minut. En stabil intäkt per trafikminut indikerar antingen att konkurrensen inom detta trafikslag inte längre är så intensiv eller att marginalerna har pressats så lågt det går, under rådande omständigheter. Ur den synvinkeln kan det ses som positivt för konkurrensen att förvalsreformen nu har utvidgats (se ovan under rubriken Förvalskunder).

Den stabila intäktsutvecklingen bekräftas även av att Telias priser på nationella samtal har legat stilla sedan våren 2000, då Telia införde en enhetlig taxa för lokalsamtal och Sverigesamtal. Under denna tid har heller inga förändringar gjorts i priser mellan hög- och lågtrafiktaxa. I figur 9 nedan kan man följa prisutvecklingen för ett genomsnittssamtal på tre minuter för de olika samtalslagen. Beräkningarna är gjorda utifrån Telias priser. Telias slutkundspris för nationella samtal skall vara kostnadsbaserade, eftersom Telia har SMP-statut. Det betyder att Telia är anmält till EU-kommissionen som en operatör med betydande inflytande på den svenska marknaden. Genom detta finns ett krav på Telia att hålla kostnadsbaserade priser. Telia är också skyldiga att hålla kostnadsbaserade samtrafikavgifter i de fasta näten, och dessa avgifter har sänkts under de senaste åren.

Figur 9 • Prisutveckling nationella samtal enligt Telias prislista
 Genomsnittligt pris per minut för högtrafiksamtal som varar i tre minuter (exkl. moms)



Öppningsavgiften för nationella samtal har successivt höjts sedan 1994.⁹ Då var Telias öppningsavgift 12 öre, för att nu sedan ett par år ligga på 36 öre (exkl. moms). Öppningsavgifterna varierar från operatör till operatör och ligger mellan 24 och 40 öre. Eftersom öppningsavgiften är lika stor för alla typer av samtal, blir dess procentuella prispåverkan störst för de typer av samtal som har lägst minutpris, dvs. nationella samtal. Kunderna har av naturliga skäl en låg medvetenhet om öppningsavgiftens förhållandevis stora inverkan på samtalspriserna. Några teleoperatörer, bl.a. Telenordia och TeliTel, erbjuder emellertid telefonitjänster utan öppningsavgift. I gengäld är dock minutpriserna högre.

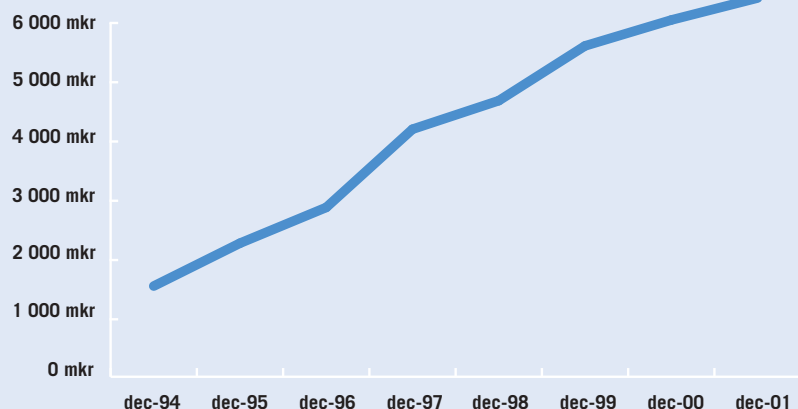
Samtal från fasta nät till mobilnät

Samtal från fasta nät till mobilnät utgör, med sina 5,5 miljarder kronor, en förhållandevis stor andel av det totala marknadsvärdet för fast telefoni. Under 2001 var dess andel strax över 20 procent av de totala intäkterna för fast telefoni, medan andelen för 2000 låg på strax under 20 procent. PTS har tidigare kunnat utläsa i halvårssiffrorna¹⁰ att tillväxtutvecklingen för dessa intäkter planade ut. Nu kan det konstateras att tillväxten av intäkterna från fasta nät till mobilnät åter ökar. Orsaken till detta finner man troligen i att priserna inte har pressats nedåt i samma takt som bruket av tjänsten har ökat. Antalet trafikminuter steg under perioden med 20 procent.

⁹ Telias öppningsavgift är den samma för alla samtalslag inom fast telefoni.

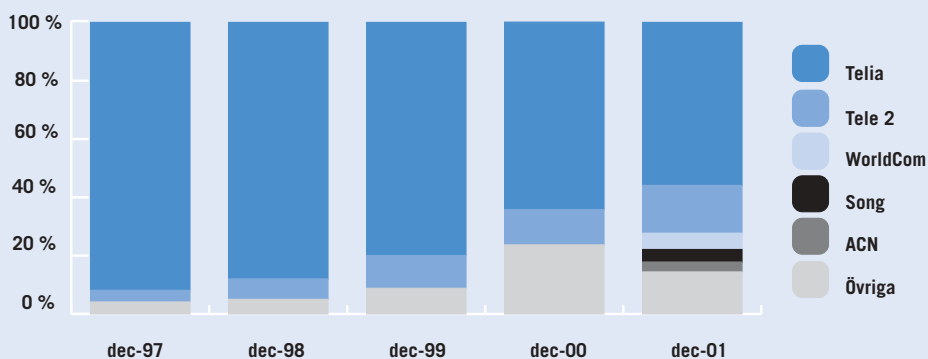
¹⁰ Se Svensk telemarknad första halvåret 2001.

Figur 10 • Trafikintäkter – samtal från fasta nät till mobilnät



Telia fortsätter att förlora relativt stort i marknadsandelar inom segmentet samtal från fasta nät till mobilnät. Under 2001 gick Telias marknadsandel ned med 8 procentenheter från 64 procent till 56 procent. Under året dessförinnan förlorade Telia hela 16 procentenheter. Marknadsandelarna har skiftat kraftigt, eftersom mindre operatörer har funnit en av sina mest betydelsefulla intäktskällor inom detta segment genom att utnyttja möjligheten till studsning.¹⁰ Möjligheten till studsning har dock i det närmaste helt försvunnit p.g.a. omförhandlade avräkningstaxor mellan operatörer i olika länder. Det som skett är att tarifferna för terminering av internationellt inkommande samtal i fasta telenät respektive mobilnät har blivit differentierade. Tidigare var de lika höga. I takt med att tarifferna för terminering av internationellt inkommande samtal i mobilnät har stigit, så har vinstmarginalerna blivit mindre för de operatörer som använt sig av studsning. Detta har i sin tur lett till att flera av dessa operatörer har tvingats höja sina priser för samtal från fasta nät till mobilnät. Någon bestående effekt på priserna verkar därför inte tiden med studsning ha lett till, utan de prisförändringar som gjorts har snarare haft andra orsaker.

Figur 11 • Marknadsandelar samtal från fasta nät till mobilnät – trafikintäkter

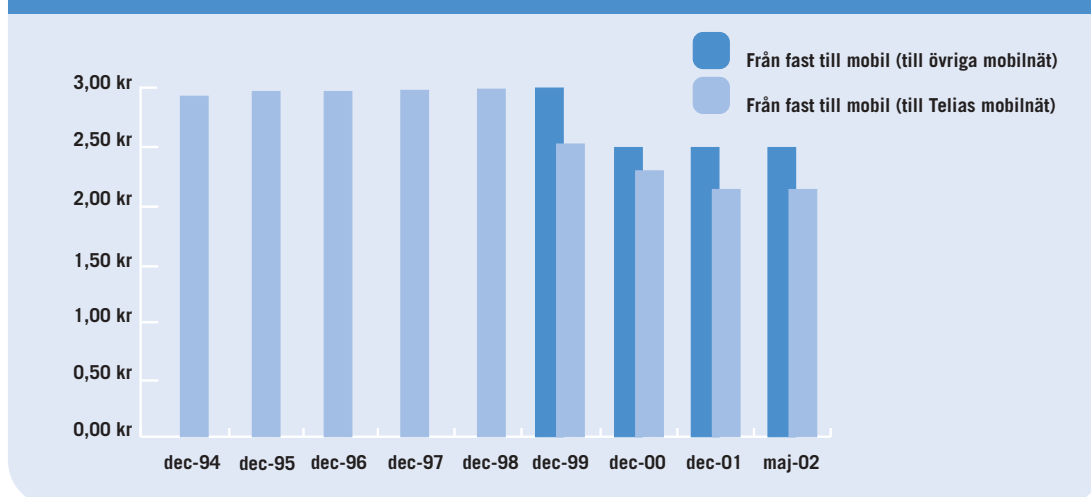


¹¹ För mer information om studsning se rapporten Mobiltelemarknaden i Sverige ur ett konsument- och konkurrensperspektiv, s. 18 (PTS, KOV och KKV, september 2001).

PTS kan konstatera att priserna för samtal från fasta nät till mobilnät delvis har fortsatt att sjunka under 2001. I figur 12 kan man följa prisutvecklingen för ett genomsnittssamtal på tre minuter från fasta nät till mobilnät. Beräkningarna är gjorda utifrån Telias priser. Det framgår tydligt att det endast är priset för samtal från fasta nät till mobilnät mellan Telias egna nät som har sjunkit under 2001. Den främsta orsaken till denna utveckling för slutkundspriset är att Telias samtrafikavgifter för samtal som termineras i Telias mobilnät har sänkts enligt krav från PTS. Samtrafikavgifterna är de avgifter teleoperatörerna tar ut ifrån varandra när de trafikerar varandras telenät. Något sådant krav har PTS däremot ännu inte ställt på de två andra mobilnätoperatörerna. Det kan dock komma att ske i framtiden, eftersom PTS har beslutat¹² att även Tele2 och Europolitan Vodafone har betydande inflytande, så kallad SMP-status, på samtrafikmarknaden. Beslutet innebär att PTS kommer att granska om Europolitan Vodafones och Tele2:s samtrafikavgifter är kostnadsorienterade. Detta beslut har dock överklagats till Länsrätten av både Europolitan Vodafone och Tele2. Det är följaktligen orsaken till att skillnaden i pris mellan ett samtal från Telias fasta nät till Telias mobilnät och ett motsvarande samtal till något av de två övriga mobilnäten ytterligare har ökat under året.

Priserna för motsvarande samtal hos övriga operatörer varierar även de, beroende på vilket mobilnät som kunden ringer till. Över lag ligger minutpriset för privatkunder under högtrafik på mellan 1,65 kronor och 2,95 kronor (inklusive moms).

Figur 12 • Prisutveckling för samtal från fasta nät till mobilnät enligt Telias prislista
Genomsnittligt pris per minut för högtrafiksamtal som varar i tre minuter (exkl. moms)



Operatörernas genomsnittliga intäkt per trafikminut för samtal från fasta nät till mobilnät har sjunkit under den senaste ettårsperioden, från 1,96 kronor per minut under 2000 till 1,73 kronor per minut under 2001.

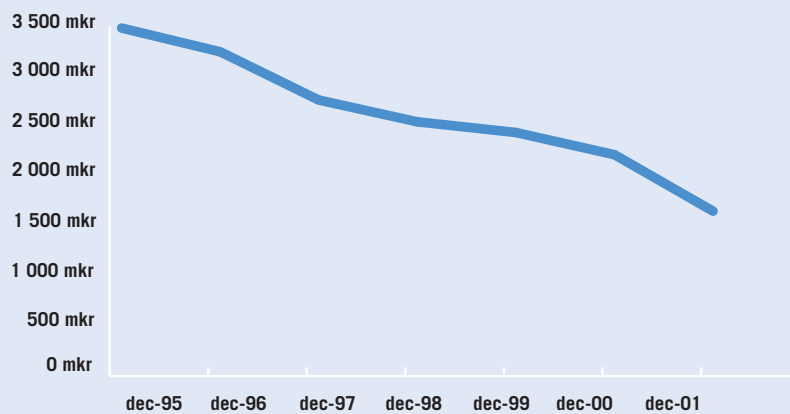
Internationella samtal

Marknaden för internationella samtal är det samtalsslag inom fast telefoni som varit konkurren utsatt längst tid i Sverige, något som inneburit stadigt sjunkande samtalstaxor för konsumenten. Mindre operatörer har ofta flera leverantörer av internationell trafik att välja mellan, vilket ger dem en rimligt god position på den delmarknaden. I princip är marknaden för internationell trafik en av de få riktigt väl fungerande.

¹² Beslutet meddelades den 21 februari 2002.

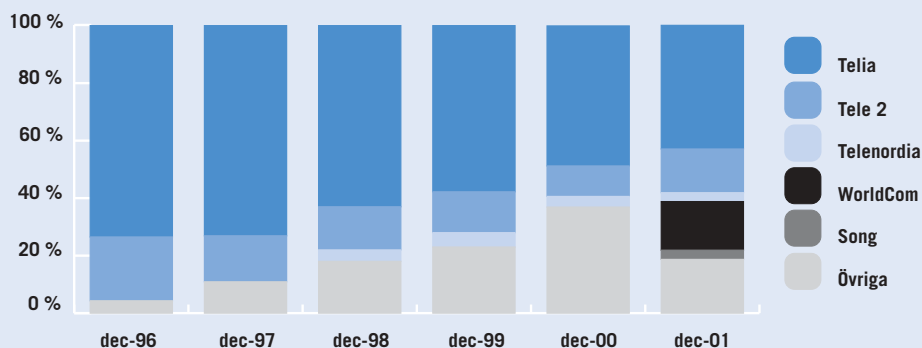
De sjunkande samtalstaxorna har inte uppvägs av att trafikvolymen har ökat i motsvarande utsträckning. Även om trafikvolymen ökade med 4 procent under 2001, sjönk ändå värdet på marknaden för internationella samtal med hela 26 procent. Som jämförelse sjönk värdet på marknaden under 2000 med 9 procent. Under 2001 var omsättningen för denna tjänst 1,58 miljarder kronor av det totala marknadsvärdet för fast telefoni, eller knappt 6 procent. Detta skall jämföras med de 2,15 miljarder kronor som marknaden omsatte under 2000. Då stod internationella samtal för 8 procent av marknadsvärdet.

Figur 13 • Trafikintäkter – internationella samtal



Telia hade 2001 en marknadsandel på 43 procent vilket är 6 procentenheter lägre än året innan. Därefter följer WorldCom som hade 17 procent av marknaden, Tele2 med 15 procent och gruppen övriga operatörer med 25 procent.

