



Kommunikationsverket

Marknadsöversikt

2/2009



Marknadsöversikt 2/2009

Marknad och investeringar

8.9.2009

INLEDNING

Kommunikationsverkets marknadsöversikt 2/2009 presenterar de mest centrala och aktuella uppgifterna om kommunikationsmarknaden i Finland. Utöver de traditionella nyckeltalen som beskriver samtals- och bredbandsmarknaderna innehåller översikten även aktuella statistikuppgifter om mediemarknaden och postverksamheten. Marknadsöversikten 2/2009 presenterar även uppgifter om teleföretagens investeringsmöjligheter och -behov.

Granskningarna av investeringar grundar sig på den utredning som Kommunikationsverket utförde på hösten 2006 av teleföretagens investeringar och de faktorer som påverkar investeringarna. Presentationen av teleföretagens investeringsmöjligheter och -behov är en fortsättning på den granskning av investeringar som

Kommunikationsverket genomförde för marknadsöversikten 2/2008. I avsnittet om investeringar granskas, avvikande från tidigare, investeringsmöjligheterna och -behoven hos de elva största företagen i stället för de tio största företagen räknat enligt företagets omsättning av televerksamheten. Teleföretagens investeringsbeteende och de centrala nyckeltalen som inverkar på beteendet jämförs därtill med medianen för branschen och för alla företag.

Marknadsöversikten baserar sig på de uppgifter som Kommunikationsverket har samlat in från teleföretag och från olika offentliga källor. De justerade bokslutsuppgifter som har använts i uppföljningen av investeringar har tillställts av Balance Consulting Oy och kreditklasserna av Suomen Asiakastieto Oy.

TELEMARKNADEN

Bredbandstjänster

Bredbandsanslutningar och -tekniker

Antalet bredbandsanslutningar fortsatte att öka främst till följd av att antalet bredbandsanslutningar som används i mobilnätet har ökat. Efter det första halv-

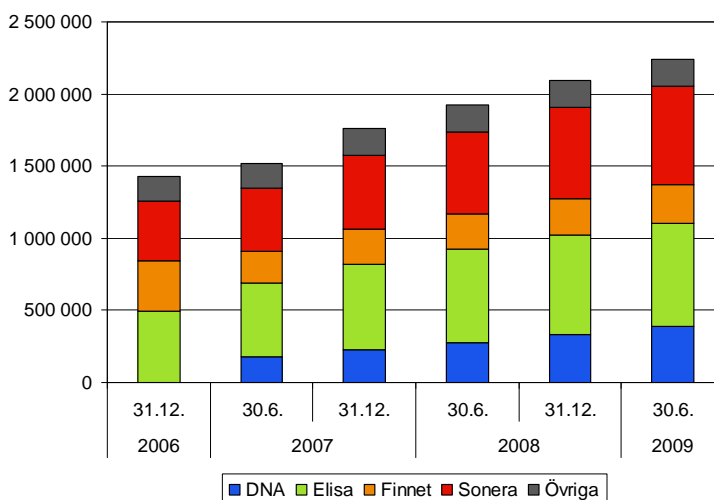
året 2009 fanns det cirka 2 244 000 bredbandsanslutningar i Finland. Antalet omfattar både hushållskundernas och företagskundernas bredbandsanslutningar. Antalet ökade med nästan 150 000, dvs. omkring sju procent under ett halvt år.

År	2006		2007		2008		2009	
	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.
DSL	1 161 100	1 210 900	1 270 500	1 270 100	1 231 300	1 216 300		
Fastighets- och bostadsbolagsanslutningar	72 900	98 100	114 000	104 600	134 900	104 700		
Kabelmodem	181 100	192 900	209 600	212 900	214 800	215 500		
Mobilt bredband			143 100	307 100	479 700	664 300		
Trådlöst bredband			15 300	19 600	26 100	31 600		
Annan	13 800	18 300	7 700	9 000	9 800	11 500		
Totalt	1 428 900	1 520 200	1 760 200	1 923 300	2 096 600	2 243 900		

Tabell 1. Bredbandsanslutningarnas utveckling 2006–2009.

Vid utgången av det första halvåret 2009 var Elisa Abp marknadsledare med en marknadsandel om cirka 32 procent. TeliaSonera Abp:s marknadsandel var omkring 30, DNA Ab:s cirka 17 och den sammanlagda marknadsandelen för bolagen i Finnet-gruppen ungefär 12 procent. Övriga leverantörer av bredbandstjänster hade sammanlagt fortfarande cirka nio procent av marknaden. Den största av

dem var fortfarande Sanoma Television Oy (Welho) som i första hand tillhandahåller bredbandsanslutningar i kabelnätet. Jämfört med situationen vid utgången av år 2008 minskade Elisäs marknadsandel med en procentenhet medan DNA:s marknadsandel i sin tur ökade med en procentenhet. För de övriga bolagen skedde inga betydande förändringar i marknadsandelarna.



Figur 1. Bredbandsanslutningarna och operatörsgruppernas marknadsandelar 2006–2009.

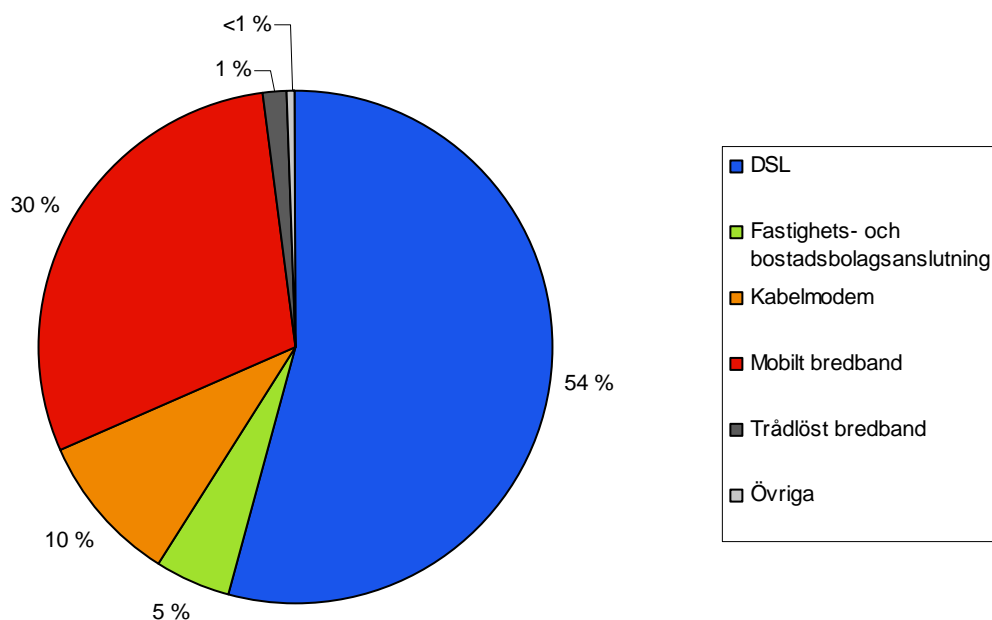
Vid utgången av det första halvåret 2009 hade det inte skett några väsentliga förändringar i bredbandsanslutningarnas överföringshastigheter jämfört med överföringshastigheterna vid utgången av år 2008. Nästan 60 procent av alla bredbandsanslutningar hade fortfarande en hastighet på 2 Mbit/s eller mer. I slutet av juni uppgick bredbandsanslutningarna på 10 Mbit/s eller mer till ungefär 10 procent och bredbandsanslutningarna på 100 Mbit/s eller mer till cirka en procent. Andelen bredbandsanslutningar med en överföringshastighet på under 2 Mbit/s var litet över 40 procent. Siffrorna som beskriver fördelningen av överföringshastigheterna inkluderar inte mobila bredbandsanslutningar.

