



Viestintävirasto

Markkinakatsaus

2/2008



Markkinakatsaus 2/2008

Markkinat ja investoinnit

11.09.2008

Johdanto

Viestintäviraston markkinakatsaus 2/2008 esittelee keskeisimpiä ja ajankohtaisimpia Suomen viestintämarkkinoita kuvaavia markkinatietoja. Perinteisten puhelu- ja laajakaistamarkkinoita kuvaavien tunnuslukujen lisäksi katsaukseen sisältyy ajankohtaisia tilastotietoja media- ja postimarkkinoilta.

Markkinakatsauksessa 2/2008 esitellään ensimmäistä kertaa tietoja teleyritysten investointimahdollisuuksista ja -tarpeista. Syksyllä 2006 Viestintävirasto teki selvityksen teleyritysten investoinneista ja niihin vaikuttavista tekijöistä. Investointiselvityksessä todettiin, että teleyritysten investointien säännöllinen seuraaminen on

tarpeen. Investointeja käsittelevässä osiossa tarkastellaan teletoinnin liikevaihdon mukaan laskettuna kymmenen suurimman yrityksen investointimahdollisuuksia ja -tarpeita. Lisäksi teleyritysten investointikäyttäytymistä ja siihen vaikuttavia keskeisiä tunnuslukuja verrataan oman toimialan ja kaikkien yritysten mediaanilukuihin.

Markkinakatsaus perustuu Viestintäviraston teleyrityksiltä ja julkisista lähteistä keräämään tietoon. Investointiseurannassa käytetyt oikaistut tilinpäätöstiedot Viestintävirasto on saanut Balance Consulting Oy:ltä ja luottoluokitukset Suomen Asiakastieto Oy:ltä.

Laajakaistapalvelut

Laajakaistaliittymien määrä jatkoi kasvuun. Vuoden 2008 ensimmäisen puoliskon jälkeen Suomessa oli yhteensä noin 1 923 300 laajakaistaliittymää sisältäen sekä kotitalousasiakkaiden että yritysasiakkaiden laajakaistaliittymät. Liittymämäärä

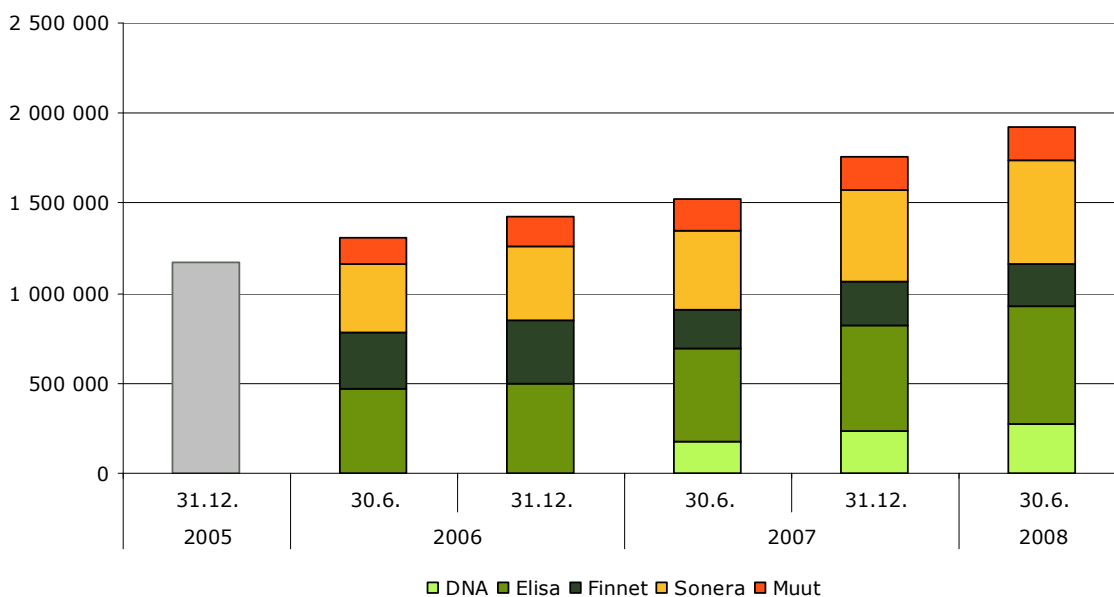
kasvoi puolen vuoden aikana reilulla 160 000 liittymällä eli noin yhdeksällä prosentilla. Pääasiallisesti kasvu selittyi matkaviestinverkoissa toteutettujen mobiililaajakaistojen liittymämäärän kasvulla.