Figur 14 • Marknadsandelar internationella samtal – trafikintäkter



Att värdet på marknaden för internationell trafik har sjunkit visas även tydligt av att den genomsnittliga intäkten per trafikminut för internationella samtal har sjunkit med 31 procent under den senaste ettårsperioden. Mellan 2000 och 2001 har intäkten per trafikminut gått ned från 1,70 kronor per minut till 1,17 kronor per minut.

Samtrafikintäkter

Marknaden för samtrafikintäkter i fasta nät¹³ var enligt PTS uppskattning 2,05 miljarder kronor under 2001. I samtrafikintäkterna ingår även koncerninterna samtrafikintäkter, dvs. sådana intäkter som genereras exempelvis när Telia terminerar ett samtal i sitt fasta nät från en kund som ringer från Telias mobilnät. Med andra ord, båda näten tillhör i detta fall Telia. Poängen med att ta med dessa koncerninterna samtrafikintäkter är att samtrafik inte enbart sker mellan olika operatörer, utan även inom bolag som har exempelvis både fast och mobil televerksamhet.

¹³ Avser terminering av inkommande trafik från nationella operatörers nät, terminering av internationellt inkommande trafik och samtrafikintäkter från transittrafik och originerande trafik.

Mobila teletjänster

Operatörer och tjänstetillhandahållare

Vid slutet av 2001 fanns tre mobiloperatörer med egna mobilnät i Sverige: Telia, Tele2 och Euro-
politan Vodafone. Tidigare innehade även Tele8 Kontakt AB, sedermera ägt av Telenordia AB, ett
fjärde tillstånd för att tillhandahålla mobila teletjänster baserade på GSM-teknik i frekvensbandet
1800 MHz. PTS återkallade dock detta tillstånd vid årsskiftet 1999/2000, då ingen aktivitet på-
börjats av företaget. Telia har sedan 2 januari 2001 slutat erbjuda tjänster i sitt NMT 900-nät.
Däremot kommer Telia att fortsätta driva sitt analoga NMT 450-nät vidare.

PTS beslutade i december 2000 även om fyra nya tillstånd för att tillhandahålla mobila tele-
tjänster baserade på UMTS-tekniken. Tillstånden gick till Euro-¹⁴politan Vodafone, Hi3G,
Orange och Tele2.

Under 2001 ökade antalet tjänstetillhandahållare av mobila teletjänster från två till runt tio.
Några av dessa är dock dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna. Detta avser Tango (Op-
timal Telecom) som ägs av Tele2, Halebop Mobile som ägs av Telia och Lunar Mobile som ägs av
Euro-¹⁴politan Vodafone. Så vitt PTS erfarit är samtliga avtal som skrivits mellan mobilnätoperatö-
rerna och tjänstetillhandahållare av det slag att mobilnätoperatörerna åtar sig att bygga ut nätka-
paciteten efter de behov som finns. Samtidigt har det kommit PTS till kännedom att vissa opera-
törer har nekats nätkapacitet i mobilnät, vilket i sin tur föranlett PTS att inleda tillsyn på områ-
det. Verksamheten som bedrivs av de tjänstetillhandahållare som tecknat avtal med mobilnätope-
ratörer har ännu så länge en relativt begränsad omfattning.

I december 2001 fanns hos PTS 51 företag som var anmälda för mobila teletjänster.

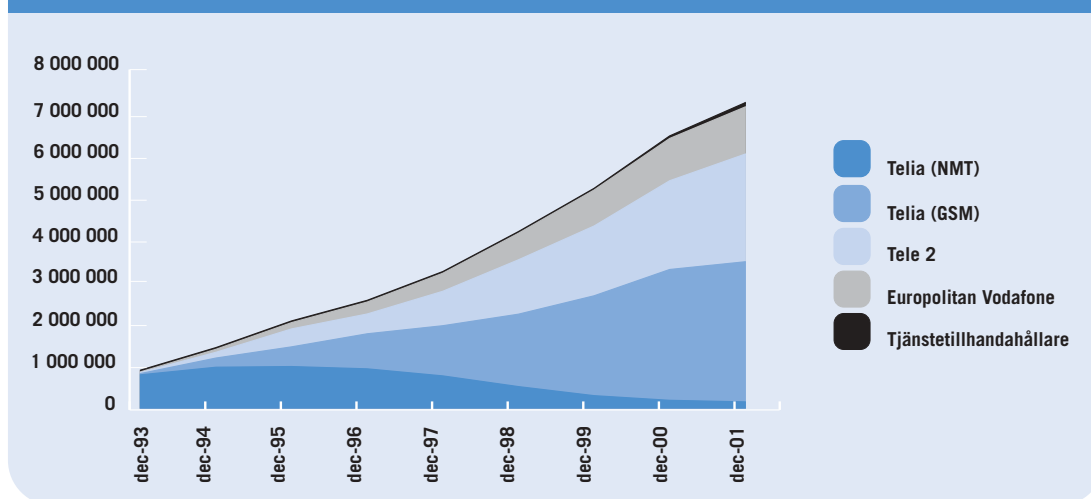
Marknadsutveckling

Mobiltelefonikunder

Mobilmarknaden verkar nu ha gått in i en ny, lugnare fas. Antalet abonnemang och kontantkort
ökar inte lika kraftigt som tidigare. Under 2001 ökade dessa med endast 12 procent. Motsvaran-
de siffra för 2000 var 24 procent och för 1999 25 procent. Antalet abonnemang och kontantkort
var 7 157 000 per den sista december 2001. Av dessa utgjorde 144 000 NMT-abonnemang, dvs.
2 procent.

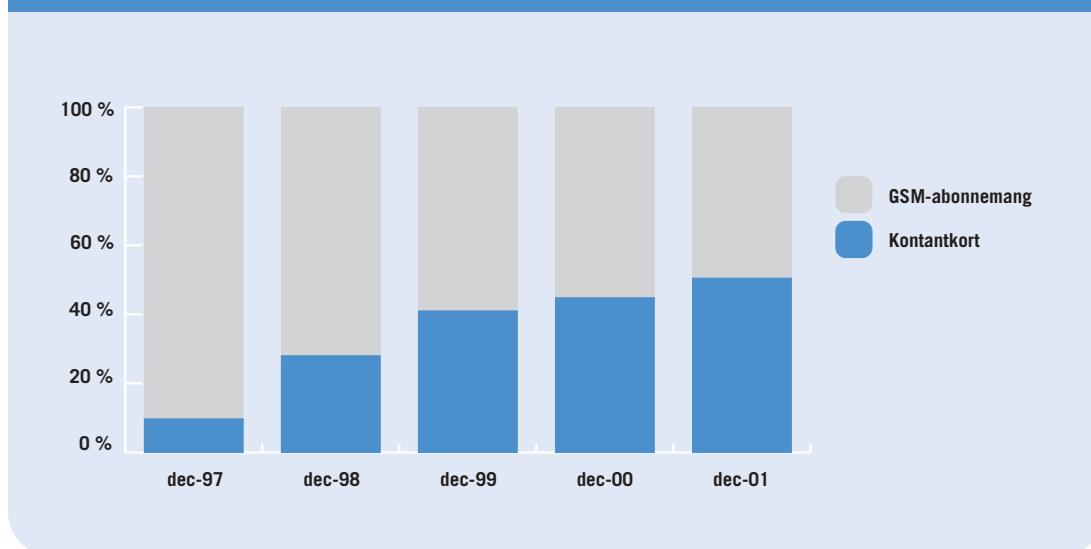
¹⁴ Vid denna tidpunkt hette Euro-¹⁴politan Vodafone endast Euro-¹⁴politan.

Figur 15 • Antal abonnemang och kontantkort totalt (GSM och NMT)

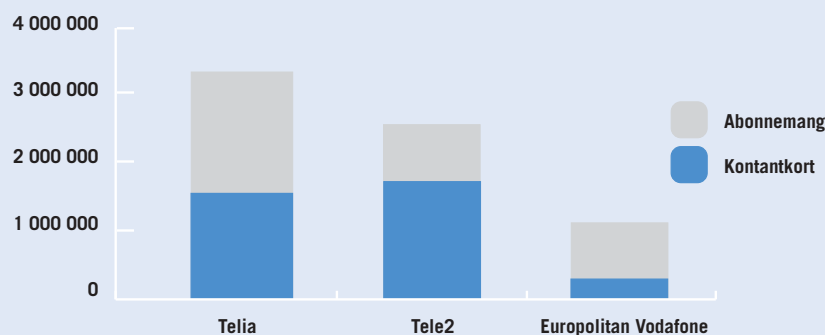


Kontantkort fortsätter att växa och utgör nu 49 procent av samtliga GSM-abonnemang och kontantkort. Jämfört med 2000 så har andelen kontantkort ökat med mer än 5 procentenheter.

Figur 16 • Andel kontantkort av GSM-abonnemang



Figur 17 • Andel kontantkort av GSM-abonnemang per mobiloperatörer



Telia är Sveriges största mobiloperatör med en marknadsandel på drygt 48 procent av samtliga abonnemang. Därmed har Telia förlorat 3 procentenheter till sina konkurrenter. Ser man enbart till GSM-marknaden, så ligger Telias marknadsandel ytterligare någon procentenhet lägre. Tele2 är näst största mobiloperatör med 35 procent av abonnemangen, vilket innebär en ökning på 2 procent jämfört med året innan. Europolitan Vodafone minskade sin marknadsandel under 2001 med 1 procentenhet till 15 procent.

Visserligen är de nya tjänsteställhandahållarna för mobila teletjänster fortfarande små, med en sammanlagd marknadsandel på endast 1,1 procent av det totala antalet abonnemang och kontantkort, men samtidigt kan man konstatera att tjänsteställhandahållarna under 2001 lyckats relativt väl i att fånga upp nya kunder för sina GSM-abonnemang.¹⁵ Av den totala tillväxten i antal abonnemang och kontantkort på 788 000, har tjänsteställhandahållarna tagit nära 6 procent.

Antalet privataabonnemang var vid slutet av året 5 620 000, vilket motsvarar 79 procent av samtliga abonnemang. Närmare 63 procent av de privata abonnemangen utgjordes av kontantkort. Antalet företagsabonnemang var vid motsvarande tidpunkt 1 538 000.

Det är inte möjligt att på ett korrekt sätt beräkna penetrationen för mobiltelefonabonnemang utifrån ovan angivna siffror, eftersom det inte är ovanligt att en person har flera abonnemang – speciellt i dag när kontantkorterna är vanliga, och många har både privat- och företagsabonnemang. Måttet ”totalt antal abonnemang som andel av hela befolkningen” för att ange penetrationen förekommer dock och skulle vid en beräkning motsvara 80 procent¹⁶ sista december 2001. Vid motsvarande tidpunkt 2000 låg penetrationen på 72 procent¹⁷.

Omsättning

Omsättningen för mobila teletjänster ökade med nära 13 procent från 14,4 miljarder kronor under 2000 till 16,2 miljarder kronor under 2001. Av de totala intäkterna kom 48 procent från privatkunder.

Telias marknadsandel av omsättningen på marknaden för mobila teletjänster var under 2001

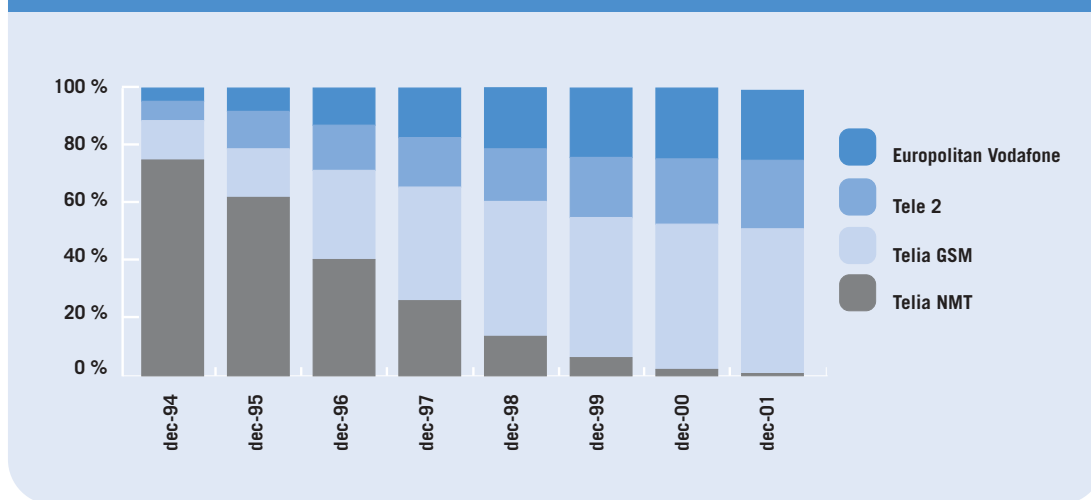
¹⁵ I dessa tjänsteställhandahållare ingår inte abonnemang till sådana tjänsteställhandahållare som är dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna.

¹⁶ Baserad på SCB:s befolkningsstatistik den 31 december 2001. Folkmängd: 8 909 128.

¹⁷ Baserad på SCB:s befolkningsstatistik den 31 december 2000. Folkmängd: 8 882 792.

51 procent. Därmed har Telia tappat några andelar till sina konkurrenter. Tele2 hade en marknadsandel på 24 procent. Även Europolitan Vodafone hade en marknadsandel på 24 procent. Europolitan Vodafone behåller dock sin plats som nummer två på marknaden, sett ur ett omsättningsperspektiv, även om marginalerna till Tele2 minskar. Tjänstetillhandahållarna hade tillsammans en marknadsandel på 0,8 procent.