Antalet anslutningar som bygger på ADSL- eller annan DSL-teknik fortsatte att minska, även om minskningen inte var större än cirka 15 000 anslutningar jämfört med det andra halvåret 2008, då antalet anslutningar minskade med nästan 40 000. Anslutningar som bygger på DSL-tekniken var fortsatt den populäraste typen av bredbandsanslutningar. I slutet av juni var cirka 54 procent av alla bredbandsanslut-

ningar sådana som byggde på DSL-tekniken, dvs. ungefär fem procentenheter mindre än vid utgången av år 2008.

De mobila bredbandsanslutningarnas andel av alla anslutningstyper uppgick till 30 procent, dvs. en ökning med cirka sju procentenheter. De mobila bredbandsanslutningarnas relativa tillväxttakt avmattades dock något. Under det andra halvåret 2008 uppvisade antalet mobila bredbandsanslutningar ännu en tillväxt på över 55 procent, medan tillväxten under det första halvåret 2009 hade gått ner till drygt 35 procent. Den reella tillväxten var dock snabbare, eftersom antalet anslutningar ökade med över 10 000 fler anslutningar under det första halvåret 2009 än under det andra halvåret 2008.

Kabelmodemanslutningarna var fortfarande den tredje vanligaste typen av anslutningar med en bibehållen andel på ungefär 10 procent. I slutet av det första halvåret uppgick antalet olika fasta trådlösa bredbandsanslutningar till drygt 30 000, dvs. en dryg procent av alla bredbandsanslutningar.



Figur 2. Bredbandsanslutningar enligt anslutningstyp 30.6.2009

Kvaliteten på kundtjänsten hos leverantörerna av bredbandstjänster

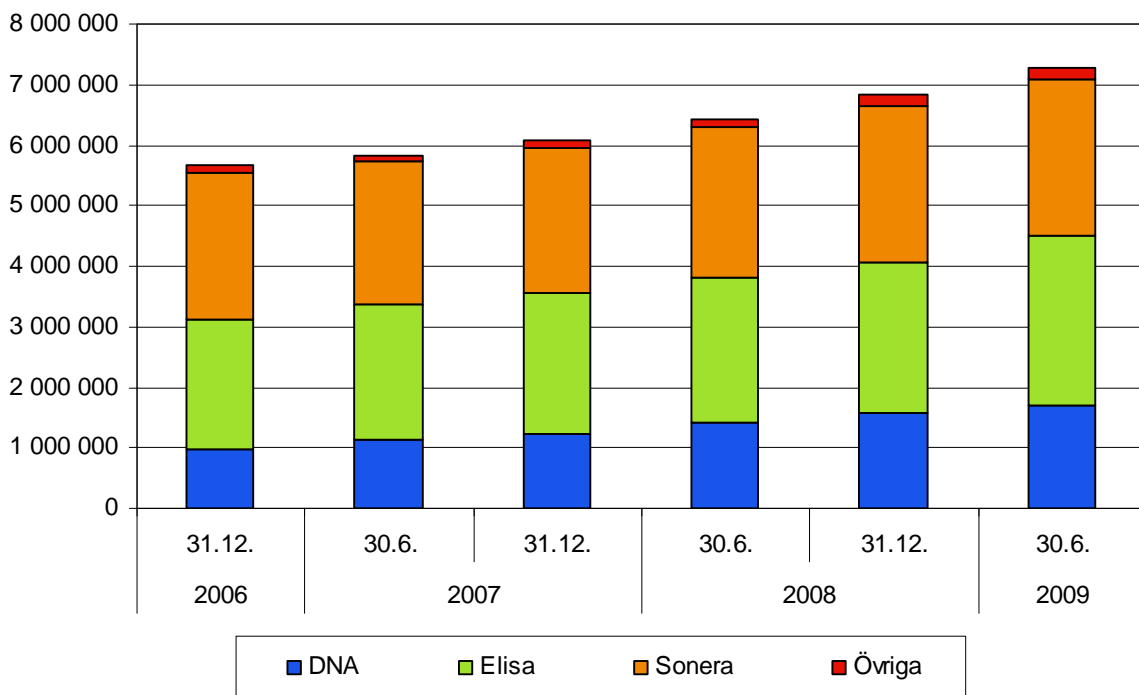
Under det första och andra kvartalet 2009 var den genomsnittliga svarstiden inom kundtjänsten under en minut för över 80

procent av alla leverantörer av bredbandstjänster. Kundtjänstens genomsnittliga svarstider hade förbättrats med minst 25 procent för DNA, Elisa, Saunalahti, TeliaSonera och Welho jämfört med det sämsta värdet år 2008.

Mobiltjänster

Antalet mobilabonnemang ökade med knappt sju procent under första halvåret 2009. I slutet av juni fanns det redan nästan 7,3 miljoner mobilabonnemang i Finland. Räknat i antalet abonnemang förändrades de största mobiloperatörernas inbördes ordning då Elisas marknadsandel

ökade och bolaget blev störst på marknaden. Elisas marknadsandel var cirka 38 procent, TeliaSoneras omkring 36 och DNA:s cirka 23 procent i slutet av juni. De mindre aktörerna hade fortfarande en sammanlagd marknadsandel på cirka två procent.



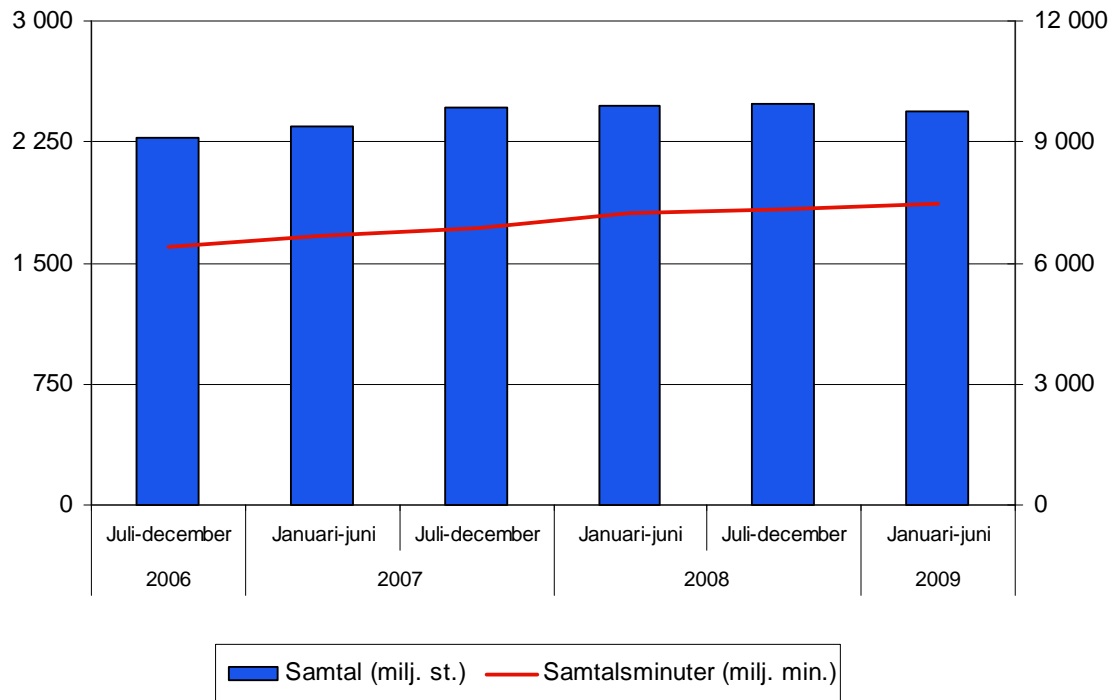
Figur 3. Mobilabonnemang och marknadsandelar 2006–2009.