Vuosi	2005		2006		2007		2008
Ajankohta	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	30.6.
DSL		1 066 100	1 161 100	1 210 900	1 270 500	1 270 100	1 270 100
Kiinteistö- ja taloyhtiöliittymä		69 900	72 900	98 100	114 000	104 600	104 600
Kaapelimodeemi		161 500	181 100	192 900	209 600	212 900	212 900
Mobiililaajakaista					143 100	307 100	307 100
Langaton laajakaista					15 300	19 600	19 600
Muu		12 400	13 800	18 300	7 700	9 000	9 000
Yhteensä	1 174 115	1 309 900	1 428 900	1 520 200	1 760 200	1 923 300	1 923 300

Taulukko 1. Laajakaistaliittymien kehitys 2005–2008 liittymätyypeittäin.

Vuoden 2008 ensimmäisen puolivuosisikauden lopussa Elisa säilytti markkinajohtajan aseman laajakaistaliittymissä. Markkinaosuuksissa ei kärkeksikon osalta tapahtunut muutoksia. Elisan markkinaosuus säilyi noin 34 prosentissa ja TeliaSoneran 29 prosentissa. DNA:n markkinaosuus kasvoi prosentilla vuoden 2007 lopun ti-

lanteesta ja oli 14 prosenttia. Vastaavasti Finnet-ryhmän markkinaosuus laski prosentilla 13 prosenttiin. Muiden tarjoajien osuus säilyi noin kymmenessä prosentissa. Muista laajakaistayrityksistä suurimpana säilyi pääosin kaapeliverkossa laajakaistaliittymiä tarjoava Welho.

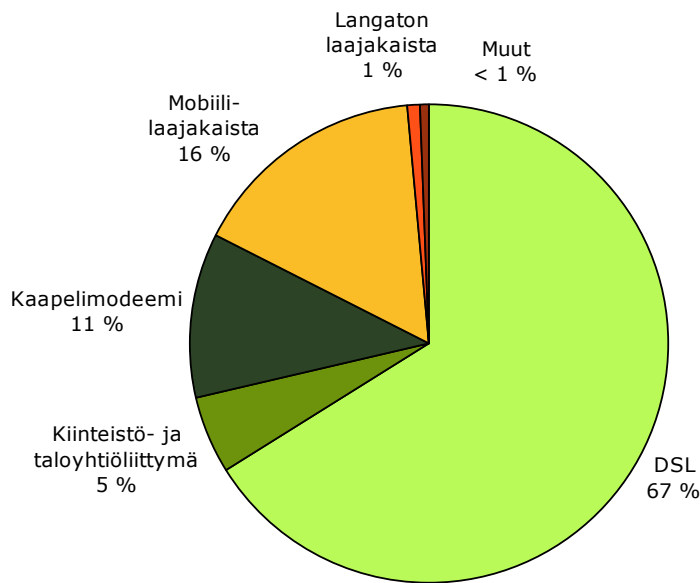


Kuvio 1. Laajakaistaliittymät ja operaattoriryhmien markkinaosuudet 2005–2008.

Vuoden 2008 ensimmäisen puolivuotis-
kauden lopussa kaikista laajakaistaliittymistä noin 46 prosenttia oli yhteysnopeudeltaan 2 Mbit/s tai sitä nopeampia. Lukuun eivät sisälly mobiililaajakaistaliittymät. Tasan tai yli 10 Mbit/s laajakaistaliittymiä oli kesäkuun lopussa noin kuusi prosenttia kaikista laajakaistaliittymistä. Valtaosa kiinteistä laajakaistaliittymistä oli siis nopeudeltaan yhä alle 2 Mbit/s.

ADSL-tekniikkaan tai muuhun DSL-tekniikkaan perustuva liittymä säilytti asemansa suosituimpana laajakaistaliittymätyyppinä. DSL-tekniikkaan perustuvia liittymiä oli kesäkuun lopussa noin 67 prosenttia kaikista laajakaistaliittymistä. DSL-

tekniikkaan perustuvista liittymistä noin 77 prosenttia oli kotitalouskäytössä ja 23 prosenttia yrityskäytössä. Toiseksi yleisimmäksi liittymätyypiksi nousi mobiililaajakaistaliittymä, joita oli noin 16 prosenttia kaikista laajakaistaliittymistä. Mobiililaajakaistoja oli kesäkuun 2008 lopussa lähes 310 000 liittymää. Kaapelimodeemiliittymä jäi liittymämäärän kasvusta huolimatta kolmanneksi yleisimmäksi liittymätyypiksi noin 11 prosentin osuudella. Erilaisia kiinteitä langattomia laajakaistaliittymiä oli vuoden ensimmäisen puoliskon lopussa yhteensä vajaat 20 000 kappaletta eli noin prosentin verran kaikista laajakaistaliittymistä.