Figur 18 • Marknadsandelar baserade på den totala marknadsomsättningen för mobila teletjänster



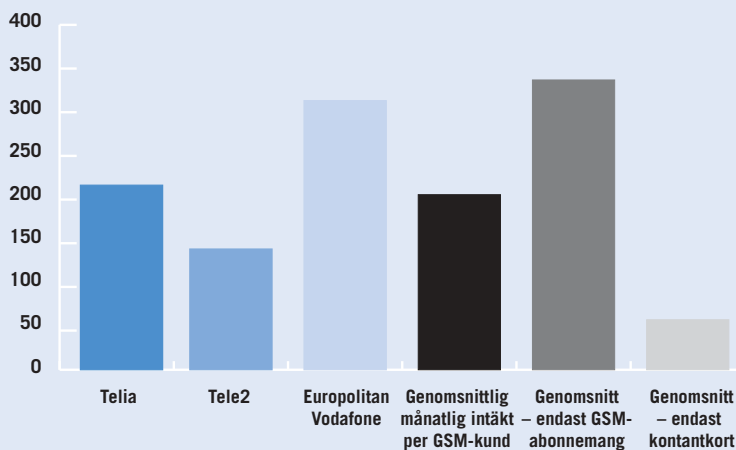
Ett sätt att mäta konkurrensutvecklingen på marknaden är genom att jämföra priser – både över tid och mellan operatörer. Det är dock av olika anledningar svårt att på ett relevant sätt genomföra prisjämförelser för just mobil telefoni. Ett alternativ är att i stället jämföra utvecklingen av genomsnittsintäkter. Det bör dock påpekas att förändrade genomsnittsintäkter inte är liktydigt med förändrade priser. Skiftningar i exempelvis användarmönster och kundsammansättning, dvs. att nya kundgrupper som exempelvis barn¹⁸ tillkommer, har en direkt inverkan på resultatet för genomsnittsintäkter. Däremot reflekteras detta inte vid prisjämförelser.

PTS kan konstatera att den genomsnittliga månatliga intäkten per mobilkund¹⁹ har sjunkit under en längre period, men att det under 2001 skett en stabilisering och att det till och med finns tecken på en viss ökning, från 200 kronor per månad under 2000 till 203 kronor per månad för 2001. Det är dock osäkert om ökningen är reell, då den kan anses falla inom felmarginalen. Dessutom krävs fler mättillfällen för att avgöra om det handlar om ett trendbrott. Ytterligare en osäkerhet att beakta är att det inte finns material tillgängligt för att bedöma den historiska utvecklingen uppdelad på privat- och företagsabonnemang, vilket är nödvändigt för att tillförlitligt konstatera förändrade genomsnittsintäkter. Dock skulle den kraftigt ökade användningen av SMS mycket väl kunna motivera en dylik uppgång i den genomsnittliga månatliga intäkten. Av den totala genomsnittliga intäkten per månad står SMS för 7 procent eller 14 kronor, vilket är en ökning med hela 4,50 kronor jämfört med 2000.

¹⁸ Förutsätter att mobilabonnemanget tecknas av målsman eller annan person över 18 år.

¹⁹ Motsvarar engelskans ARPU (Average return per user). Den genomsnittliga intäkten per abonnent är beräknad som totala GSM-intäkter under perioden, dividerat med det genomsnittliga antalet GSM-kunder (abonnemang och kontantkort) under perioden. I beräkningen har NMT inte beaktats.

Figur 19 • Genomsnittlig månatlig intäkt per mobilkund (GSM)



PTS statistik pekar samtidigt på att det genomsnittliga antalet trafikminuter per mobilkund och månad har minskat från 68 minuter till 62 minuter mellan 2000 och 2001. Samtidigt har den genomsnittliga intäkten per trafikminut ökat från 2,91 kronor till 3,22 kronor under motsvarande jämförelseperioder.

Det ökade användandet av kontantkort utgör en faktor som tydligt påverkar genomsnittsintäkternas utveckling. Med tanke på att hela 97 procent av nettotillväxten av mobilkunder var kontantkort under 2001 – en andel som stadigt har ökat under åren – så kan man förvänta sig att kontantkortet inverkar ytterligare på genomsnittsintäkterna framöver. Skillnaden i den genomsnittliga intäkten mellan ett sedvanligt abonnemang och ett kontantkort är markant. För ett vanligt abonnemang låg den månatliga intäkten under 2001 på 336 kronor, en minskning med 2 kronor jämfört med 2000. Motsvarande genomsnittsintäkt för kontantkort var 58 kronor, vilket är en ökning med 5 kronor jämfört med 2000.

Skillnaden mellan den genomsnittliga intäkten för privatkunder och för företagskunder är även den markant. För företagskunder ligger den på 471 kronor och för privatkunder på 127 kronor.

Det bör påpekas att den genomsnittliga intäkten inte uttrycker något om lönsamheten per kund, eftersom de bakomliggande kostnaderna kan variera exempelvis beroende av den tekniska utvecklingen, vilken servicenivå som operatören erbjuder och de skalfördelar som inträder när operatörerna får ökad trafik i sina nät.

Samtrafikintäkter

Marknaden för mobila samtrafikintäkter²⁰ uppgick till 5,65 miljarder kronor under 2001 vilket är något mindre än under 2000, då den låg på 5,76 miljarder kronor. I samtrafikintäkterna ingår även koncerninterna samtrafikintäkter, dvs. sådana intäkter som genereras exempelvis när Telia i sitt mobilnät terminerar ett samtal som kommer från en kund som ringer från Telias fasta nät, dvs. båda näten tillhör Telia. Värdet av att ta med dessa koncerninterna samtrafikintäkter ligger i att samtrafik inte enbart sker mellan olika operatörer, utan även inom bolag som har exempelvis både fast och mobil televerksamhet.

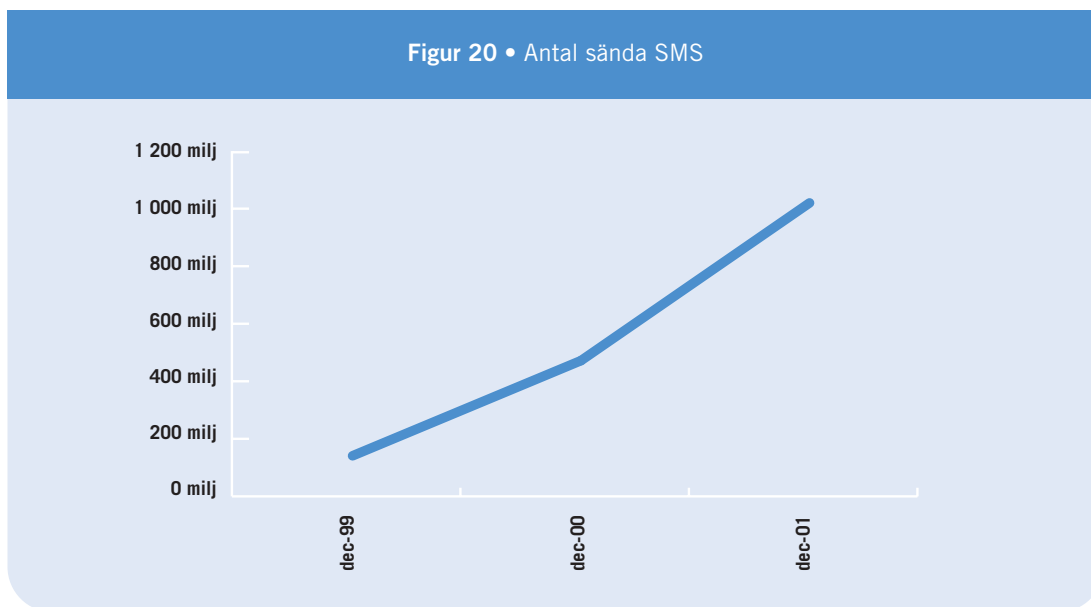
²⁰ Avser terminering av inkommande trafik från nationella operatörers nät och terminering av internationellt inkommande trafik, men inte internationella roamingintäkter.

SMS

Under 2001 fortsatte tillväxten i antalet sända SMS-meddelanden²¹ att vara mycket stark. Under året sändes mer än dubbelt så många SMS som under 2000. I praktiken är det frågan om en tillväxt på 116 procent eller, räknat i antal, en ökning med 547 miljoner sända SMS; från 473 miljoner till 1,02 miljarder. Privatkunderna sände 85 procent av dessa.

Genom att studera halvårssiffrorna för SMS²² kan PTS dock konstatera att tillväxttakten nu verkar avta. Mätt i antal skickade SMS kommer förmodligen tillväxten även framöver att vara stor, men den procentuella förändringen blir troligen mer beskedlig. I genomsnitt sändes 12,9 SMS per kund och månad under 2001. Under 2000 låg det antalet på 7,1.

Figur 20 • Antal sända SMS



Som en effekt av denna kraftfulla utveckling har den ekonomiska betydelsen av tjänsten SMS ökat ordentligt för mobiloperatörerna. Som redan nämnts, står SMS för 7 procent av den totala genomsnittliga intäkten per kund och månad för mobila teletjänster. Ser man enbart till privatkunder är motsvarande andel hela 12 procent.

Den sammanlagda omsättningen för SMS var 1,11 miljarder kronor under året. Under 2000 var omsättningen 619 miljoner. Den större delen av intäkterna, 85 procent, kommer från privatkunder.

Under hösten 2001 blev det möjligt för oberoende aktörer att sälja innehållstjänster med så kallade Premium SMS, något som mobiloperatörerna själva även tidigare erbjudit sina kunder. Med ordet premium indikeras att priset är högre för dessa typer av SMS än för de traditionella. I gengäld erbjuds kunden någon typ av innehåll, till exempel nyheter, aktiekurser och ringsignaler. Förhoppningen från operatörernas sida är att användandet av SMS skall öka ytterligare och att de oberoende innehållsleverantörerna – genom sin mångfald – skall bidra till att stimulera denna

²¹ Short Message Services, dvs. korta textmeddelanden som sänds bl.a. mellan mobiltelefoner.

²² Se rapporten Svensk telemarknad första halvåret 2001 (PTS, oktober 2001).

del av marknaden. Goda exempel finns från exempelvis Norge där premium SMS verkar ha blivit en framgång, sett både ur ett ekonomiskt och omfattningsmässigt perspektiv.

Priset för att sända ett SMS varierar i dag mellan 1,25 kronor och 1,50 kronor.²³ Undantagen är abonnemangen Spray Smart Mobile och Universal Smart som både ligger på ett pris något under en krona.²⁴ Dock är de flesta privatpersoner kunder till mobiloperatörer som erbjuder SMS till ett pris som ligger i den övre delen av spannet. PTS har tidigare konstaterat att de bestående höga priserna pekar på brister i marknads funktionssätt och att det finns ett fortsatt utrymme för en ökad priskonkurrens.²⁵ Detta måste fortfarande anses gälla, då priserna i princip har varit oförändrade sedan början av 2000 när de sänktes från cirka 2,50 kronor till 1,50 kronor.

GPRS

Ett första viktigt steg mot att kunna erbjuda mobila datatjänster är införandet av GPRS²⁶, en teknik som gör det möjligt att uppgradera GSM-näten så att överföringskapaciteten blir avsevärt högre: upp till 115 kbps enligt telekommunikationsleverantören Ericsson, men i praktiken ofta lägre. Tidigare har användarna fått nöja sig med en bandbredd på 14,4 kbps. GPRS ger dessutom abonnenten möjlighet att vara ständigt uppkopplad mot Internet. Prissättningen baseras vanligtvis inte på en minutbaserad taxa, utan kunden betalar ofta en månadsavgift och därutöver en taxa baserad på mängden överförd data.

Samtliga tre mobiloperatörer erbjuder GPRS sedan hösten 2001, Europolitan Vodafone började erbjuda tjänsten till sina kunder något tidigare. Mobiloperatörerna har tidigare förväntat sig att marknaden för GPRS skulle börja ta fart under hösten 2001. De indikationer som PTS har fått, pekar dock på att marknaden för GPRS har låtit vänta på sig. Åtskilliga av de kunder som har köpt en GPRS-telefon, använder ännu inte denna funktion i särskilt hög utsträckning.

²³ Se PTS prisjämförelse som tillhandahålls i samarbete med konsumentorganisationen CINT via PTS hemsida (www.pts.se).

²⁴ Det finns operatörer som erbjuder ett fritt antal sända SMS till en fast avgift per vecka. Andra operatörer erbjuder taxor på ner till 0,60 kronor, om det sända SMS:et är adresserat till någon som är kund till samma operatör.

²⁵ Se rapporten Mobiltelemarknaden i Sverige ur ett konsument- och konkurrensperspektiv (PTS KOV och KKV, september 2001)

²⁶ General Packet Radio Service.

Nätkapacitet och nätverkstjänster

Operatörer

Antalet operatörer som tillhandahöll nätkapacitet på marknaden ökade under året som gick. Totalt sett fanns det 191 företag som var anmälda och 8 företag som hade tillstånd för att tillhandahålla nätkapacitet vid slutet av 2001. En relativt stor grupp av de anmälda företagen är kommunala bolag – ofta energibolag.

Följande företag har i dag tillstånd att tillhandahålla nätkapacitet:

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| 1. AB STOKAB | 5. Sonera Sverige AB |
| 2. Banverket | 6. Tele2 Sverige AB |
| 3. Global One Services AB | 7. Telenordia AB |
| 4. WorldCom AB | 8. Telia AB |

Marknadsutveckling

Marknadens struktur

Att värdera marknaden för nätkapacitet är förenat med vissa svårigheter, eftersom försäljning görs i flera led. En omfattande del av denna marknad sker mellan operatörer. Tjänsten förädlas i de olika leden och säljs till sist vidare som ”färdig” tjänst till slutanvändaren. Nätkapacitet kan i vissa fall ses som själva råvaran till de slutliga tjänsterna. Om vi mäter marknaden för nätkapacitet på samma sätt som för marknaderna för fast och mobil telefoni, dvs. utifrån värdet i slutanvändarledet, utesluts en stor och viktig del av marknaden. För att få en uppfattning om hela marknadens verksamhet har PTS därför valt att dela upp marknaden i två delmarknader: den ena avser försäljning av nätkapacitet till operatörer, den andra avser försäljning av nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkunder. Denna uppdelning till trots förhindrar inte att det i den sammantagna omsättningen blir viss dubbelräkning, eftersom nätkapacitet ofta passerar ett flertal mellanled innan tjänsten når slutkunden.

Nätkapacitet till operatör

Enligt PTS beräkningar omsatte marknaden för nätkapacitet till operatör i sin helhet 4,02 miljarder kronor under 2001. I nätkapacitetsintäkterna ingår även koncerninterna intäkter, dvs. sådana intäkter som genereras exempelvis när en nätoperatör säljer nätkapacitet till en annan operatör som ingår i samma koncern. Storleken på de koncerninterna intäkter är ungefär 1,53 miljarder kronor.