Ökningen av antalet samtalsminuter avtog under det första halvåret 2009 och uppgick till två procent då ökningen under motsvarande period året innan ännu var knappt sex procent. Samtalsvolymerna låg i antal mätta ungefär på samma nivå

under bägge halvåren 2008, men under början av 2009 minskade samtalsmängden med knappt två procent. Som en följd av dessa förändringar blev samtalen längre, ett samtal varade i genomsnitt 3 minuter och 4 sekunder.

År	2006		2007		2008		2009
Tidpunkt	Juli-december	Januari-juni	Juli-december	Januari-juni	Juli-december	Januari-juni	Januari-juni
Mobilabonnemang	5 670 000	5 810 000	6 080 000	6 430 000	6 830 000	7 280 000	
Samtal (antal)	2 279 000 000	2 342 000 000	2 467 000 000	2 472 000 000	2 490 000 000	2 439 000 000	
Samtalsminuter	6 403 000 000	6 687 000 000	6 859 000 000	7 233 000 000	7 315 000 000	7 479 000 000	

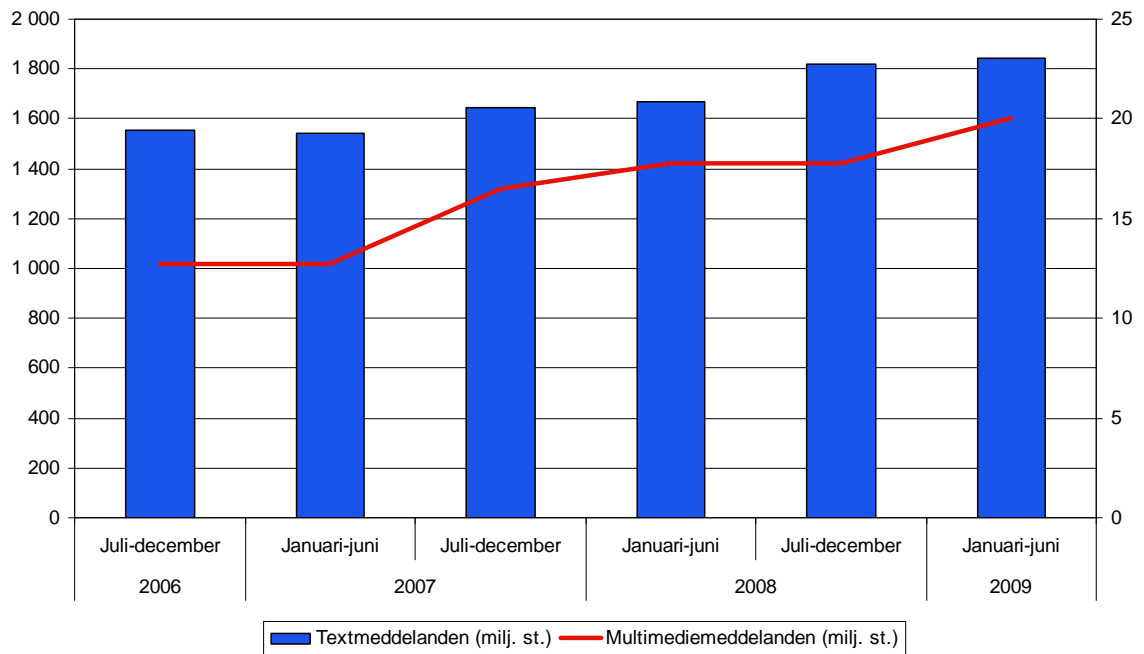
Tabell 2. Utvecklingen av mobilabonnemang och samtalsvolymmer 2006–2009.



Figur 4. Mobilsamtal 2006–2009.

Under det första halvåret 2009 skickades i Finland över 1,8 miljarder textmeddelanden, dvs. ungefär 10 procent mer än under motsvarande period året innan. På

motsvarande sätt skickades 20 miljoner multimedie-meddelanden, dvs. en ökning med nästan 13 procent jämfört med det första halvåret 2008.



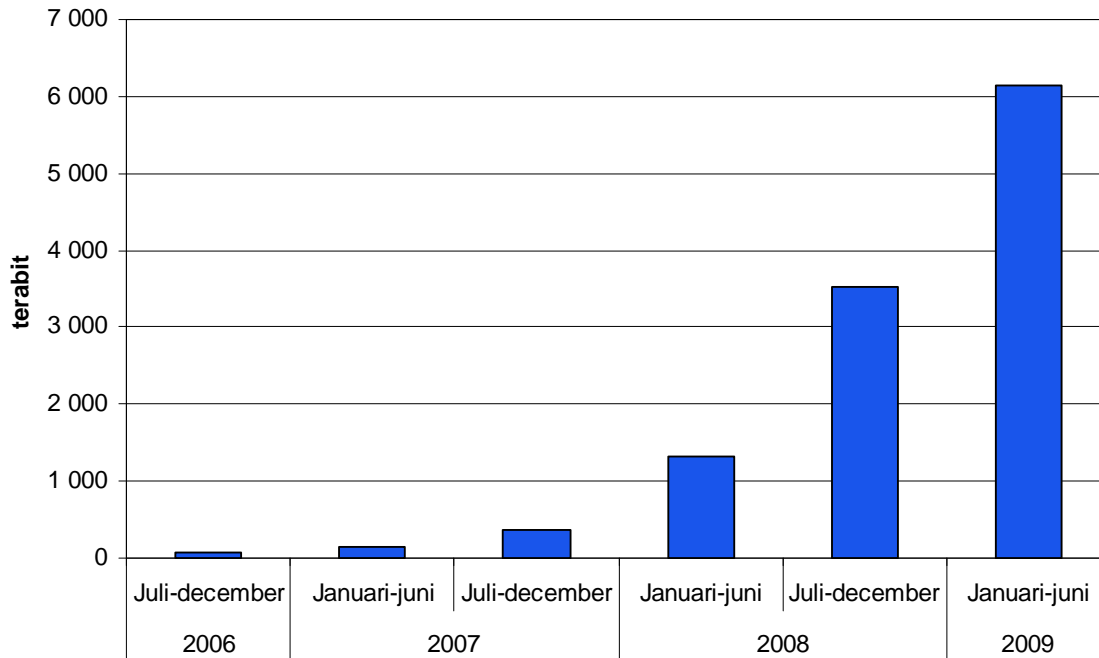
Figur 5. Sända SMS- och MMS-meddelanden åren 2006–2009.