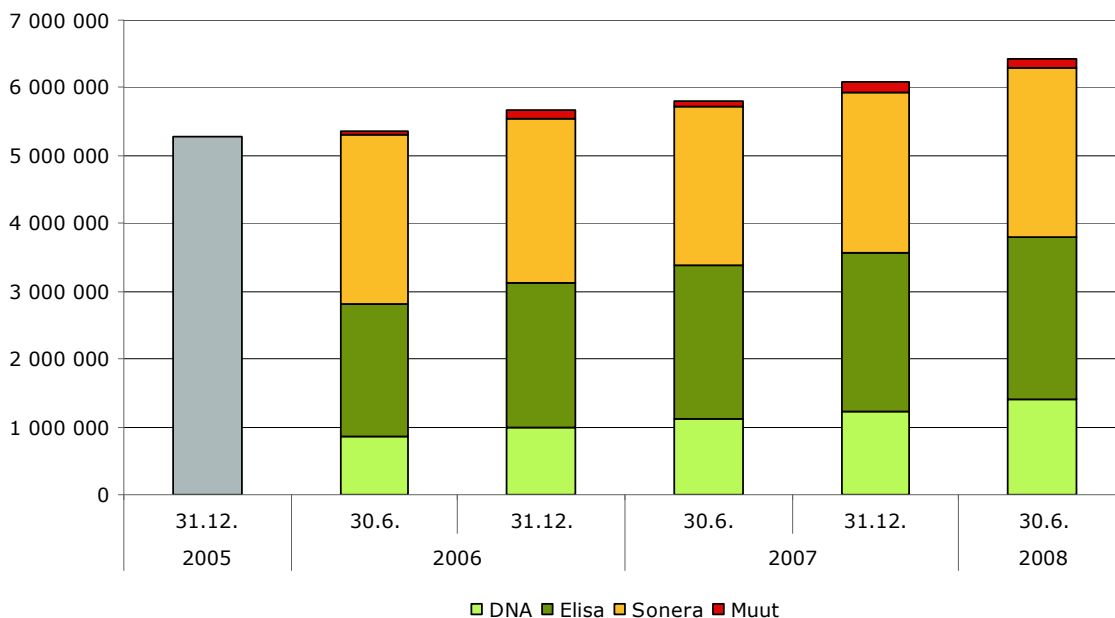


Kuvio 2. Laajakaistaliittymät liittymätyypeittäin 30.6.2008.

Matkaviestinpalvelut

Matkapuhelinliittymien lukumäärä kasvoi vuoden 2008 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana 5,7 prosenttia. Kesäkuun lopussa Suomessa oli jo yli 6,4 miljoonaa liittymää. Suurimpien matkaviestinoperaattoreiden markkinaosuudet jatkoivat tasoit-

tumistaan. Kesäkuun lopussa TeliaSoneran markkinaosuus oli 39 prosenttia, Elisan 37 prosenttia ja DNA:n 22 prosenttia. Pienempien toimijoiden markkinaosuus säilyi yhä noin kahden prosentin tuntumassa.



Kuvio 3. Matkaviestinliittymät ja operaattoriryhmien markkinaosuudet 2005–2008.

Puheluminuutit kasvoivat ensimmäisellä vuosipuoliskolla liittymämäärien tahdissa 5,5 prosenttia, mutta puhelujen kappalemäärä pysyi vuoden 2007 lopun tasolla eli liittymää kohden soitetut puhelut vähenivät ja keskimääräinen puhelun kesto pite-

ni 2 minuuttiin ja 55 sekuntiin. Vuoden 2007 ensimmäiseen vuosipuoliskoon verrattuna puheluminuutit lisääntyivät noin kahdeksalla prosentilla ja puhelumäärät vajaalla kuudella prosentilla.