Den större delen av värdet på denna marknad, uppskattningsvis 82 procent eller 3,28 miljarder kronor, utgörs av försäljning av hyrda förbindelser, resten är svart fiber och annan oförädlad nätkapacitet. Den delen av marknaden bedömer PTS till 740 miljoner kronor.

Av marknadens omsättning på hyrda förbindelser härrör sig cirka 64 procent från sådana med en kapacitet på 2 Mbps eller mer.

Nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund

Hyrda förbindelser och svart fiber säljs inte enbart till operatör, utan även till slutkund. Men en allt viktigare del av marknaden utgörs av olika typer av nätverkstjänster, dvs. någon form av mer förädlad nätkapacitet. I frågeformuläret inför denna årgång av Svensk telemarknad har några av de viktigare av dessa tjänster tagits med: X.25, Frame Relay och IP-VPN²⁷. Med IP-VPN-tjänster avses en nätverkstjänst som använder ett IP-gränssnitt gentemot slutkund.²⁸ IP-VPN används främst för datakommunikation, men kan även användas till överföring av rösttrafik och video. Access till en IP-VPN-tjänst kan ske antingen via en hyrd förbindelse eller en uppringd anslutning.

Enligt PTS uppskattning uppgår värdet på marknaden för nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund till 4,66 miljarder kronor.²⁹

Den viktigaste tjänsten, sett ur ett ekonomiskt perspektiv, är hyrda förbindelser. Den marknaden uppskattas ha omsatt 2,45 miljarder kronor under 2001.³⁰ Av omsättningen utgörs runt 38 procent av intäkter från hyrda förbindelser med en kapacitet på 2 Mbps eller mer. Den näst största tjänsten på slutkundsmarknaden är Frame Relay. Frame Relay omsatte under 2001 cirka 1,95 miljarder kronor. Enligt det material som PTS fått in genom sin enkät, verkar få operatörer erbjuda X.25. Även svart fiber säljs i relativt liten omfattning till slutkund.

IP-VPN omsatte under 2001 runt 129 miljoner kronor, enligt de data som PTS har tillgängliga.³¹ IP-VPN förutspås vara en tjänst som kommer att växa i betydelse under de närmaste åren. Fördelen med IP-VPN är dess flexibilitet och enkelhet, när geografiskt spridda enheter skall kopplas samman i intranät och extranät. Eftersom IP-VPN sköts av operatören, slipper användaren lägga ned resurser på att själv vara kontinuerligt uppdaterad om vilka nätverkssystem som behövs för att utveckla och driva egna datalösningar – det ingår i IP-VPN-tjänsten. Att hålla jämna steg med den tekniska utvecklingen är många gånger omöjligt för mindre och medelstora företag.

²⁷ Med VPN avses virtuella privata nätverk.

²⁸ I underliggande lager kan även användas andra protokoll än IP-protokoll (ex. Frame Relay).

²⁹ Exklusive x.25.

³⁰ I denna omsättning exkluderas intäkter som erhålls från hyrda förbindelser då dessa ingår som del i IP-VPN-tjänster.

³¹ I intäkterna medräknas kostnader för hyrda förbindelser när dessa används i en IP-VPN-tjänst, däremot medtas inte kostnader för uppringd access (ISDN/PSTN).

Internetaccess och access med högre överföringskapacitet

ISP:er

PTS bedömer att det finns ett hundratal ISP:er³², dvs. leverantörer av Internetaccess, på den svenska marknaden. Det är alltså en marknad som i hög grad är fragmenterad. Inte enbart på grund av att antalet ISP:er är många och ofta små, utan även för att de alltmer fokuserar på olika delsegment av marknaden och erbjuder olika typer av accessformer. De flesta ISP:er erbjuder traditionella uppringda accesser via PSTN och ISDN. ADSL och SDSL är ytterligare tekniker som använder sig av det vanliga kopparaccessnätet för att erbjuda Internetaccess med högre överföringskapacitet. Flera ISP:er erbjuder i dag sådana tjänster. På senare år har även kabel-tv-operatörerna börjat erbjuda Internetaccess via sina kabelnät. Ytterligare andra erbjuder Internetaccess med hög överföringskapacitet via nyinstallerade fastighetsnät i flerbostadshus, som i sin tur är sammankopplade med något stadsnät uppbyggt av optofiber. Dessa fastighetsnät använder ofta Ethernet med överföringskapacitet på 10 Mbps.

Eftersom marknaden är fragmenterad, kan det vara svårt att få tillräckligt med marknadsdata för att presentera en i alla delar korrekt bild av utvecklingen för varje enskilt marknadssegment. PTS anser det ändå viktigt att bedöma Internetmarknadens storlek och utveckling, även om en viss grad av osäkerhet finns i dessa siffror.

Kunder med Internetaccess

Tillväxten i antalet kunder med Internetaccess fortsätter att vara stark i Sverige. Under 2001 ökade antalet kunder med 542 000, från 2 307 000 till 2 849 000, vilket motsvarar en tillväxt på 23 procent. Under 2000 var tillväxten lika hög.

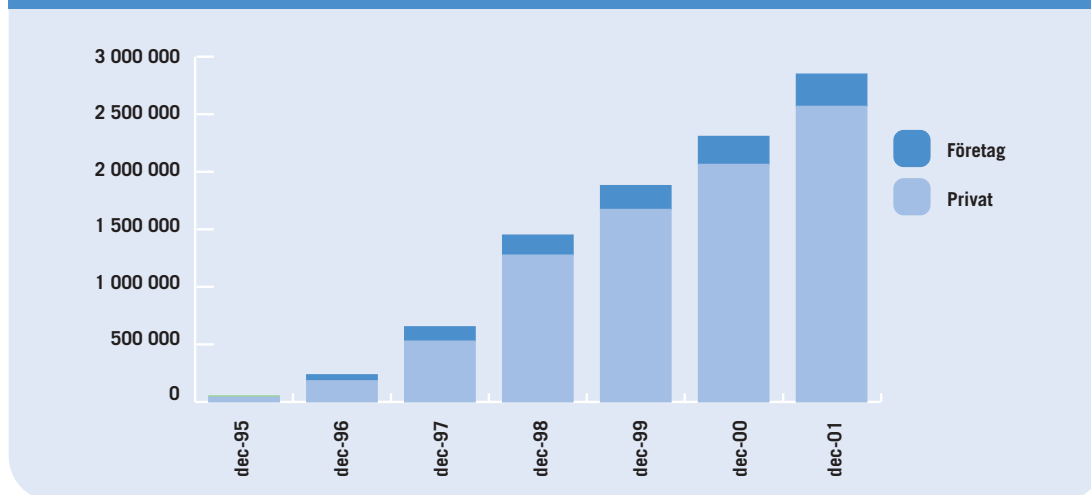
Enligt PTS undersökning beräknas 79 procent av samtliga kunder med Internetaccess per den sista december 2001 vara uppkopplade via PSTN, dvs. uppringd Internetaccess med modem, och runt 3,5 procent via ISDN. Den sista december 2000 var motsvarande andelar 88 procent och 5,5 procent. Intressant att konstatera är att antalet ISDN-uppkopplade kunder sjönk relativt kraftigt under 2001, från 126 000 till 101 000. Orsaken till detta skulle kunna vara att de kunder som sedan tidigare varit uppkopplade till Internet via ISDN, nu i en relativt hög grad väljer att använda andra accessformer med högre överföringskapacitet³³. Förändringen är liknande för både privatkunder och företagskunder. Övriga kunder var i stor utsträckning anslutna till Internet via någon form av access med högre överföringskapacitet, i huvudsak via kabel-tv, ADSL eller annan fast access.

Antalet privata kunder med Internetaccess var 2 569 000 i slutet av december 2001, medan antalet företagskunder var 280 000.

³² Internet Service Provider.

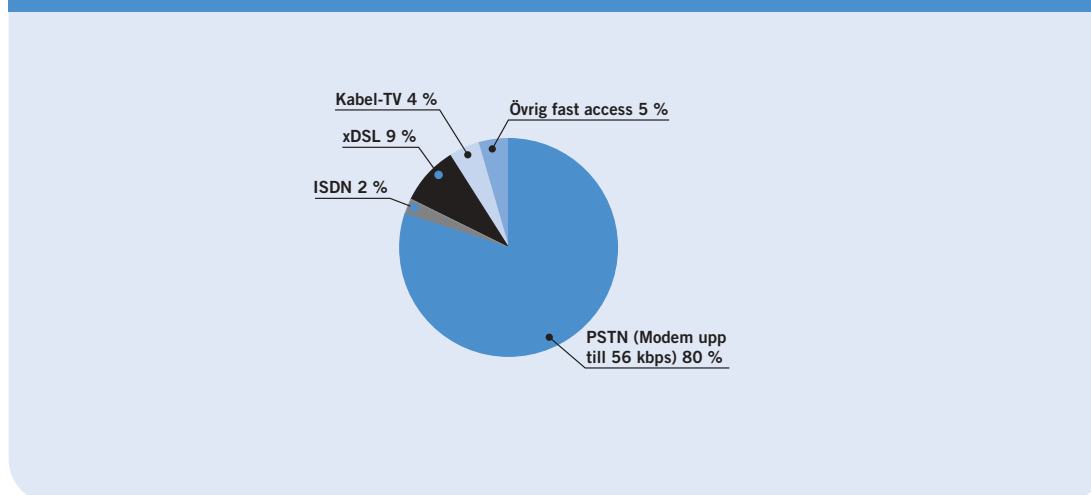
³³ Inkluderar accessformerna xDSL, kabel-tv-modem, PLC (elnätskommunikation), radio och övrig fast access.

Figur 21 • Antalet kunder med Internetaccess – företag och privata



Internetpenetrationen bland hushåll var 59 procent³⁴ den sista december 2001, men då har hänsyn inte tagits till att ett hushåll kan ha flera Internetabonnemang, varför penetrationstalen kan antas vara något höga. Möjligen ligger en mer rättvisande Internetpenetration på strax runt 55 procent. Internetpenetrationens tillväxttakt fick under året skjuts av tillväxten i accesser med högre överföringskapacitet, något som troligen kommer att ha en stor inverkan även framöver. Per den sista december 2001 bedömer PTS att 455 000 privata kunder med Internetaccess var uppkopplade till Internet, via någon form av access med högre överföringskapacitet. Motsvarande siffra för sista december 2000 var 138 000. Samtliga tre betydande accessformer för högre överföringskapacitet – ADSL, kabel-tv och Ethernet-LAN – hade vid halvårsskiftet 2001 i det närmaste lika stora marknadsandelar vardera av det totala antalet privata accesser till Internet. Men vid slutet av året har ADSL seglat upp som klar ledare med nära 9 procent av den totala marknaden för privata Internetaccesser. Från den sista december 2000 till motsvarande tidpunkt 2001 ökade antalet privatkunder till ADSL från 22 000 till 223 000. Både kabel-tv och Ethernet-LAN hade mellan 4 och 5 procent vardera av den totala marknaden.

Figur 22 • Antalet kunder med Internetaccess fördelat på accessform – privat



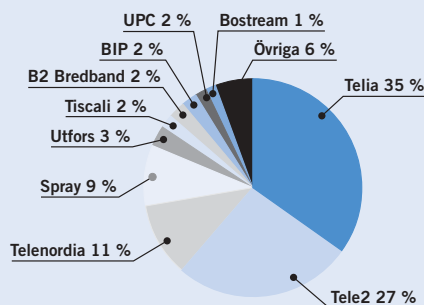
³⁴ Penetrationstalen är beräknade genom att dividera antalet privata kunder med Internetaccess med antalet hushåll i Sverige (som enligt SCB:s inkomstfördelningsundersökning var 4 349 000 vid slutet av 1999). Samma antal hushåll har använts för 2001.

Av nettotillväxten av privata kunder med Internetaccess under 2001, var 68 procent kunder med högre överföringskapacitet, något som pekar på den snabba utveckling som marknaden för Internetaccess just nu befinner sig i.

Den mest använda formen för Internetaccess med högre överföringskapacitet är som nämnts ADSL. Eftersom ADSL använder sig av Telias kopparaccessnät, har Telia intagit en särställning på denna delmarknad. För att ytterligare underlätta för konkurrerande operatörer har PTS föreslagit att det införs en skyldighet i den svenska telelagen om så kallad bitströmstillträde vilket innebär hyra av nätkapacitet som datatrafik i accessnätet.³⁵ Härigenom skulle alternativa operatörer, på icke-diskriminerande villkor och till kostnadsorienterade priser, få tillgång till exempelvis ADSL i Telias accessnät.

De största ISP:erna är för närvarande Telia med 35 procent av samtliga kunder med Internetaccess, Tele2 med 27 procent, Telenordia med 11 procent och Spray med 9 procent. Övriga ISP:er står för 28 procent av marknaden, en ökning med 2 procentenheter jämfört med året innan.

Figur 23 • Marknadsandelar – samtliga kunder med Internetaccess

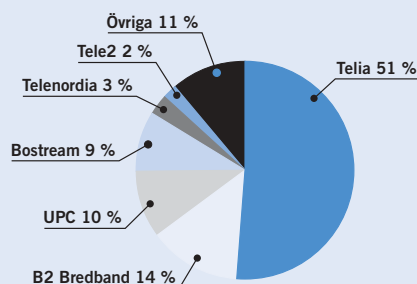


Om man enbart betraktar marknaden för Internetaccess med högre överföringskapacitet, så ser marknadsbilden annorlunda ut. Även här är Telia störst och intar en relativt dominerande ställning med hela 51 procent av kunderna. Därefter är B2 bredband³⁶ näst största ISP med 14 procent av marknaden, UPC har 10 procent och Bostream 9 procent. Övriga ISP:er har gemensamt 16 procent av marknaden för accesser med högre överföringskapacitet.

³⁵ Se rapporten Konkurrensen i accessnätet, Situationen och förslag till åtgärder (PTS, 2 maj 2002).

³⁶ Bredbandsbolaget.