År	2006	2007		2008		2009
Tidpunkt	Juli-december	Januari-juni	Juli-december	Januari-juni	Juli-december	Juli-december
SMS (milj. st.)	1 552	1 543	1 645	1 668	1 818	1 845
MMS (milj. st.)	13	13	17	18	18	20

Tabell 3. Sända SMS- och MMS-meddelanden åren 2006–2009.

Mängden data som överfördes i mobilnätet ökade över 70 procent jämfört med den datamängd som överfördes under det andra halvåret 2008. Under det första halvåret 2009 överfördes omkring 6 100 terabit data. Räknad per varje mobil bredbandsanslutning motsvarar den över-

förda datamängden en överföringsmängd på drygt 1 500 megabit i månaden, dvs. ungefär datamängden på två normala CD-skivor. Dataöverföringstjänster i mobilnätet användes sammanlagt i cirka 2,5 miljoner mobilabonnemang.



Figur 6. Datatrafikmängden som överförs i mobilnäten åren 2006–2009 (Dataöverföringsmängden för det andra halvåret 2008 som publicerades i årsöversikten 2008 har korrigerats).

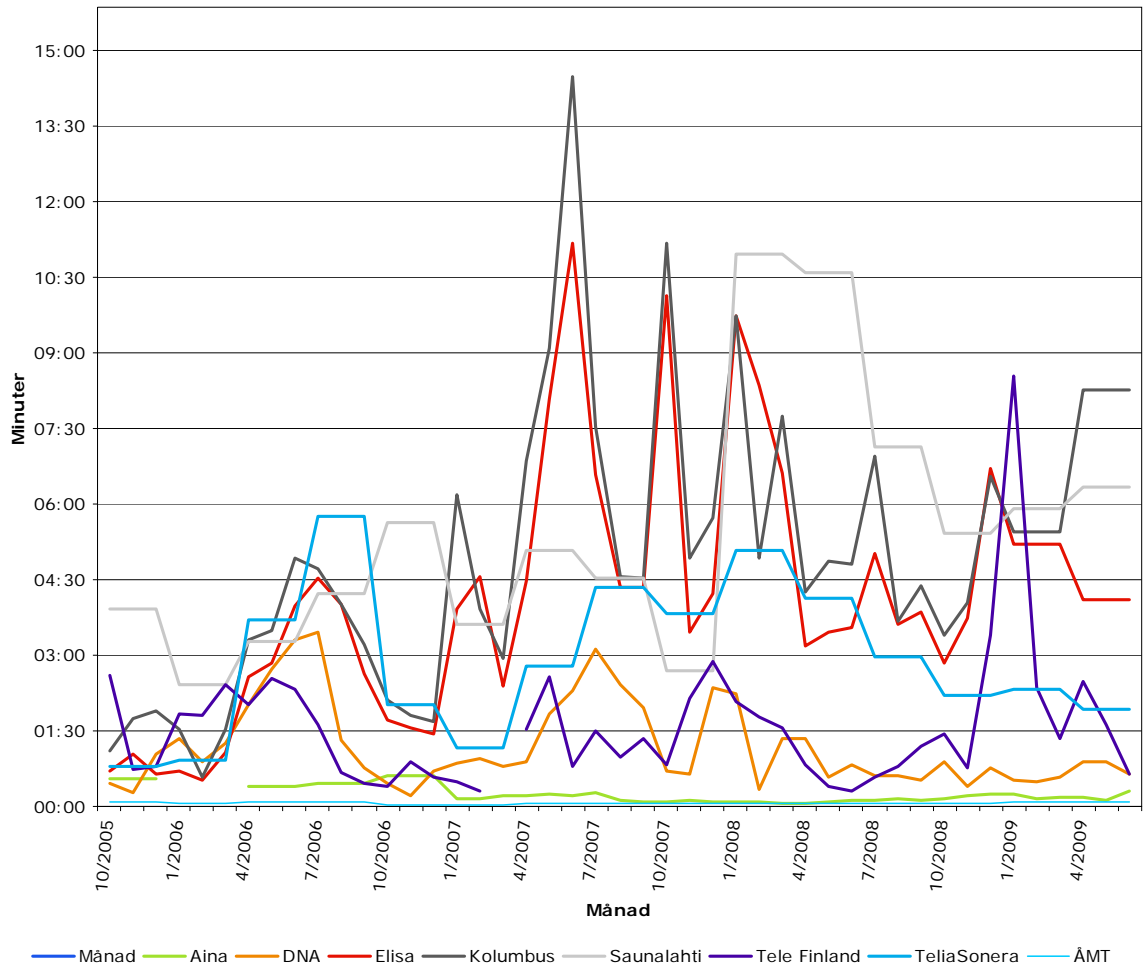
I slutet av juni 2009 fanns det nästan 1,2 miljoner gällande uppbidningsavtal. Uppbindningsabonnemangen utgjorde omkring 16 procent av alla mobilabonnemang. Antalet 3G-kapabla terminalutrustningar i mobilnätet hade ökat och uppgick till nästan 2,5 miljoner. Siffran omfattar alla terminalutrustningar som fungerar i 3G-nätet, både sådana som paketerats med abonnemanget och sådana som skaffats separat.

Antalet porterade nummer ökade under första halvåret 2009 med omkring 40 procent jämfört med motsvarande period året innan. Enligt Numpac Oy:s porteringsstatistik porterades cirka 310 000 mobilnummer under det första halvåret 2009. I förhållande till antalet abonnemang porterades 4,2 nummer per hundra abonne-

mang jämfört med 3,4 porteringar under motsvarande period 2008.

Kvaliteten på kundtjänsten hos mobiloperatörerna

Under det första och andra kvartalet 2009 har Ålands Mobiltelefon Ab:s, Globetel Oy:s, Aina Group Oy:s, DNA:s och Cubio Oy:s svarstider regelbundet varit i genomsnitt under en minut. Kundenservice genomsnittliga svarstider hade förbättrats med minst 25 procent för DNA, Elisa, Kolumbus, Saunalahti Group Oy och Telia-Sonera jämfört med det sämsta värdet år 2008. Tele Finland hade problem ännu i början av år 2009, men i juni 2009 hade den genomsnittliga svarstiden inom bolagets kundservice förbättrats och var under en minut.



Figur 7. Svarstider för mobiloperatörernas kundtjänst.