Vuosi	2006		2007		2008
	Tammi- kesäkuu	Heinä- joulukuu	Tammi- kesäkuu	Heinä- joulukuu	Tammi- kesäkuu
Matkaviestinliittymät	5 360 000	5 670 000	5 810 000	6 080 000	6 430 000
Puhelut (kpl)	2 164 000 000	2 279 000 000	2 342 000 000	2 467 000 000	2 472 000 000
Puheluminuutit	6 090 000 000	6 403 000 000	6 687 000 000	6 859 000 000	7 233 000 000

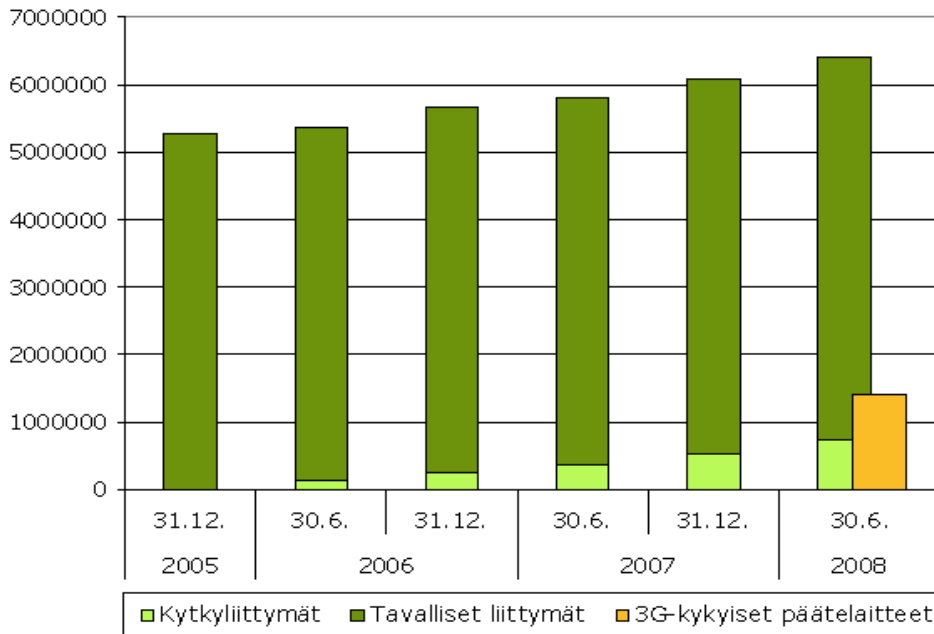
Taulukko 2. Matkaviestinverkon liittymät ja liikenne.

Vuosi	2006		2007		2008
Ajankohta	Tammi- kesäkuu	Heinä- joulukuu	Tammi- kesäkuu	Heinä- joulukuu	Tammi- kesäkuu
Tekstiviestit (SMS)	1 457 000 000	1 552 000 000	1 543 000 000	1 645 000 000	1 667 000 000
Multimediaviestit (MMS)	8 845 000	12 714 000	12 702 000	16 506 000	17 771 000

Taulukko 3. Teksti- ja multimediaviestit.

Myytyjen kytkyliittymien määrä on jatkanut kasvuaan liittymien kokonaisu-myynnin vauhdissa. Kytkeilyttymät muodostivat reilun neljänneksen kaikista ensimmäisen vuosipuoliskon aikana myydyistä liittymistä. Ensimmäisellä vuosipuoliskolla 2008 Suomessa myytiin yli 200 000 kytkyliittymää. Kaikkien 3G-kykyisten päätelaitteiden määrä on kasvanut rajusti ja lähestyy jo 1,5 miljoonaa kappaletta. Tämä luku

sisältää sekä liittymän yhteyteen paketoitua että erikseen hankitut 3G-verkossa toimivat päätelaitteet. Siirrettyjen numeroiden määrä on sen sijaan vähentynyt selvästi sekä viime vuoden lopun tilanteesta että verrattuna vuoden 2007 alkupuoliskoon. Numeroita siirrettiin ensimmäisen vuosipuoliskon aikana noin 220 000 kappaletta (lähde: Numpac Oy).