Figur 24 • Marknadsandelar – kunder med högre överföringskapacitet till Internet



Samtidigt som allt fler privatkunder får tillgång till Internetaccess med högre överföringskapacitet, är det långt ifrån alla dessa accesser som ger högre överföringshastigheter än 500 kbps. Endast en fjärdedel av samtliga privatkunder med högre överföringskapacitet har tillgång till 2 Mbps eller mer.

Omsättning

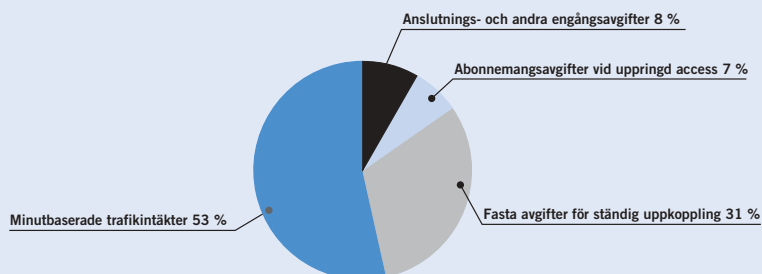
Internetmarknadens betydelse på den svenska telemarknaden förstärktes under 2001. Framför allt är det de fasta avgifterna för ständig uppkoppling som nu börjar ge betydande intäkter för operatörerna. Bara dessa intäkter steg i värde med 147 procent under året och utgjorde under 2001 1,44 miljarder kronor. Totalt låg omsättningen på marknaden för Internetaccess på 4,63 miljarder kronor under 2001. Det beloppet skall jämföras med 3,55 miljarder kronor för 2000.

Telia hade en marknadsandel på 39 procent av omsättningen på marknaden för Internetaccess under 2001. Tele2 är näst störst ISP i Sverige och har en marknadsandel på 15 procent. World-Com har en marknadsandel på drygt 4 procent och Spray och B2 Bredband har vardera knappt 4 procent.

Ett flertal operatörer har även intäkter från samtal som faktureras och redovisas till operatörens egna slutkunder som nationella samtal, trots att de används för uppringd Internetaccess. Orsaken till att dessa samtal rubriceras som nationella samtal och inte som Internetsamtal är att användaren nyttjar en alternativ ISP som inte själv fakturerar samtalstrafiken. Dessa intäkter finns medräknade i den ovan angivna sammanlagda omsättningen för Internetmarknaden, men i respektive ISP:s marknadsandel har enbart hänsyn tagits till de intäkter som erhålls från de kunder som faktureras direkt för sitt Internetbruk.

Under 2001 har flera av de ISP:er som erbjuder Internetaccess med högre överföringskapacitet höjt sina fasta avgifter för ständig uppkoppling till privatkunder. Bland andra har Telia höjt sin avgift för ADSL från 250 kronor per månad till 325 kronor³⁷ (inklusive moms). UPC har höjt sin månadsavgift från 250 kronor till 299 kronor. B2 Bredband har under våren 2002 höjt sin avgift från 200 kronor per månad till 320 kronor per månad (inklusive moms). De fasta avgifterna kan förväntas få en allt större betydelse som intäktskälla under de närmaste åren för de ISP:er som erbjuder Internetaccess med högre överföringskapacitet. Inom en snar framtid bedöms de fasta avgifterna utgöra de största intäkterna. Redan i dag står de för 31 procent. Motsvarande andel för 2000 var 16 procent.

Figur 25 • Intäkter från Internetaccess fördelat på olika intäktskällor

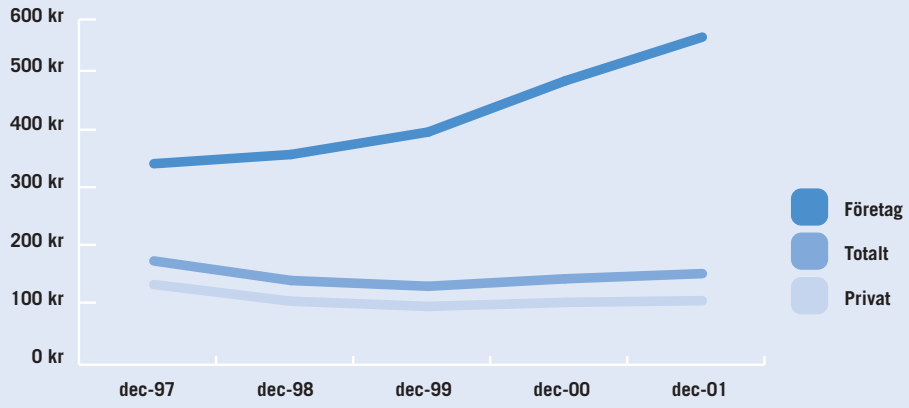


Fortfarande utgör dock intäkterna från minutbaserade trafikintäkter från slutkunden den viktigaste intäktsposten på Internetmarknaden. Dess andel har dock minskat betydligt under 2001, från 66 procent till 53 procent.

Ett mer neutralt sätt att bedöma intäkterna från Internetmarknaden på, är genom att följa utvecklingen för den genomsnittliga intäkten per kund och månad, både för privatkunder respektive företagskunder. Sammantaget har dessa stigit med 6 procent under 2001, från 141 kronor i månaden till 150 kronor i månaden.

³⁷Höjningen trädde i kraft den 1 september 2001. Den 26 mars 2002 höjde Telia åter månadsavgiften – denna gång till 375 kronor. Telia lanserade sin ADSL tjänst till privatkunder under hösten 2000, till en månadsavgift av 250 kronor.

Figur 26 • Genomsnittlig intäkt från Internetaccess per kund och månad



Marknadsdata

Telekommunikation

Tabell 1a • Fast telefoni och mobila teletjänster - intäkter från slutkund (miljoner kronor)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Mobila teletjänster	3 000	3 400	4 342	6 047	7 424	8 420	10 741	12 658	14 392	16 235
Fast telefoni	18 000	19 100	19 597	20 438	21 621	23 275	24 725	26 267	26 814	27 143
Totalt	21 000	22 500	23 939	26 485	29 045	31 695	35 466	38 925	41 206	43 378

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

Tabell 1b • Fast telefoni och mobila teletjänster - procentuell fördelning av intäkter från slutkund

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Mobila teletjänster	14%	15%	18%	23%	26%	27%	30%	33%	35%	37%
Fast telefoni	86%	85%	82%	77%	74%	73%	70%	67%	65%	63%
Totalt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Marknadsandelar										
Telia	98%	97%	96%	92%	88%	86%	81%	76%	71%	67%
Övriga operatörer	2%	3%	4%	8%	12%	14%	19%	24%	29%	33%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

Tabell 1c • Fast telefoni och mobila teletjänster - procentuell tillväxt av intäkter från slutkund

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Tillväxt per år – mobila teletjänster	13%	28%	39%	23%	13%	28%	18%	14%	13%
Tillväxt per år – fast telefoni	6%	3%	4%	6%	8%	6%	6%	2%	1%
Tillväxt per år – totalt	7%	6%	11%	10%	9%	12%	10%	6%	5%
Agregerad tillväxt i förhållande till 1992	7%	14%	26%	38%	51%	69%	85%	96%	107%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

Tabell 2 • Genomsnittlig intäkt från ett hushåll – privat konsumtion av teletjänster (fast telefoni, mobila teletjänster och Internet)

	2000	2001
Genomsnittlig intäkt per månad från ett hushåll*	420	485
Tillväxt av den genomsnittliga intäkten		16%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Genomsnittsvärdet är beräknat på ett antal hushåll, enligt SCB:s inkomstfördelningsundersökning, var 4 349 000 vid slutet av 1999. Samma antal hushåll har använts även för senare datum. De genomsnittliga värdena är baserade på intäkter som operatören har från privatkunder och är följaktligen exklusive moms.

Fast telefoni

Tabell 3 • Fast telefoni – antal abonnemang* (PSTN & ISDN***)**

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
PSTN-abonnemang****					5 892 000	5 760 200	5 667 800	
Privat					3 921 000	3 847 900	3 843 300	
Företag					1 971 000	1 912 300	1 824 500	
ISDN-abonnemang	5 640	12 533	31 333	62 667	118 833	202 500	270 400	286 300
Privat					11 500	26 500	50 000	60 500
Företag	5 640	12 533	31 333	62 667	107 333	176 000	220 400	225 800
ADSL-abonnemang							26 200	241 000
Privat							22 100	223 000
Företag							4 100	18 000

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Ett abonnemang motsvarar här en huvudledning. Huvuddelen av privatkunderna har endast en huvudledning till sitt hushåll, företag har dock ofta flera huvudledningar som leder fram till en företagsväxel.

** PSTN – Public Switched Telephony Network – dvs. traditionellt telefoninät.

*** ISDN – Integrated Services Digital Network – en teknik som erbjuder digital transmission för telefoni, data och video genom det befintliga fasta nätet.

**** Inkluderar inte ADSL-abonnemang.

Tabell 4 • Fast telefoni – antal indirekt anslutna kunder för fast telefoni (PSTN & ISDN)*

	1998	1999	2000	2001
Prefixkunder**	750 000	730 000	651 900	947 000
Privat		575 000	589 800	852 600
Företag		155 000	62 100	94 400
Förvalskunder***	0	866 000	1 145 100	1 552 700
Privat	0	735 000	982 700	1 334 000
Företag	0	131 000	162 400	218 700
Marknadsandelar – förvalskunder				100 %
Tele2				52%
ACN				13%
Glocalnet				5,6%
Telenordia				4,9%
Utfors Bredband				4,1%
Vattenfall				3,6%
Rix Telecom				2,7%
RSLCOM				2,5%
Telitel				2,3%
Abonnera				1,9%
Ventelo				1,7%
Övriga				5,5%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Då Telia ej har indirekt anslutna kunder, är kunder till Telia ej medräknade.

** Antalet prefixkunder är liktydigt med antalet huvudledningar som är registrerade för prefixanvändning.

*** Avser aktiva förvalskunder, dvs. kunden har ringt minst ett samtal under det fjärde kvartalet 2001.

Om en kund har olika förval för nationella samtal och internationella samtal så motsvarar detta endast en kund.

Tabell 5 • Antal ISDN-kanaler

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Antal ISDN-kanaler	18 000	40 000	100 000	200 000	373 000	643 000	944 590	1 049 900
Basic rate – privat					23 000	53 000	99 000	121 000
Basic rate – företag	10 800	24 000	60 000	120 000	205 000	335 000	419 100	419 200
Primary rate – företag	7 200	16 000	40 000	80 000	145 000	255 000	426 490	509 700

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

Tabell 6a • Fast telefoni – intäkter (miljoner kronor) från slutkund (PSTN och ISDN)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Intäkter för fast telefoni – privat							15 717	16 560
Fasta avgifter							5 608	6 055
<i>varav abonnemangsavgifter</i>							5 265	5 910
<i>varav andra fasta avgifter (installationsavgifter etc.)</i>							343	145
Nationella samtal							5 929	5 633
<i>varav Internetsamtal</i>							1 745	1 800
Samtal från fasta nät till mobilnät							2 420	2 796
Internationella samtal							948	767
Övrigt							812	1 309
<i>varav samtal från telefonautomater</i>								113
<i>varav frisamtal (020-)</i>							0	0
<i>varav betalteletjänst (071- (ej 0718-), 072-, 0900-, 0939- och 0944-)</i>							161	193
<i>varav nummerupplysningstjänst (118 XYZ)</i>							206	218
<i>varav övriga fasttefontjänster**</i>							445	785
Intäkter för fast telefoni – företag							11 759	11 522
Fasta avgifter							4 064	3 833
<i>varav abonnemangsavgifter</i>							3 136	2 670
<i>varav andra fasta avgifter (installationsavgifter etc.)</i>							266	224
Nationella samtal							2 910	3 184
<i>varav Internetsamtal</i>							604	674
Samtal från fasta nät till mobilnät							2 814	2 752
Internationella samtal							1 200	816
Övrigt							771	937
<i>varav samtal från telefonautomater</i>							0	0
<i>varav frisamtal (020-)</i>							341	276
<i>varav betalteletjänst (071- (ej 0718-), 072-, 0900-, 0939- och 0944-)</i>							41	37
<i>varav nummerupplysningstjänst (118 XYZ)</i>							196	210
<i>varav övriga fasttefontjänster**</i>							193	414
Totala intäkter för fast telefoni	19 597	20 438	21 621	23 275	24 725	26 267	26 814	27 143
Fasta avgifter	7 146	7 339	7 639	7 911	8 621	8 794	9 010	8 949
<i>varav abonnemangsavgifter</i>							8 401	8 580
<i>varav andra fasta avgifter (installationsavgifter etc.)</i>							609	369
Nationella samtal	6 953	6 704	7 249	7 681	8 181	8 824	8 839	8 817
<i>varav internetsamtal</i>							2 349	2 474
Samtal från fasta nät till mobilnät	1 431	2 044	2 555	3 673	4 081	4 864	5 234	5 548
Internationella samtal	3 138	3 415	3 178	2 695	2 477	2 370	2 148	1 583
Övrigt	929	936	1 000	1 315	1 365	1 415	1 583	2 246
<i>varav samtal från telefonautomater</i>								113-
<i>varav frisamtal (020-)</i>							341	276
<i>varav betalteletjänst (071- (ej 0718-), 072-, 0900-, 0939- och 0944-)</i>							202	230
<i>varav nummerupplysningstjänst (118 XYZ)</i>							402	428
<i>varav övriga fasttefontjänster**</i>							638	1 199

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Internetsamtal är uppripgd access till Internet via antingen ett PSTN-modem eller ett ISDN-modem.

** Avser bland annat tjänster med delad kostnad (077-), massanrop (0718-), övriga samtal som utförs helt automatiserat och övriga manuellt expedierade teletjänster.

För massanrop exkluderas intäkter som tillfaller tredjepart.