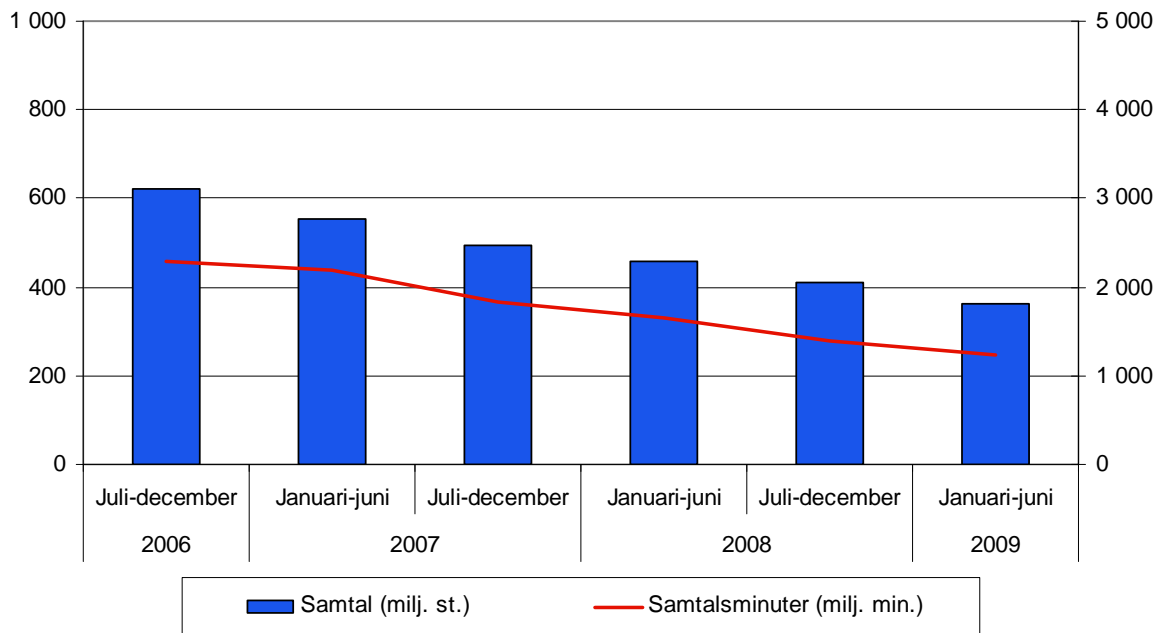
Tjänsterna i det fasta telefnätet

Anslutningar i det fasta telefnätet minskade med drygt sju procent under det första halvåret 2009. Det fanns cirka 1,53 miljoner anslutningar i slutet av juni. Samtalsvolym och samtalsminuter minskade ännu kraftigare. Såväl samtalen som ringdes i det fasta nätet som samtalsminuterna minskade med cirka 12 procent jämfört med det föregående halvåret.

Jämfört med motsvarande period föregående år har samtalsminuterna sjunkit med en knapp fjärdedel och samtalsvolymen med en dryg femtedel. Marknadsandelarna för de traditionella operatörerna i det fasta nätet förändrades inte betydligt, även om TeliaSoneras anslutningsmängd minskade något mer än hos de andra stora operatörerna.

År	2006	2007		2008		2009
Tidpunkt	Juli-december	Januari-juni	Juli-december	Januari-juni	Juli-december	Juli-december
Fasta anslutningar	1 920 000	1 830 000	1 740 000	1 650 000	1 650 000	1 530 000
Samtal (antal)	620 000 000	553 000 000	495 000 000	458 000 000	409 000 000	363 000 000
Samtalsminuter (milj. min.)	2 298 000 000	2 198 000 000	1 827 000 000	1 644 000 000	1 396 000 000	1 244 000 000

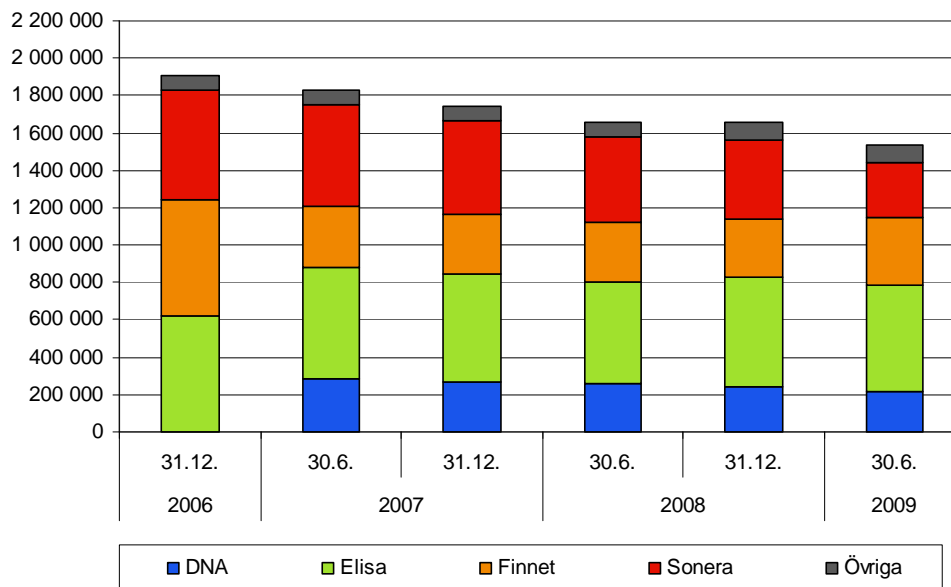
Tabell 4. Utvecklingen av anslutningar och samtalsvolymen i det fasta telefnätet 2006–2009.



Figur 8. Samtal i det fasta telefonnätet 2006–2009.

Elisas marknadsandel var cirka 37 procent, TeliaSoneras omkring 24 procent, Finnet-gruppens cirka 19 procent och DNA:s cirka 14 procent. Den sammanlag-

da marknadsandelen för övriga operatörer uppvisade en liten tillväxt och uppgick till ungefär sex procent vid utgången av juni.



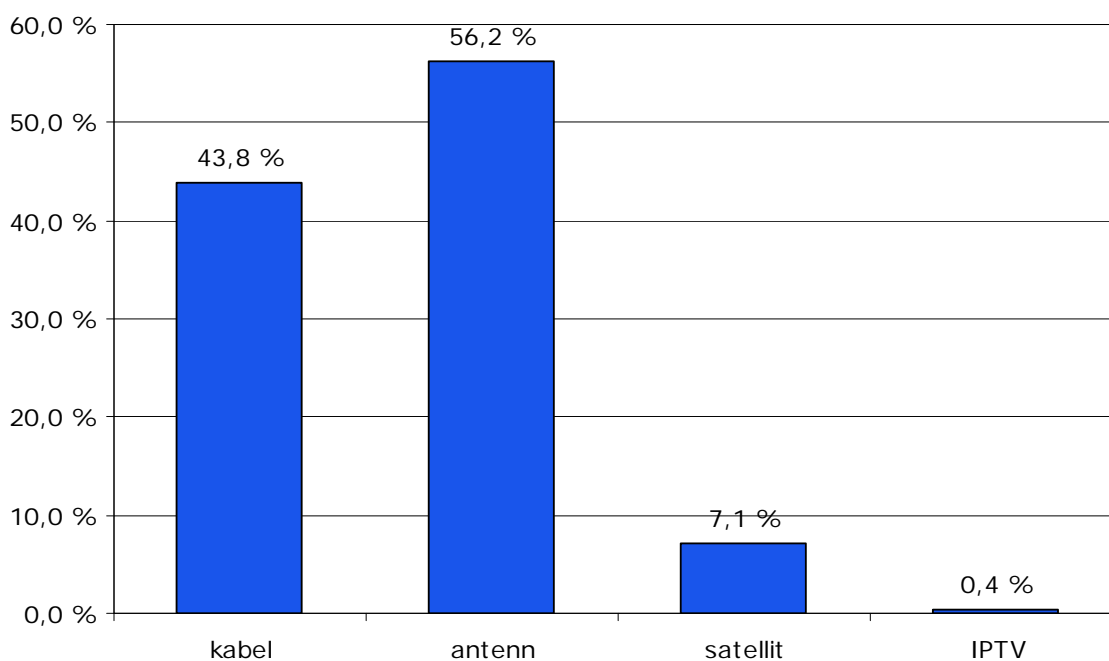
Figur 9. Anslutningar i det fasta nätet och operatörsgруппernas marknadsandelar 2006–2009.