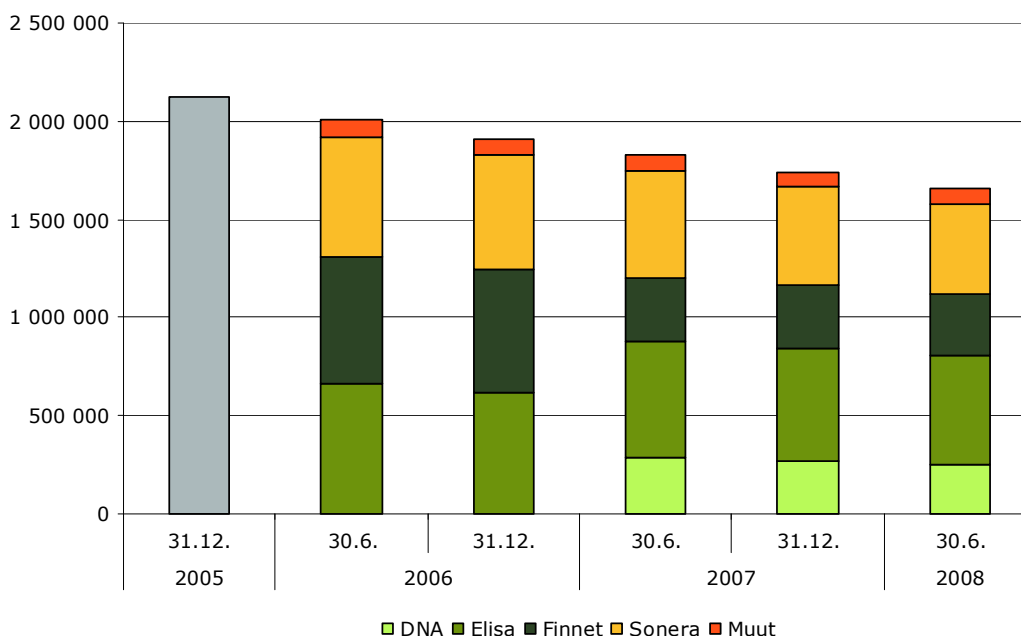


Kuvio 4. 3G-kytkyliittymien osuus muista matkapuhelinliittymistä 2005–2008 ja 3G-kykyisten päätelaitteiden määrä 30.6.2008.

Kiinteän puhelinverkon palvelut

Kiinteän verkon liittymät vähenivät vuoden 2008 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana noin viisi prosenttia. Kesäkuun lopussa liittymiä oli noin 1,65 miljoonaa kappaletta. Puhelumäärät ja -minuutit laskivat vielä rajummin, sillä kiinteässä verkossa soitetut puhelut vähenivät noin seitsemän ja puheluminuutit yli kymmenen prosenttia. Viime vuoden vastaavaan ajanjaksoon verrattuna puheluminuutit

ovat pudonneet neljänneksen ja puhelumäärät 17 prosenttia. Perinteisten kiinteän verkon operaattorien markkinaosuudessa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia, joskin TeliaSoneran liittymämäärät laskivat hieman muita suuria operaattoreita enemmän. Kilpailevien uusien teleyritysten liittymämäärä sen sijaan kasvoi, mikä johtui lähinnä VoIP-palvelujen yleistymisestä.



Kuvio 5. Kiinteän puhelinverkon liittymät ja operaattoriryhmien markkinaosuudet 2005–2008.

VoIP-liittymät lisääntyivät vuoden 2007 lopusta 16 prosentilla ja kesäkuun lopussa 2008 Suomessa oli reilut 25 000 VoIP-liittymää. Luku sisältää ainoastaan teleyritysten loppukäyttäjille tarjoamat ns. puhekaista-tyyppiset laajakaistapuhelinrat-

kaisut, joista voi soittaa yleisen puhelinverkon liittymiin ja joilla voi vastaanottaa puhelua yleisestä puhelinverkosta. Luku ei sisällä yritysasiakkaiden VoIP-puhelinvaihtokaisuja eikä Skype tai MSN Messenger -tyyppistä VoIP-käyttöä.

Vuosi	2006		2007		2008
	Tammikesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammikesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammikesäkuu
Kiinteän verkon liittymät	2 000 000	1 920 000	1 830 000	1 740 000	1 650 000
Puhelut (kpl)	695 000 000	620 000 000	553 000 000	495 000 000	458 000 000
Puheluminuutit	3 046 000 000	2 298 000 000	2 198 000 000	1 827 000 000	1 644 000 000

Taulukko 4. Kiinteän puhelinverkon liittymät ja liikenne.