Tabell 6b • Fast telefoni – procentuell fördelning av intäkter från slutkund (PSTN och ISDN)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Intäkter för fast telefoni – privat							100%	100%
Fasta avgifter (<i>abonnemangavgifter, installationsavgifter etc.</i>)							36%	37%
Nationella samtal <i>av nationella samtalen utgör Internetsamtal* ca en tredjedel</i>							38%	34%
Samtal från fasta nät till mobilnät							15%	17%
Internationella samtal							6%	5%
Övrigt							5%	8%
Intäkter för fast telefoni – företag							100%	100%
Fasta avgifter (<i>abonnemangavgifter, installationsavgifter etc.</i>)							35%	33%
Nationella samtal <i>av nationella samtalen utgör Internetsamtal ca en femtedel</i>							25%	28%
Samtal från fasta nät till mobilnät							24%	24%
Internationella samtal							10%	7%
Övrigt							7%	8%
Totala intäkter för fast telefoni	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Fasta avgifter (<i>abonnemangavgifter, installationsavgifter etc.</i>)	36%	36%	35%	34%	35%	33%	34%	33%
Nationella samtal <i>av nationella samtalen utgör Internetsamtal knappt en tredjedel</i>	35%	33%	34%	33%	33%	34%	33%	32%
Samtal från fasta nät till mobilnät	7%	10%	12%	16%	17%	19%	20%	20%
Internationella samtal	16%	17%	15%	12%	10%	9%	8%	6%
Övrigt	5%	5%	5%	6%	6%	5%	6%	8%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Internetsamtal är uppringd access till Internet via antingen ett PSTN-modem eller ett ISDN-modem.

Tabell 7a • Fast telefoni – marknadsandelar – intäkter (miljoner kronor) från slutkund (PSTN och ISDN)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Totala intäkter för fast telefoni	19 597	20 438	21 621	23 275	24 725	26 267	26 814	27 143
Telia	19 100	19 561	20 225	21 670	22 621	22 553	21 592	20 742
Tele2	400	850	1 250	1 100	1 196	1 564	1 786	2 318
WorldCom								903
Song								521
Telenordia					320	405	477	474
ACN								347
Utfors								286
Ventelo								267
Övriga	97	27	146	505	588	1 745	2 959	1 285
Trafikintäkter*	11 522	12 163	12 982	14 049	14 739	16 058	16 221	15 948
Telia	11 122	11 290	11 950	12 720	12 757	12 989	11 174	9 859
Tele2	350	800	900	807	937	1 534	1 611	2 215
WorldCom								895
Song								465
Telenordia					285	405	449	434
ACN								336
Utfors								286
Ventelo								260
Glocalnet							115	178
RSLCOM								178
Övriga	50	73	132	522	760	1 130	2 872	842
Nationella samtal (inkl. Internetsamtal**)			7 249	7 681	8 181	8 824	8 839	8 817
Telia			6 775	7 374	7 606	7 727	6 764	6 078
Tele2			395	230	280	653	751	1 064
WorldCom								317
Telenordia					90	154	190	220
Utfors								178
Song								174
ACN								121
Ventelo							76	77
Övriga			79	77	205	290	1 057	588
Samtal från fasta nät till mobilnät				3 673	4 081	4 864	5 234	5 548
Telia				3 376	3 591	3 893	3 636	3 101
Tele2				147	285	545	631	911
WorldCom								310
Song								241
ACN								186
Telenordia					95	132	179	165
Ventelo								146
RSLCOM								85
Glocalnet							46	81
Utfors								81
Telitel							35	58
Rix Telecom							39	55
Övriga				150	110	294	1 061	129
Internationella samtal			3 178	2 695	2 477	2 370	2 148	1 583
Telia			2 335	1 970	1 560	1 369	1 047	680
WorldCom								268
Tele2			705	430	372	336	228	240
Song								50
Telenordia					100	119	80	49
RSLCOM								44
Ventelo							43	37
Glocalnet							32	34
ACN								29
Utfors								27
Rix Telecom								22
Övriga			138	295	445	546	718	103

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser nationella samtal (inkl. Internetsamtal), samtal från fasta nät till mobilnät och internationella samtal.

** Internetsamtal är uppringd access till Internet via antingen ett PSTN-modem eller ett ISDN-modem.

Tabell 7b • Fast telefoni – marknadsandelar – procentuell fördelning av intäkter från slutkund (PSTN och ISDN)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Totala intäkter för fast telefoni	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Telia	97%	96%	94%	93%	91%	86%	81%	76%
Tele2	2%	4%	6%	5%	5%	6%	7%	9%
WorldCom								3,3%
Song								1,9%
Telenordia					1,3%	1,5%	1,8%	1,7%
ACN								1,3%
Utfors								1,1%
Ventelo								1,0%
Övriga	0,5%	0,1%	0,7%	2,2%	2,4%	7%	11%	5%
Trafikintäkter*	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Telia	97%	93%	92%	91%	87%	81%	69%	62%
Tele2	3%	7%	7%	6%	6%	10%	10%	14%
WorldCom								5,6%
Song								2,9%
Telenordia					1,9%	2,5%	2,8%	2,7%
ACN								2,1%
Utfors								1,8%
Ventelo								1,6%
Glocalnet							0,7%	1,1%
RSLCOM								1,1%
Övriga	0,4%	0,6%	1,0%	3,7%	5,2%	7%	18%	5%
Nationella samtal (inkl. Internetsamtal**)			100%	100%	100%	100%	100%	100%
Telia			93%	96%	93%	88%	77%	69%
Tele2			5%	3%	3%	7%	9%	12%
WorldCom								3,6%
Telenordia					1,1%	1,7%	2,2%	2,5%
Utfors								2,0%
Song								2,0%
ACN								1,4%
Ventelo							0,9%	0,9%
Övriga			1,1%	1,0%	2,5%	3,3%	12%	7%
Samtal från fasta nät till mobilnät			100%	100%	100%	100%	100%	100%
Telia				92%	88%	80%	64%	56%
Tele2				4%	7%	11%	12%	16%
WorldCom								5,6%
Song								4,3%
ACN								3,4%
Telenordia					2,3%	2,7%	3,4%	3,0%
Ventelo								2,6%
RSLCOM								1,5%
Glocalnet							0,9%	1,5%
Utfors								1,5%
Telitel							0,7%	1,0%
Rix Telecom							0,7%	1,0%
Övriga				4,1%	2,7%	6,0%	20,3%	2,3%
Internationella samtal			100%	100%	100%	100%	100%	100%
Telia			73%	73%	63%	58%	49%	43%
WorldCom								17%
Tele2			22%	16%	15%	14%	11%	15%
Song								3,2%
Telenordia					4,0%	5,0%	3,7%	3,1%
RSLCOM								2,8%
Ventelo							2,0%	2,3%
Glocalnet							1,5%	2,2%
ACN								1,8%
Utfors								1,7%
Rix Telecom								1,4%
Övriga			4,3%	11%	18%	23%	33,4%	6,5%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser nationella samtal (inkl. Internetsamtal), samtal från fasta nät till mobilnät och internationella samtal.

** Internetsamtal är uppringd access till Internet via antingen ett PSTN-modem eller ett ISDN-modem.

Tabell 8 • Fast telefoni – antal utgående trafikminuter (miljoner) från slutkund (PSTN och ISDN)

	2000	2001
Antal utgående trafikminuter för fast telefoni – privat	35 868	36 625
Nationella samtal	34 184	34 610
<i>av nationella samtal utgör Internetsamtal*</i>	15 032	15 535
Samtal från fasta nät till mobilnät	1 180	1 474
Internationella samtal	504	523
Frisamtal (020-)	0	0
Nummerupplysningstjänst (118 XYZ)		18
Antal utgående trafikminuter för fast telefoni – företag	20 023	20 693
Nationella samtal	16 083	16 933
<i>av nationella samtal utgör Internetsamtal</i>	3 758	4 666
Samtal från fasta nät till mobilnät	1 493	1 746
Internationella samtal	762	830
Frisamtal (020-)	1 685	1 165
Nummerupplysningstjänst (118 XYZ)		19
Antal utgående trafikminuter för fast telefoni	55 891	57 319
Nationella samtal	50 267	51 543
<i>av nationella samtal utgör Internetsamtal</i>	18 790	20 201
Samtal från fasta nät till mobilnät	2 673	3 220
Internationella samtal	1 266	1 353
Frisamtal (020-)	1 685	1 165
Nummerupplysningstjänst (118 XYZ)		38

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Internetsamtal är uppringd access till Internet via antingen ett PSTN-modem eller ett ISDN-modem.

Tabell 9 • Fast telefoni – genomsnittlig intäkt per trafikminut* från slutkund (PSTN och ISDN)

	2000	2001
Genomsnittlig intäkt per trafikminut – nationella samtal**	0,18	0,17
Endast nationella telefonsamtal	0,21	0,20
Endast Internetsamtal***	0,13	0,12
Genomsnittlig intäkt per trafikminut – samtal från fasta nät till mobilnät	1,96	1,72
Genomsnittlig intäkt per trafikminut – internationella samtal	1,70	1,17

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Genomsnittlig intäkt per trafikminut = periodens intäkter per respektive fast telefonitjänst dividerat med det totala antalet trafikminuter per respektive tjänst under perioden.

** Nationella telefonsamtal och internetsamtal sammantaget.

*** Inkluderar inga abonnemangsvavgifter.

Tabell 10 • Prisutveckling nationella samtal och samtal från fasta nät till mobilnät – Telias prislista
Genomsnittligt pris per minut för ett högtrafiksamtal som varar i tre minuter (exkl. moms)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Nationella samtal (Sverigesamtal*)	0,84	0,68	0,56	0,48	0,41	0,34	0,30	0,30
Regionsamtal	0,47	0,44	0,44	0,45				
Lokalsamtal	0,12	0,17	0,20	0,21	0,24	0,24		
Samtal från fasta nät till mobilnät								
– till Telias mobilnät	2,92	2,96	2,96	2,97	2,98	2,51	2,28	2,12
Samtal från fasta nät till mobilnät – till övriga mobilnät						2,99	2,48	2,48

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Genomsnittspriset för 1998 och 1999 avser Sverigesamtal. För åren dessförinnan avses fjärrsamtal.

Tabell 11 • Fast telefoni – samtrafikintäkter i fasta nät (miljoner kronor)

	2000	2001
Terminering av inkommande trafik från nationella operatörers nät	978	905
varav från mobilnät	201	191
varav från fasta nät	777	714
varav koncerninterna intäkter	114	107
Terminering av internationellt inkommande trafik		77
Övriga samtrafikintäkter*		1 071
Totala samtrafikintäkter fast telefoni		2 054

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser samtrafik intäkter från transittrafik och originerande trafik.

Tabell 12 • Fast telefoni – samtrafikminuter (miljoner)

	2001
Antal terminerade samtalsminuter från nationella operatörers nät	14 724
varav från mobilnät	2 168
varav från fasta nät	12 556
varav koncernintern trafik	1 282
Antal terminerade samtalsminuter från internationellt inkommande trafik	1 098
Övriga samtrafikminuter*	15 876
Total samtrafik för fast telefoni	31 698

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser samtrafik intäkter från transittrafik och originerande trafik.

Mobila teletjänster

Tabell 13 • Mobila teletjänster – tillväxt i antal abonnemang och kontantkort

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Bruttotillväxt – GSM-abonnemang och kontantkort						2 042 000	1 960 000
varav tillväxt i antal kontantkort						1 124 000	1 341 000
Avslutade GSM-abonnemang och kontantkort						689 000	1 134 000
Churn*						13%	17%
Nettotillväxt – GSM-abonnemang och kontantkort	611 000	538 000	843 000	1 191 000	1 230 000	1 353 000	826 000
varav tillväxt i antal aktiva kontantkort**			235 000	781 000	967 000	790 000	763 000
Privat							798 000
Företag							28 000
Mobilnätoperatörer***	611 000	538 000	843 000	1 191 000	1 229 000	1 322 700	780 300
Tjänstetillhandahållare****				0	1 000	30 300	45 700
Nettotillväxt – NMT-abonnemang	16 000	-54 000	-166 000	-252 000	-213 000	-109 000	-37 000
Nettotillväxt – NMT och GSM	627 000	484 000	677 000	939 000	1 017 000	1 244 000	789 000
Tjänstetillhandahållares andel av tillväxt					0,1%	2,4%	5,8%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Churn= antalet avslutade GSM-abonnemang och kontantkort som andel av det genomsnittliga antalet GSM-abonnemang och kontantkort under perioden.

** Som aktivt kontantkort avses sådana som varit i bruk någon gång under de senaste 12 månaderna.

*** Som mobiloperatör avses Telia, Tele2 och Europlatan Vodafone.

**** Som tjänstetillhandahållare avses de företag som hyr nätkapacitet av mobiloperatörerna och vidare säljer till slutkund mobiltjänster under eget namn. Abonnemang till sådana tjänstetillhandahållare som är dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna ingår inte.

Tabell 14 • Mobila teletjänster – antal abonnemang och kontantkort

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Antal GSM-abonnemang (inkl kontantkort)	422 000	1 033 000	1 571 000	2 414 000	3 605 000	4 835 000	6 188 000	7 014 000
Privat							4 736 000	5 534 000
Företag							1 452 000	1 480 000
<i>Telia</i>	216 000	463 000	824 000	1 180 000	1 702 722	2 347 712	3 076 000	3 295 000
<i>Tele2</i>	136 000	422 000	466 000	810 000	1 278 666	1 641 000	2 087 000	2 532 000
<i>Europolitan Vodafone</i>	70 000	148 000	281 000	424 000	624 000	846 000	994 000	1 109 000
<i>Tjänstetillhandahållare*</i>						1 000	31 300	77 000
Antal aktiva kontantkort**				235 000	1 016 000	1 983 000	2 773 000	3 536 000
<i>Telia</i>					313 000	923 000	1 321 000	1 536 000
<i>Tele2</i>				228 000	615 000	909 000	1 224 000	1 706 000
<i>Europolitan Vodafone</i>				7 000	88 000	151 000	228 000	294 000
Antal NMT 450- abonnemang***	959 000	975 000	921 000	755 000	503 000	290 000	154 000	144 000
Privat							81 000	86 000
Företag							73 000	58 000
Antal NMT-900 abonnemang	<i>se NMT 450</i>	<i>se NMT 450</i>	<i>se NMT 450</i>	<i>se NMT 450</i>	<i>se NMT 450</i>	<i>se NMT 450</i>	27 000	0
Privat							6 000	0
Företag							21 000	0
Samtliga abonnemang och aktiva kontantkort	1 381 000	2 008 000	2 492 000	3 169 000	4 108 000	5 125 000	6 369 000	7 158 000
Privat							4 823 000	5 620 000
Företag							1 546 000	1 538 000
<i>Telia</i>	1 175 000	1 438 000	1 745 000	1 935 000	2 206 127	2 638 123	3 257 000	3 439 000
<i>Tele2</i>	136 000	422 000	466 000	810 000	1 278 666	1 641 000	2 087 000	2 532 000
<i>Europolitan Vodafone</i>	70 000	148 000	281 000	424 000	624 000	846 000	994 000	1 109 000
<i>Tjänstetillhandahållare*</i>						1 000	31 300	77 000

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Som tjänstetillhandahållare avses de företag som hyr nätkapacitet av mobiloperatörerna och vidare säljer till slutkund mobiltjänster under eget namn. Abonnemang till sådana tjänstetillhandahållare som är dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna ingår inte.