TELEVISIONSVERKSAMHET

Mottagning av televisionssändningar

Antalet tv-hushåll låg i maj–juni 2009 på samma nivå som vid utgången av år 2008. Andelen hushåll som förblir utanför tv-hushållen var ungefär åtta procent vid båda tidpunkterna. Cirka 44 procent av tv-hushållen uppgav att de mottar televisionssändningar via kabeltelevisionen. Övriga 56 procent av alla som svarade uppgav att de mottar sändningar i första

hand via det markbundna antennnätet samt med övriga tekniker, som till exempel satellitantenn. Mindre än en procent av tv-hushållen följde med televisionssändningarna via IPTV, dvs. via bredbandsförbindelse. Det bör observeras att det är möjligt att ta emot televisionssändningar på flera olika sätt i samma hushåll.

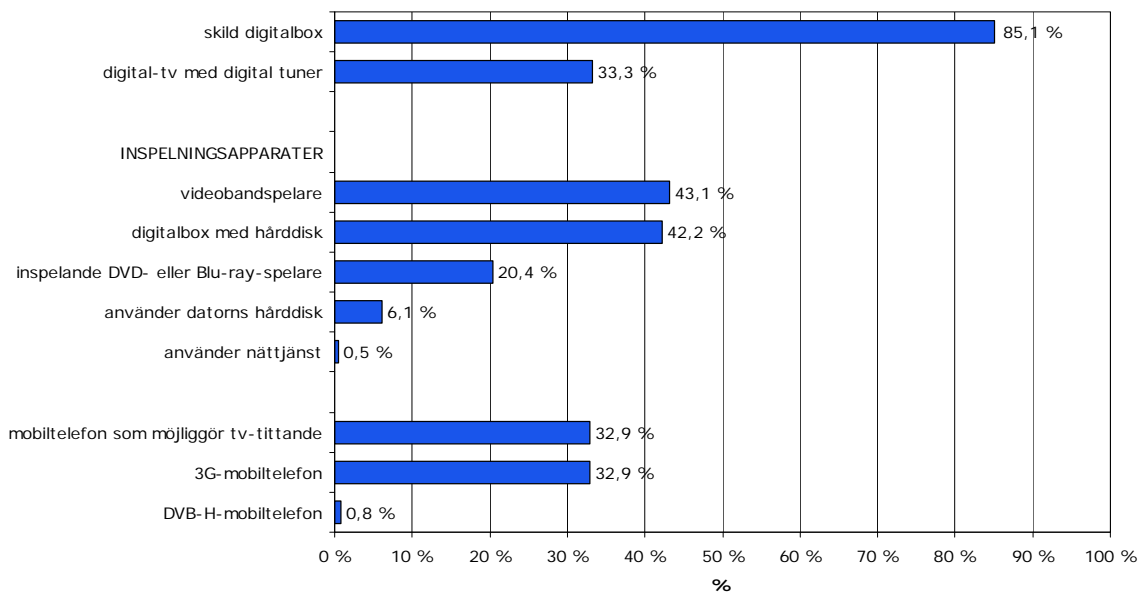


Figur 10. Mottagning av televisionssändningar i maj–juni 2009 (andel av tv-hushåll, Källa: Finnpanel Oy).

Antalet televisionsskärmar försedda med en digital tuner, dvs. så kallade integrerade televisionsskärmar hade fortsatt att öka från 25 procent vid årsskiftet till 33 procent. En separat digitalbox hade dock fortfarande behållit sin ställning som den allmänaste digitala mottagaren. I maj–juni hade 85 procent av tv-hushållen en separat digitalbox. Många finländare hade också möjlighet att titta på televisionsprogram via mobiltelefonen. Cirka 33 procent av tv-hushållen uppgav att de äger en mobiltelefon som stöder tv-tittande. I siff-

ran ingår mobiltelefoner som möjliggör mottagning av televisionssändningar som överförs antingen via det markbundna antennnätet (DVB-H) eller i mobilnätet.

En inspelande digitalbox fanns redan i nästan lika många hushåll som en videobandspelare. 43 procent av tv-hushållen hade videobandspelare och 42 procent av tv-hushållen hade digitalboxar försedda med hårddisk. Dessutom hade redan 20 procent av tv-hushållen en inspelande DVD- eller Blu-ray-spelare.



Figur 11. Förekomsten av digitalanordning i tv-hushåll i maj-juni 2009 (felmarginalen högst $\pm 2,7$ %, Källa: Finnpanel Oy).

HD-beredskap, dvs. möjlighet att ta emot televisionssändningar med högupplösningsteknik har småningom blivit vanligare i de finländska tv-hushållen. Vid månadskiftet maj-juni 2009 hade cirka 27 procent av tv-hushållen en platt tv med

högupplösningsskärm. Däremot var det inte alls lika många hushåll som hade en digitalbox med högupplösningstuner, eftersom en sådan endast fanns i sex procent av tv-hushållen.

