

Moda na telefony komórkowe nie przemija. Wzrost zamożności społeczeństwa oraz świadomości technologicznej napędzają sprzedaż. Nic dziwnego, że jak grzyby po deszczu powstają wciąż nowe placówki, gdzie można kupić, sprzedać lub wymienić nową albo używaną komórkę. Sprawdźmy, czy na tym, wydawałoby się, nieskomplikowanym biznesie można zarobić.

Rynek GSM w Polsce

Począwszy od roku 1995, kiedy to ówczesne Ministerstwo Łączności ogłosiło przetarg na budowę dwóch sieci w standardzie GSM, branża telekomunikacyjna w Polsce należy do najszybciej rozwijających się gałęzi usług w kraju. W jej skład, poza usługą telefonii komórkowej, wchodzi także: usługi telefonii stacjonarnej, internet oraz usługi pokrewne. Rynek usług telefonii komórkowej podzieliło między siebie 4 największych graczy:

Operator	Liczba użytkowników (w mln)
PTK Centertel (Orange)	14,65
Polkomtel (Plus)	14,1
Polska Telefonia Cyfrowa (T-Mobile)	14,1
Play	6,5

Oprócz nich istnieją tak zwani operatorzy wirtualni, korzystający z infrastruktury większych podmiotów:

- MBank mobile
- MNI
- Mobilking
- Carrefour Mova
- Aster Sp. Z.o.
- Cyfrowy Polsat
- Netia
- TuBiedronka
- GaduAIR
- WRodzinie
- FM Group Mobile
- Inea
- Diallo
- Hyperfonia
- FreeM

Jak widać, rynek usług telekomunikacyjnych jest w naszym kraju bardzo nasycony. Operatorzy zdobywają z każdym rokiem coraz mniej nowych klientów. Ich działania są skupione przede wszystkim na pozyskiwaniu klientów sieci konkurencyjnych. Taka zmiana operatora wiąże się najczęściej ze zmianą telefonu, który często bywa kartą przetargową podczas kuszenia klientów innych sieci. Oznacza to, że liczba aparatów na rynku wtórnym będzie dzięki temu wciąż znaczna. Już dawno liczba aktywnych telefonów komórkowych przekroczyła liczbę mieszkańców Polski. Po IV kwartale 2011 r. wyniosła ona 50,7 mln. Z raportu Audytel wynika, że w roku 2012 przybędzie 1,7 mln nowych użytkowników telefonów komórkowych.