** Som aktivt kontantkort avses sådana som varit i bruk någon gång under de senaste 12 månaderna.

*** Inkluderar även NMT 900 för åren 1994 till 1999.

Tabell 15 • Mobila teletjänster – markandsandelar – antal abonnemang och kontantkort

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
GSM-abonnemang (inkl. kontantkort)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Privat							77%	79%
Företag							23%	21%
<i>Telia</i>	51%	45%	52%	49%	47%	49%	50%	47%
<i>Tele2</i>	32%	41%	30%	34%	35%	34%	34%	36%
<i>Europolitan Vodafone</i>	17%	14%	18%	18%	17%	17%	16%	16%
<i>Tjänstetillhandahållare*</i>						0,02%	0,5%	1,1%
Aktiva kontantkort**				100%	100%	100%	100%	100%
<i>Telia</i>					31%	47%	48%	43%
<i>Tele2</i>				97%	61%	46%	44%	48%
<i>Europolitan Vodafone</i>				3%	9%	8%	8%	8%
NMT 450-abonnemang***							100%	100%
Privat							53%	60%
Företag							47%	40%
NMT 900-abonnemang****							100%	
Privat							22%	
Företag							78%	
Samtliga abonnemang och aktiva kontantkort	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Privat							76%	79%
Företag							24%	21%
<i>Telia</i>	85%	72%	70%	61%	54%	51%	51%	48%
<i>Tele2</i>	10%	21%	19%	26%	31%	32%	33%	35%
<i>Europolitan Vodafone</i>	5%	7%	11%	13%	15%	17%	16%	15%
<i>Tjänstetillhandahållare*</i>						0,02%	0,5%	1,1%
Fördelning mellan olika abonnemangsformer								
GSM-abonnemang (exkl. kontantkort)	31%	51%	63%	69%	63%	56%	54%	49%
Aktiva kontantkort				7%	25%	39%	44%	49%
NMT	69%	49%	37%	24%	12%	6%	3%	2%
Total årlig tillväxt		45%	24%	27%	30%	25%	24%	12%
Aggregerad tillväxt i relation till 1994		45%	80%	129%	197%	271%	361%	418%
Mobilpenetration*****	16%	23%	28%	36%	46%	58%	72%	80%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Som tjänstetillhandahållare avses de företag som hyr nätkapacitet av mobiloperatörerna och vidare säljer till slutkund mobiltjänster under eget namn.

Abonnemang till sådana tjänstetillhandahållare som är dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna ingår inte.

** Som aktivt kontantkort avses sådana som varit i bruk någon gång under de senaste 12 månaderna.

*** Inkluderar även NMT 900 för åren 1994-1999.

**** Sedan 1 januari 2001 erbjuds inte tjänster i NMT-900-nätet.

***** Vid beräkning av penetrationstalen har befolkningsstatistik från SCB använts. Mobilpenetration, som den är beräknad här, tar inte hänsyn

till om abonnenten har fler än ett abonnemang, ej heller om abonnemanget är ett privat- eller företagsabonnemang. Penetrationstalen är därför något för höga.

Tabell 16a • Mobila teletjänster – intäkter (miljoner kronor) från slutkund

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Samtliga abonnemang och kontantkort	4 342	6 047	7 424	8 420	10 741	12 658	14 392	16 235
GSM-abonnemang (inkl. kontantkort)	1 087	2 296	4 424	6 220	9 275	11 858	14 073	16 104
varav aktiva kontantkort NMT 900 & 450	3 255	3 751	3 000	2 200	1 466	800	1 519	2 212
							319	131
Marknadsandelar								
Telia	3 850	4 773	5 302	5 523	6 500	6 967	7 584	8 299
Tele 2	292	783	1 165	1 446	1 964	2 640	3 266	3 870
Europolitan Vodafone	200	491	957	1 450	2 277	3 051	3 542	3 937
Tjänstetillhandahållare*								129
Fördelning privat/företag								
Privat							5 701	7 822
Företag							8 690	8 413

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Som tjänstetillhandahållare avses de företag som hyr nätkapacitet av mobiloperatörerna och vidare säljer till slutkund mobiltjänster under eget namn. Abonnemang till sådana tjänstetillhandahållare som är dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna ingår inte.

Tabell 16b • Mobila teletjänster – procentuell fördelning av intäkter från slutkund

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Samtliga abonnemang och kontantkort	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
GSM-abonnemang (inkl. kontantkort)	25%	38%	60%	74%	86%	94%	98%	99%
varav aktiva kontantkort (andel av total)							11%	14%
NMT 900 & 450	75%	62%	40%	26%	14%	6,3%	2,2%	0,8%
Marknadsandelar – samtliga abonnemang och kontantkort								
Telia	89%	79%	71%	66%	61%	55%	53%	51%
Tele2	7%	13%	16%	17%	18%	21%	23%	24%
Europolitan Vodafone	5%	8%	13%	17%	21%	24%	25%	24%
Tjänstetillhandahållare*								0,8%
Fördelning privat/företag – samtliga abonnemang och kontantkort								
Privat							40%	48%
Företag							60%	52%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002.

* Som tjänstetillhandahållare avses de företag som hyr nätkapacitet av mobiloperatörerna och vidare säljer till slutkund mobiltjänster under eget namn. Abonnemang till sådana tjänstetillhandahållare som är dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna ingår inte.

Tabell 17 • Mobila teletjänster – antal från slutkund utgående trafikminuter (miljoner) i GSM- och NMT-näten

	2001
Totalt antal utgående trafikminuter (exkl. internationell roaming)	5 045
Utgående trafik från mobiltelefon till nationellt mobilnät	1 718
Utgående trafik från mobiltelefon till nationellt fastnät	3 013
Internationellt utgående trafik	314
Marknadsandelar – totalt antal utgående trafikminuter	
Mobilnätoperatörer	5 005
Tjänstestillhandahållare*	40
Fördelning privat/företag – totalt antal utgående trafikminuter	
Privat	2 007
Företag	3 038
Internationell roaming (utgående trafik)**	203
Genomsnittligt antal trafikminuter per mobilkund och månad (ej i enheten miljoner)***	62
Privat	32
Företag	164

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Som tjänstestillhandahållare avses de företag som hyr nätkapacitet av mobiloperatörerna och vidare säljer till slutkund mobiltjänster under eget namn. Abonnemang till sådana tjänstestillhandahållare som är dotterbolag till de nätägande mobiloperatörerna ingår inte.

** Med utgående internationell roaming avses här trafik genererad av abonnent till svensk operatör då abonnenten befinner sig utomlands och med hjälp av roaming ringer med utländsk operatör.

*** Genomsnittligt antal trafikminuter per månad = periodens totala antal trafikminuter för mobiltelefoni dividerat med det genomsnittliga antalet mobilkunder (GSM och NMT) under perioden.

Tabell 18 • Mobila teletjänster – genomsnittlig månatlig intäkt*

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Genomsnittlig intäkt per GSM-abonnemang**						334	336
Genomsnittlig intäkt per kontantkort						53	58
Genomsnittlig intäkt per GSM-abonnemang och kontantkort	263	283	260	257	234	200	203
Privat							127
Företag							471
Telia	251	298	276	291	254	223	214
Tele2	234	219	189	157	151	146	140
Europolitan Vodafone	375	372	343	362	346	321	312
Genomsnittlig intäkt per trafikminut (GSM och NMT)***							3,22

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Genomsnittlig månatlig intäkt = periodens totala intäkter av mobila teletjänster (inkl. SMS-intäkter) dividerat med det genomsnittliga antalet abonnemang under perioden, samt dividerat med antalet månader under perioden.

** Exklusive kontantkort

*** Genomsnittlig intäkt per trafikminut = periodens totala intäkter av mobila teletjänster dividerat med det totala antalet trafikminuter för mobiltelefoni under perioden.

Tabell 19 • Mobila teletjänster – SMS-meddelanden*

	1998	1999	2000	2001
Antal skickade SMS (miljoner)	44	141	473	1 020
Privat			376	870
Företag			97	150
Intäkter av SMS (miljoner kronor)			619	1 111
Privat			486	945
Företag			133	166
Genomsnittligt antal skickade SMS per GSM-kund och månad**			7,1	12,9
Privat				14,1
Företag				8,5
Genomsnittlig intäkt per skickat SMS*** (kronor)			1,31	1,09
Privat			1,29	1,09
Företag			1,37	1,10
Genomsnittlig intäkt av SMS per GSM-kund och månad (kronor)			9,35	14,02
Privat				15,34
Företag				9,41

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Short Message Services

** Genomsnittligt antal skickade SMS per GSM-kund och månad = periodens antal skickade SMS dividerat med det genomsnittliga antalet GSM-kunder under perioden, samt dividerat med antalet månader under perioden.

*** Genomsnittlig intäkt per skickat SMS = periodens antal skickade SMS dividerat med periodens intäkter av SMS.

Tabell 20 • Mobila teletjänster – personsökare – antal abonnenter och intäkt (tusen kronor)

	2001
Antal abonnenter till personsökare	156 000
Privat	117 000
Företag	39 000
Intäkter för personsökare	60 000
Privat	13 000
Företag	47 000

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

Tabell 21 • Mobila teletjänster – samtrafikintäkter i mobilnät (miljoner kronor)

	2000	2001
Terminering av inkommande trafik från nationella operatörers nät	5 447	5 354
Från mobilnät		1 418
Från fasta nät		3 936
Terminering av internationellt inkommande trafik	314	295
Totala samtrafikintäkter i mobilnät	5 761	5 649
varav koncerninterna intäkter*	2 301	–
Intäkter från internationell roaming**		739

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser endast koncerninterna intäkter inom Sverige.

** Med intäkter från internationell roaming avses här intäkter från trafik genererad av abonnent till utländsk operatör då abonnenten befinner sig i Sverige och med hjälp av roaming ringer med svensk operatör.

Tabell 22 • Mobila teletjänster – samtrafikminuter i mobilnät (miljoner)

	2001
Antal terminerade samtalsminuter från nationella operatörers nät	3 287
från mobilnät	639
från fasta nät	2 648
Antal terminerade samtalsminuter från internationellt inkommande trafik	339
Total samtrafik i mobilnät	3 626
varav koncernintern trafik*	–
Antal samtalsminuter från internationell roaming**	94

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser endast koncernintern trafik inom Sverige.

** Med internationell roaming avses här trafik genererad av abonnent till utländsk operatör då abonnenten befinner sig i Sverige och med hjälp av roaming ringer med svensk operatör.

Nätkapacitet och nätverkstjänster

Tabell 23 • Nätkapacitet till operatör – Intäkter (miljoner kronor)

	2001
Hyrda förbindelser till operatör	3 281
varav <2 Mbps	1 181
varav ≥2 Mbps	2 100
varav koncerninterna intäkter*	1 412
varav intäkter från internationella hyrda förbindelser	223
Svart fiber och annan oförädlad nätkapacitet till operatör	740
varav koncerninterna intäkter*	120
varav intäkter från internationella förbindelser	44
Totala intäkter för nätkapacitet till operatör	4 020
varav koncerninterna intäkter*	1 532
varav intäkter från internationella förbindelser	267

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser endast koncerninterna intäkter inom Sverige.

Tabell 24 • Nätkapacitet till operatör – antal hyrda förbindelser

	2001
Hyrda förbindelser till operatör	350 100
varav <2 Mbps	290 900
varav ≥2 Mbps	59 200
varav koncerninternt hyrda förbindelser*	266 100
varav internationella hyrda förbindelser	–

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser endast koncerninternt hyrda förbindelser inom Sverige.

Tabell 25 • Nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund – intäkter (miljoner kronor)

	2001
X.25	–
Frame Relay	1 949
IP-VPN*	129
Hyrda förbindelser till slutkund**	2 449
varav <2 Mbps	1 524
varav ≥2 Mbps	926
Svart fiber och annan oförädlad nätkapacitet till slutkund	130
Totala intäkter för nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund	4 658
varav intäkter från internationella hyrda förbindelser	337

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* IP-VPN-tjänster använder ett IP-gränssnitt gentemot slutkund, men kan använda andra än IP-protokoll i underliggande lager (ex. Frame Relay). IP-VPN används främst för datakommunikation, men kan även användas till överföring av rösttrafik och video. Access till IP-VPN-tjänster kan ske antingen via hyrda förbindelser eller uppringda anslutningar. I intäkterna medräknas kostnader för hyrda förbindelser när dessa används i IP-VPN-tjänsten, men inte kostnader för uppringd access (ISDN/PSTN).

** Exkl. intäkter som erhålls från hyrda förbindelser då dessa ingår som del i IP-VPN-tjänster.

Tabell 26 • Nätkapacitet och nätverkstjänster till slutkund – antal anknötningar och förbindelser för nätverklösningar

	2001
X.25	7 300
Frame Relay	15 400
IP-VPN*	11 400
Hyrda förbindelser till slutkund**	291 800
varav <2 Mbps	274 800
varav ≥2 Mbps	17 000
Totalt antal anknötningar och förbindelser för nätverklösningar till slutkund	325 900

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* IP-VPN-tjänster använder ett IP-gränssnitt gentemot slutkund, men kan använda andra än IP-protokoll i underliggande lager (ex. Frame Relay). IP-VPN används främst för datakommunikation, men kan även användas till överföring av rösttrafik och video. Access till IP-VPN-tjänster kan ske antingen via hyrda förbindelser eller uppringda anslutningar. I antalet anknötningar medräknas hyrda förbindelser när dessa används i IP-VPN-tjänster, men inte anknötningar för uppringd access (ISDN/PSTN).