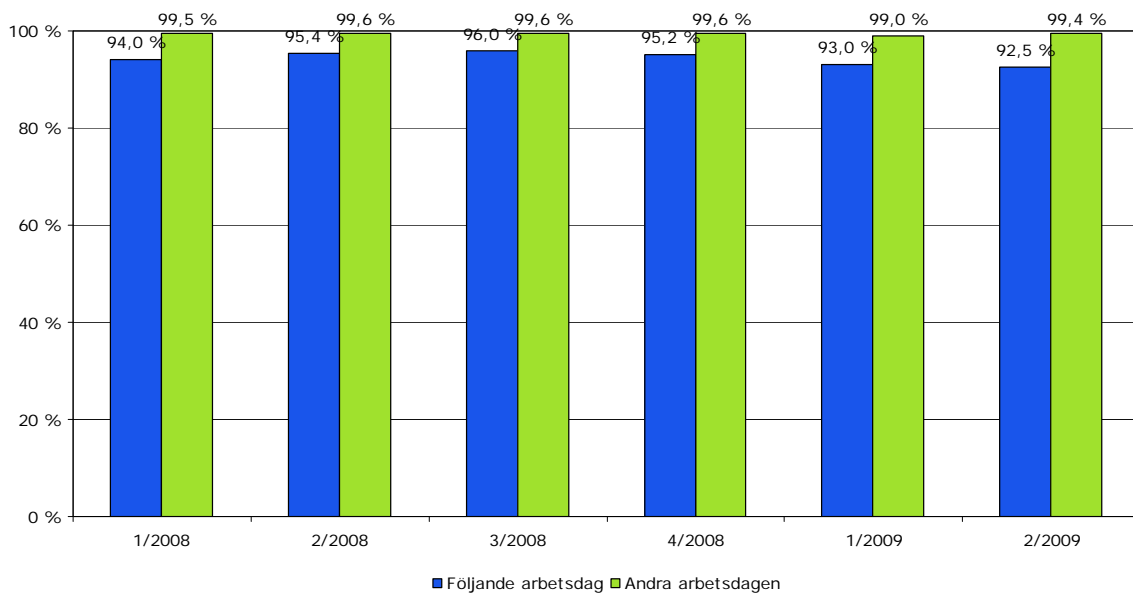
POSTVERKSAMHET

Transporthastighet för 1:a klass brev

Inhemska brevfrändelser som ingår i de samhällsomfattande tjänsterna och som har inlämnats till ett postföretag för utdelning följande arbetsdag (dvs. så kallat 1:a klass brev), ska utdelas så att minst 85 procent av frändelserna är framme följande arbetsdag och minst 98 procent senast den andra arbetsdagen. Denna kvalitetsstandard för samhällsomfattande tjänster i Finland grundar sig på lagen om ändring av lagen om posttjänster från år 2005. Syftet med lagändringen var att möjliggöra tidigare utdelning i glesbygder. Kommunikationsverket förutsätter att brevens transporthastighet trots ändringen av lagen om posttjänster förblir på samma nivå som innan lagen trädde i kraft på alla de områden, där tidigare utdelning inte har verkställts. För dessa om-

råden innebär detta att 95 procent av breven som sänts ska vara framme den första arbetsdagen efter sändningen.

Itella Abp övervakar transporthastigheten för 1:a klass brev med hjälp av en fortgående panelundersökning. År 2008 utdelades i genomsnitt 95 procent av 1:a klass breven följande arbetsdag efter att de sänts. Av 1:a klass breven utdelades i genomsnitt 99,5 procent senast den andra dagen efter att de sänts år 2008. Under de två första kvartalen 2009 utdelades i genomsnitt 93 procent av 1:a klass breven den följande arbetsdagen efter sändningen och i genomsnitt cirka 99 procent av breven hade utdelats senast den andra arbetsdagen efter sändningen.



Figur 12. Transporthastighet för 1:a klass brev (kumulativt resultat, Källa: Itella Abp/Add Value Research Oy och Tietokiila Oy).

UPPFÖLJNING AV INVESTERINGAR

Målgruppen för Kommunikationsverkets investeringsuppföljning är alla teleföretag i Finland. För närmare granskning har i denna marknadsöversikt valts de största företagen inom telekommunikation, mätt i televerksamhetens omsättning och totalomsättning. Omsättningen av televerksamheten hos dessa elva största företag utgör över 90 procent av omsättningen av televerksamheten hos alla finländska teleföretag. Det är alltså möjligt att på basis av dem dra slutsatser om investeringsbeteendet inom hela branschen.

Dessa elva företag är ordnade efter total omsättning: TeliaSonera Finland Oyj (nedan TSF), Elisa Abp (Elisa), DNA-koncernen (DNA), Sanoma Television Oy (Sanoma), Anvia-koncernen (Anvia), Digita Ab (Digita), AinaCom Oy (Aina), TDC Oy Finland (TDC), Pohjanmaan Puhelin PPO-koncernen (PPO), Kymen Puhelin Oy (KYMP), och Salon Seudun Puhelin-koncernen (SSP). Kommunikationsverket följer i fortsättningen årligen upp de största företagens investeringsmöjligheter och

-behov och utvecklingen av dem. Investeringarna omfattar företagets alla bokförda investeringar brutto och de har inte delats upp i materiella och immateriella investeringar.

Televerksamhet är till sin natur mycket investeringsintensiv, och investeringsgraden hos företagen i branschen är hög, dvs. investeringarna är mycket stora i förhållande till omsättningen. Enligt Balance Consultings uppgifter om telekommunikationsområdet var medianen för de finländska teleföretagens investeringsgrad 11,3 procent år 2008, då medianen för investeringsgraden för alla företag i Finland var 1,2 procent.

De centrala bokslutsuppgifterna och nyckeltalen med tanke på investeringarna inom branschen härrör från Balance Consultings justerade bokslutsanalyser. Kreditklassificeringarna baserar sig på Suomen Asiakastieto Oy:s Rating Alfa-rapport 2.9.2009.

Bokslutsuppgifter 2008, milj.€	TSF ¹	Elisa	DNA	Sanoma	Anvia	Digita ²	Aina	TDC ³	PPO	KYMP	SSP
omsättning	2 915	1 485	647	140	95	91	87	85	41	41	33
investeringar, 3 års medelvärde	585	199	85	14	16	21	4	8	24	5	21
investeringsgrad, 3 års medelvärde	22 %	13 %	16 %	10 %	19 %	20 %	5 %	10 %	67 %	14 %	57 %
planenliga avskrivningar	415	207	97	10	12	8	4	10	6	5	3
bokslutets resultat	1 045	176	47	22	13	8	-5	7	7	2	2
balansvärde	8 070	2 031	912	127	167	164	48	81	164	65	88
finansieringsresultat	1 448	389	144	31	20	40	-1	14	15	7	5
balanssubstans	6 040	873	553	87	88	129	3	54	130	54	81
nettoskulder med ränta	64	812	129	..	-55	-30	13	2	-12	-22	-37
avkastning på investerat kapital	20 %	16 %	10 %	24 %	8 %	30 %	-27 %	8 %	7 %	5 %	8 %
självförsörjningsgrad	82 %	43 %	61 %	73 %	81 %	79 %	13 %	73 %	89 %	84 %	92 %
omsättningens tillväxt %, 3 års medelvärde	5 %	4 %	21 %	30 %	9 %	1 %	32 %	4 %	9 %	7 %	-5 %
kreditklassificering	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	A	AA+	AAA	AAA	AAA

Tabell 5. Bokslutsuppgifterna för år 2008 för de största teleföretagen samt kreditklassificeringarna, (Källa: Balance Consulting och Suomen Asiakastieto Oy). ¹TeliaSonera Finland Oyj:s senaste tillbudsstående bokslut är för perioden 1.1–31.12.2007. I koncernbokslutet ingår bolag i vilka moderbolaget TeliaSonera Finland Oyj direkt eller indirekt äger aktier som motsvarar mer än 50 % av rösterna samt andelarna enligt huvudandelsmetoden i de bolag i vilka moderbolaget äger aktier som motsvarar 20–50 % av rösterna. ²Digita Ab:s senaste tillgängliga bokslut är för perioden 1.4.2007–31.3.2008. ³TDC Oy:s investeringar och omsättningar år 2006 baserar sig på TDC Song Oy:s bokslutsuppgifter.

Så gott som alla elva företag hade mycket god lönsamhet, självförsörjningsgrad och kreditklassificering. Av de granskade företagen var Aina det enda som uppvisade ett förlustresultat. PPO och SSP hade gjort de klart största investeringarna i förhållande till omsättningen under de senaste tre åren. Det är anmärkningsvärt att näs-

tan alla företagen har en stark substans i balansräkningen som beskriver företagets egna tillgångar. En stark substans i balansräkningen fungerar som en buffert mot förluster under dåliga år, dvs. vid eventuella på varandra följande förlustbringande perioder.