* Exkl. de hyrda förbindelser som ingår som del i IP-VPN-tjänster.

Internetaccess och access med högre överföringskapacitet

Tabell 27a • Internet – antal aktiva kunder till Internetaccess per accessform

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Internetkunder – privat	40 500	184 080	528 930	1 276 000	1 673 200	2 064 200	2 569 000	
PSTN (Modem upp till 56 kbps)						1 853 400	2 055 600	
ISDN						73 100	58 600	
xDSL						22 100	223 000	
PLC (elnätskommunikation)								–
Kabel-TV						56 000	115 000	
Radio								1 000
Övrig fast access						59 600	115 800	
Internetkunder – företag	13 500	51 920	124 070	174 000	206 800	242 600	280 000	
PSTN (Modem upp till 56 kbps)						177 700	208 600	
ISDN						53 300	42 000	
xDSL						4 100	19 100	
PLC (elnätskommunikation)								–
Kabel-TV						300	500	
Radio								400
Övrig fast access						7 200	9 400	
Totalt antal Internetkunder	54 000	236 000	653 000	1 450 000	1 880 000	2 306 800	2 849 000	
PSTN (Modem upp till 56 kbps)						2 031 100	2 264 200	
ISDN						126 400	100 600	
xDSL						26 200	242 100	
PLC (elnätskommunikation)								–
Kabel-TV						56 300	115 500	
Radio								1 400
Övrig fast access						66 800	125 200	

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

Tabell 27 b • Internet – procentuell fördelning av antal aktiva kunder till Internetaccess per accessform

	2000	2001
Internetkunder – privat	100%	100%
PSTN (Modem upp till 56 kbps)	89,8%	80,0%
ISDN	3,5%	2,3%
xDSL	1,1%	8,7%
PLC (elnätskommunikation)		–
Kabel-TV	2,7%	4,5%
Radio		0,04%
Övrig fast access	2,9%	4,5%
Internetkunder – företag	100%	100%
PSTN (Modem upp till 56 kbps)	73,2%	74,5%
ISDN	22,0%	15,0%
xDSL	1,7%	6,8%
PLC (elnätskommunikation)		–
Kabel-TV	0,1%	0,2%
Radio		0,1%
Övrig fast access	3,0%	3,4%
Totalt antal Internetkunder	100%	100%
PSTN (Modem upp till 56 kbps)	88,0%	79,5%
ISDN	5,5%	3,5%
xDSL	1,1%	8,5%
PLC (elnätskommunikation)		–
Kabel-TV	2,4%	4,1%
Radio		0,05%
Övrig fast access	2,9%	4,4%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

Tabell 28 • Internet – antal aktiva kunder till Internetaccess med högre överföringskapacitet

	2000	2001
Antal kunder till Internetaccess med högre överföringskapacitet*	149 300	484 200
Privat	137 700	454 800
Företag	11 800	29 400
Antal kunder till Internetaccess med 2 Mbps eller mer i överföringskapacitet		120 100
Privat		113 000
Företag		7 100

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser accessformerna xDSL, PLC, Kabel-TV, radio och övrig fast access.

Tabell 29 • Internet - marknadsandelar - antal aktiva kunder till Internetaccess (%)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Marknadsandelar – kunder till Internetaccess	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Telia	42%	36%	33%	31%	33%	35%
Tele2	43%	40%	33%	27%	28%	27%
Telenordia	14%	15%	18%	14%	13%	11%
Spray*				8%	9%	9%
Utfors						3,1%
B2 Bredband						2,5%
Bostream						2,3%
Tiscali						2,0%
UPC					1,1%	1,7%
BIP*						1,5%
Övriga	1%	9%	16%	20%	16%	5,6%
Marknadsandelar – kunder till Internetaccess med högre överföringskapacitet**					100%	100%
Telia					33%	51%
B2 Bredband						14%
UPC					16%	10%
Bostream						9%
Telenordia					0,3%	3%
Tele2					2%	2%
Övriga					48%	11%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* BIP är redovisade tillsammans med Spray för åren 1999 och 2000.

** Avser accessformerna xDSL, PLC, Kabel-TV, radio och övrig fast access.

Tabell 30a • Internet – intäkter av Internetaccess från slutkund (miljoner kronor)*

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Intäkter för Internetaccess – privat	215	560	1 109	1 652	2 240	2 867
Anslutnings- och andra engångsavgifter					126	298
Abonnemangsavgifter vid uppringd access**					290	276
Fasta avgifter för ständig uppkoppling***					79	493
Minutbaserade trafikintäkter					1 745	1 800
Intäkter för Internetaccess – företag	133	360	638	904	1 307	1 759
Anslutnings- och andra engångsavgifter					44	84
Abonnemangsavgifter vid uppringd access**					154	49
Fasta avgifter för ständig uppkoppling***					506	952
Minutbaserade trafikintäkter					605	674
Totala intäkter för Internetaccess	348	920	1 747	2 556	3 548	4 626
Anslutnings- och andra engångsavgifter					170	382
Abonnemangsavgifter vid uppringd access**					444	326
Fasta avgifter för ständig uppkoppling***					585	1 444
Minutbaserade trafikintäkter					2 349	2 474

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Inkluderar ej samtrafikintäkter, koncerninterna intäkter eller mobilt Internet (GSM).

** Avser ej ständig uppkoppling.

*** Inkluderar även fast avgift för viss avtalad uppkopplingstid.

Tabell 30b • Internet – procentuell fördelning av intäkter av Internetaccess från slutkund

	2000	2001
Intäkter för Internetaccess – privat	100%	100%
Anslutnings- och andra engångsavgifter	6%	10%
Abonnemangsavgifter vid uppringd access*	13%	10%
Fasta avgifter för ständig uppkoppling**	4%	17%
Minutbaserade trafikintäkter från slutkund	78%	63%
Intäkter för Internetaccess – företag	100%	100%
Anslutnings- och andra engångsavgifter	3%	5%
Abonnemangsavgifter vid uppringd access*	12%	3%
Fasta avgifter för ständig uppkoppling**	39%	54%
Minutbaserade trafikintäkter från slutkund	46%	38%
Totala intäkter för Internetaccess	100%	100%
Anslutnings- och andra engångsavgifter	5%	8%
Abonnemangsavgifter vid uppringd access*	13%	7%
Fasta avgifter för ständig uppkoppling**	16%	31%
Minutbaserade trafikintäkter från slutkund	66%	53%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Inkluderar ej samtrafikintäkter, koncerninterna intäkter eller mobilt Internet (GSM).

** Avser ej ständig uppkoppling.

*** Inkluderar även fast avgift för viss avtalad uppkopplingstid.

Tabell 31 • Internet – marknadsandelar – intäkter av Internetaccess från slutkund (%)

	2000	2001
Marknadsandelar – intäkter av Internetaccess	100%	100%
Telia	38%	39%
Tele2	12%	15%
WorldCom		4%
Spray	4%	4%
Telenordia	6%	3%
Utfors Bredband		2%
Song		2%
Bostream		2%
Övriga	40%	29%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Avser accessformerna xDSL, PLC, Kabel-TV, radio och övrig fast access.

Tabell 32a • Internet – intäkter från Internetrelaterade tjänster från slutkund (tusen kronor)*

	2001
Totala intäkter från Internetrelaterade tjänster från slutkund**	217 800
E-post***	19 700
Webbhotell	68 100
Säkerhetstjänster (ex. antivirus, brandvägg)	13 800
Övriga Internetrelaterade tjänster****	116 200

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Inkluderar ej intäkter som ingår som del i accessabonnemang. Inkluderar ej heller samtrafikintäkter, koncerninterna intäkter och intäkter

** Intäkter för 2000 avser Internetrelaterade mervärdestjänster så som hosting, databastjänster, backup-tjänster mm.

*** Avser endast de intäkter från e-posttjänster som inte ingår i accessabonnemang.

**** Exempelvis intäkter från "egen hemsida", portaltjänster, databastjänster, backup-tjänster, hosting, streaming samt service och support. Inkludera ej intäkter från tredje part.

Tabell 32b • Internet - procentuell fördelning av intäkter från Internetrelaterade tjänster från slutkund*

	2001
Totala intäkter från Internetrelaterade tjänster från slutkund**	100%
E-post***	9%
Webbhotell	31%
Säkerhetstjänster (ex. antivirus, brandvägg)	6%
Övriga Internetrelaterade tjänster****	53%

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Inkluderar ej intäkter som ingår som del i accessabonnemang. Inkluderar ej heller samtrafikintäkter, koncerninterna intäkter och intäkter från tredjepart. Avser endast intäkter som ISP:er har för dessa tjänster.

** Intäkter för 2000 avser Internetrelaterade mervärdestjänster så som hosting, databastjänster, backup-tjänster mm.

*** Avser endast de intäkter från e-posttjänster som inte ingår i accessabonnemang.

**** Exempelvis intäkter från "egen hemsida", portaltjänster, databastjänster, backup-tjänster, hosting, streaming samt service och support. Inkludera ej intäkter från tredje part.

Tabell 33 • Internet - tillväxt, penetration och genomsnittlig intäkt (%)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Tillväxt av antal kunder till Internetaccess	337%	177%	122%	30%	23%	24%
Privat	355%	187%	141%	31%	23%	24%
Företag	285%	139%	40%	19%	17%	15%
Tillväxt av antal kunder till Internetaccess med högre överföringskapacitet						224%
Privat						230%
Företag						149%
Internetpenetration bland hushåll*						
Internetaccesser		13%	31%	38%	47%	59%
Högre överföringskapacitet					3,2%	10%
Överföringskapacitet med 2 Mbps eller mer						2,6%
Genomsnittlig intäkt per kund och månad**		172	138	128	141	150
Privat		131	102	93	100	103
Företag		341	357	396	485	561

Källa: Post- och telestyrelsen, 27 maj 2002

* Penetrationstalen är beräknade genom att dividera antalet privata Internetkunder med antalet hushåll i Sverige (som enligt SCB:s inkomstfördelningsundersökning var 4 118 000 vid slutet av 1997, 4 167 000 vid slutet av 1998 och 4 349 000 vid slutet av 1999). Samma antal hushåll som för 1999 har använts även för 2000 och 2001. Hänsyn har inte tagits till att ett hushåll kan ha flera Internetabonnemang, varför penetrationstalen kan antas vara något för höga.

** Genomsnittlig intäkt per Internetkund = periodens intäkter delat med det genomsnittliga antalet Internetkunder under perioden.

Deltagarlista

Tabell 34 • Företag som deltagit i studien

AB Borlänge Energi	Linköping Kraftnät AB
AB Finvik	LNS Kommunikation AB
AB Pite Energi	Luleå Energi AB
AB Stokab	Lunds Energi AB
AB Övikshem	Mint AB
Abonnera i Sverige AB	Mobilaris AB
ACN Europe	Multicom Security AB
Alenet Communication AB	MWNNet AB
Alingsås Energi Nät AB	NETnet AB
Arrowhead AB	Netnod
B2 Bredband AB	Norrskan AB
Bahnhof	Nässjö Affärsverk AB
Banverket AB	Olofströms Kabel TV AB
Banverket Telenät AB	Otrum Svenska AB
Bikab AB	Rikstelegram RTAB
BIP Bottnia Internet Provider AB	Ringsjö Energi AB
Birka nät AB	Rix Telecom
Bjäre Kraft Ekonomisk Förening	Roratel AB
Borgholm Energi Elnät AB	RSL COM Sweden AB
Borås Energi nät AB	Savvis
Bostream AB	SE Netlink AB
Bredbandsteknik 2000 i Karlshamn AB	SeCom Venture AB
Bygdanet	Sense Communications
Bålsta Kabel TV AB	Seth's kabel-TV
Calypso Internetservice AB	Skaraborgs kabel TV
Carrier 1 Nordic AB	Smultronstigens Kabeltv-förening
Cedeba AB	Sollentuna Energi AB
Citylink AB	Song Networks Holding AB
Colt Telcom AB	Spinbox AB
C-SAM Kabel TV	Spray Network AB
Dataplus	Statnett SF
DGC Systems	Straznet AB
Dial n' Smile AB	SuperTel Sverige AB
Direct2Internet AB	Suravision AB
Dotcom Solutions AB	Surephone AB
Ekhosat Kabel TV AB	Swedish Radio Supply AB
Engboms Kontorsmaskiner AB	Sydkraft Elnät Mälardalen AB

Eniro Svar om Sverige AB
Eniro Sverige AB
Eric Comm AB
Falbygdens Energi AB
France Telecom Network Services Sweden AB
Generic Mobile Systems Sweden AB
Glocalnet AB
Gotlands Energiverk AB
Gävle Energi AB

Göteborg Energi GothNet AB
Helsing Net AB
HerjeNet AB
Herrljunga Elektriska AB
Infogram System AB
Infracom AB
IP-Only Telecommunication AB
Jämtkraft Telecom AB
Jönköping Energi AB

Karlshamns Kabel AB
Karlskoga Elnät AB
Katrineholm Energi AB
Kilvision AB
Kommunalförbundet SAM / Hjälpmedel
Koncernen för Leissner Data AB
Kopparstaden Kabelvision KB
Kurd Kom AB
Lansourcing AB

Lessebo Fastigheter AB
Lessebo kommun

Söderhamn Teknikpark AB
Tele2 Sverige AB
Telenordia AB
Telepronto Sweden AB
Teleservice Bredband Skåne AB
Telia AB
Telitel AB
Tiscali AB
Transcom AB

Triangelbolaget D4 AB
Uddevalla Energi AB, Stadsnätströrelsen
Umeå Energi AB
Unicorn Telecom AB
UPC Sverige AB
Utfors Bredband AB
Vattenfall AB
Vattenfall Connection AB
Vattenfall Regionnät AB

Ventelo Sverige AB
Wirelesscar
Vodafone
Worldcom AB
Voxway AB
Västerviks Kraft Elnät AB
Växjö Energi AB
Öresundsbro Konsortiet
Östkraft AB

Övik Energi Nät AB



POST & TELESTYRELSEN

POSTADRESS Box 5398, 104 29 Stockholm
BESÖKSADRESS Birger Jarlsgatan 16
TELEFON 08-678 55 00
FAX 08-678 55 05
E-POST pts@pts.se
WEBBADRESS www.pts.se
RAPPORT PTS-ER-2002:11