Balance Statistics uppgifter om branschen år 2008	Median för telekommunikationsbranschen	Median för alla företag
investeringsgrad, 3 års medelvärde	11,9 %	1,3 %
avkastning på investerat kapital	7,6 %	17,2 %
självförsörjningsgrad	78,9 %	45,2 %
omsättningens tillväxt %, 3 års medelvärde	3,4 %	6,6 %

Tabell 6. Nyckeltal i boksluten inom telekommunikation och hos alla finländska företag 2008 (Källa: Balance Consulting). I tabellen finns medianer för nyckeltalen och investeringsgraden både inom telekommunikation och jämfört med alla företag i enlighet med Balance Consultings statistik.

Investeringsmöjligheterna hos de elva företagen har bedömts så att företagets penningbelopp har jämförts med de genomsnittliga investeringar som företaget har gjort under de senaste tre åren. Ju

mer pengar företaget har till sitt förfogande jämfört med tidigare investeringar, desto bättre är företagets möjligheter att göra investeringar. Penningbeloppet har beräknats med följande formel:

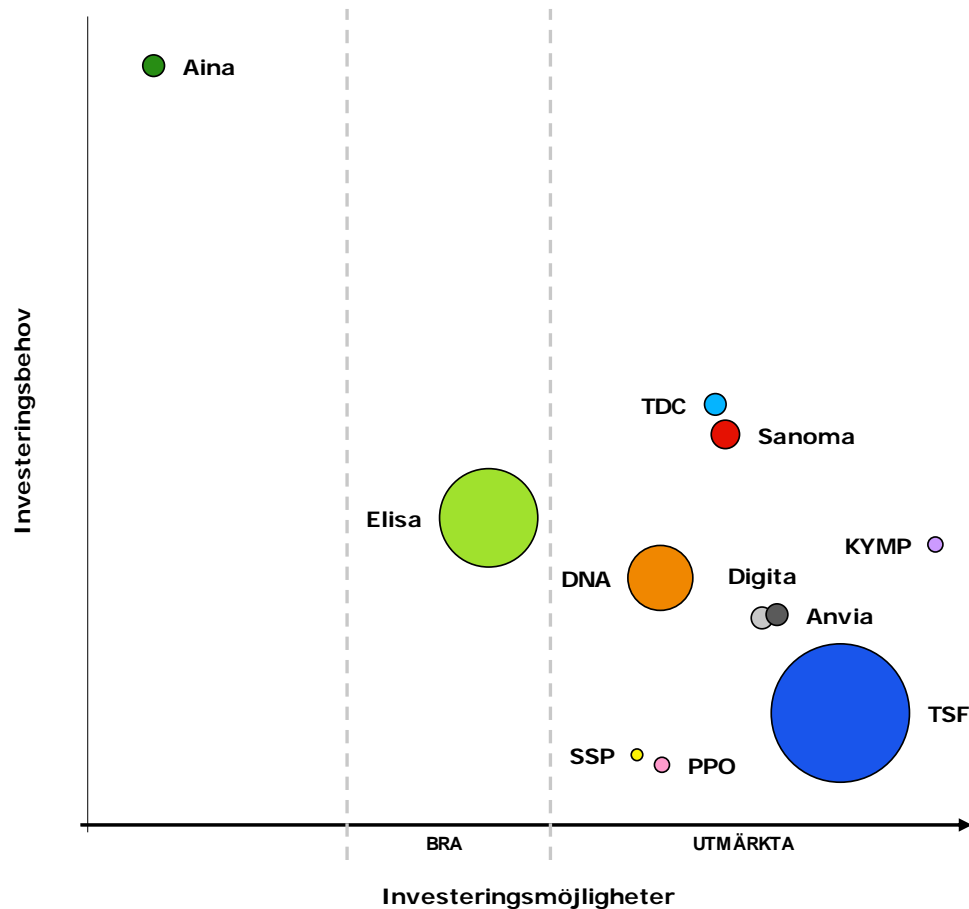
Penningbelopp = finansieringsresultat + substans i balansräkningen – nettoskulder med ränta - kalkylerad avkastningsandel till ägarna (10 % av balanssubstansen).

Investeringsbehovet kan bedömas med ett relationstal där den genomsnittliga medianen för investeringsgraden inom branschen för föregående tre år jämförs med företagets egen genomsnittliga investeringsgrad för tre år. Ju större investeringsgrad branschen har i jämförelse med företagets egen investeringsgrad, desto större är företagets investeringsbehov.

Det är skäl att beakta att de valda mätarna är riktgivande. Syftet med dem är att ge en så enkel men ändå så beskrivande uppfattning som möjligt om teleföretagens investeringsmöjligheter och -behov. Mätarna har utvecklats i samarbete med Balance Consulting för Kommunikationsverkets behov när det följer upp utvecklingen av investeringarna.

Nyckeltal över investeringsmöjligheter och -behov år 2008	TSF	Elisa	DNA	Sanoma ¹	Anvia	Digita	Aina	TDC	PPO	KYMP	SSP
investeringsmöjligheter	11,7	1,8	6,0	7,9	9,5	9,0	-3,1	7,6	6,0	15,1	5,4
investeringsbehov	0,1	0,9	0,7	1,2	0,6	0,6	2,3	1,2	0,2	0,8	0,2

Tabell 7. De största teleföretagens investeringsmöjligheter och -behov (klassificering av investeringsmöjligheter: under 0,5 mycket svåra, 0,5–1 svåra, 1–1,5 rimliga, 1,5–2 goda och över 2,5 mycket goda, klassificering av investeringsbehov: under 0,7 små, 0,7–1,5 rimliga och över 1,5 stora. ¹Från Sanoma Television Oy:s uppgifter saknas räntebärande nettoskulder, varför de antas vara lika med noll).



Figur 13. Teleföretagens investeringsmöjligheter och investeringsbehov.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att nästan alla de elva utvalda största teleföretagen har mycket bra finansiella möjligheter att göra investeringar. Aina fördubblade sin omsättning år 2007, och för tillfället är företagets investeringsmöjligheter med de använda mätarna klart sämre än hos de andra företagen.

Inom telekommunikation sker investeringarna i cykler och därför varierar investeringsbehoven. Om företaget nyligen har gjort stora investeringar, är det kanske inte nödvändigt att göra några andra investeringar än de nödvändiga ersättningsinvesteringarna inom den närmaste framtiden. Exempelvis SSP har år 2007 gjort investeringar som motsvarar 1,5 gånger koncernens omsättning (160 %) och år 2008 var dess investeringar unge-

fär en tredjedel (36 %) i proportion till omsättningen. Av denna anledning kan det uppskattas att företaget inte har några stora investeringsbehov för tillfället, även om det i likhet med övriga teleföretag fortfarande har mycket goda finansiella möjligheter att göra investeringar. Aina, Sanoma och TDC har de största investeringsbehoven.

Företagens goda finansiella möjligheter utgör dock inte ensamma någon garanti för investeringar, eftersom genomförandet av investeringar också är beroende av många andra faktorer som ansluter sig till företagets egen strategi och verksamhetsmiljö. Innan företagen realiserar några nya investeringar ska de naturligtvis också vara övertygade om att investeringarna är lönsamma.

Kontaktinformation

Pb 313

Östersjögatan 3A

00181 Helsingfors

tfn 09 69 661

fax 09 6966 410

www.ficora.fi