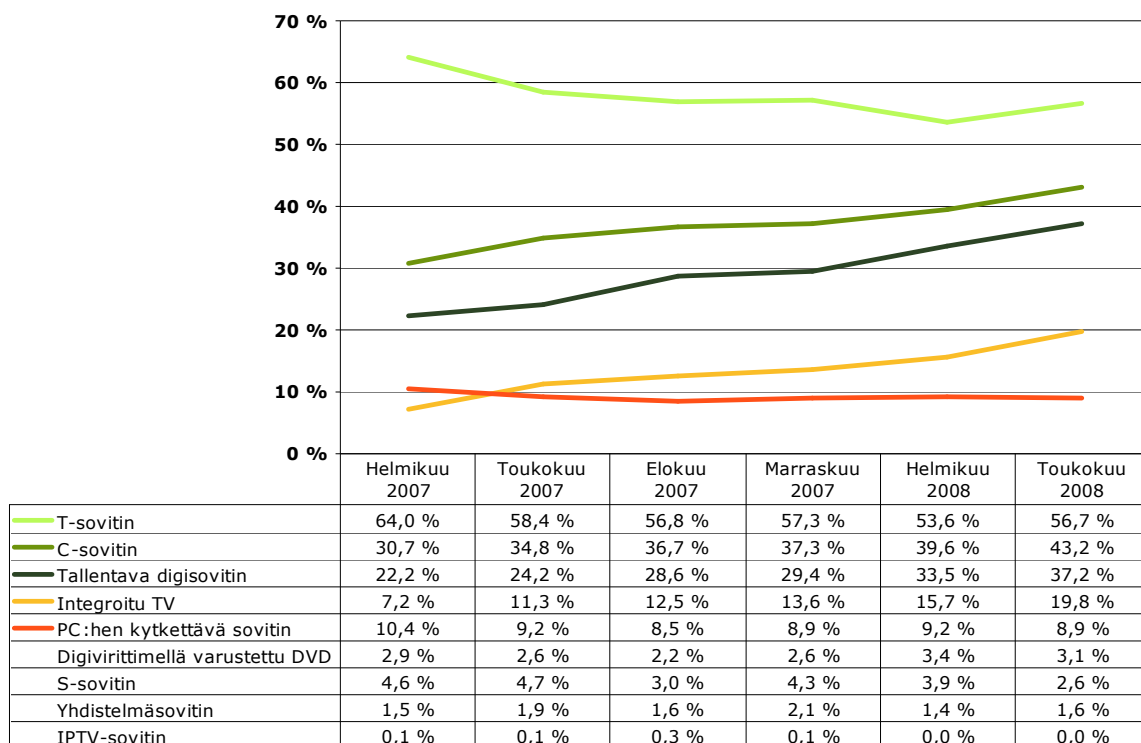
TV- ja radiotoiminta

Televisiolähetysten vastaanottotavat

Suomessa siirryttiin kokonaan digitaalisiin televisiolähetysiin myös kaapeliverkossa maaliskuun 2008 alusta lähtien. Digivastaanottimien levinneisyys televisiotalouksissa oli 99,6 prosenttia toukokuussa 2008, kun se vielä vuoden 2007 lopulla oli 88,9 prosenttia. Maanpäällisten eli antenniverkon lähetysten vastaanottoon käytettäviä T-sovittimia oli lähes 60 prosentilla kaikista televisiotalouksista. Kaapeliverkoissa käytettävien C-sovittimien osuus kasvoi vuoden 2008 ensimmäisellä puoliskolla yli 40 prosenttiin kaapeliverkon digisiirtymän ansiosta. Satelliittilähetysten vastaanottoon käytettävien S-sovittimien osuudessa tapahtui pientä laskua.

Kotitalouksien omistamista erilaisista televisiolähetysten vastaanottolaitteista ovat tasaisella vauhdilla yleistyneet kovalevyllä varustetut sovitimet eli tallentavat digiboksit ja integroidut sovitimet, joilla tarkoitetaan digiviritimellä varustettuja TV-vastaanottimia. Internet-verkon kautta välitettävien televisiolähetysten vastaanottoon tarkoitettujen IPTV-sovittimien käyttö oli Suomessa edelleen hyvin vähäistä vuoden ensimmäisellä puoliskolla.

On syytä huomioida, että samassa kotitaloudessa voi olla useampia erityyppisiä digitaalisten televisiolähetysten vastaanottoon tarkoitettuja sovitimia.



Kuvio 6. Erilaisten digi-TV -laitteiden yleisyys kaikissa television omistavissa kotitalouksissa (virhemarginaali enimmillään ± 3 %). (Lähde: Finnpanel Oy)

Mediamainonta

Vuoden 2008 ensimmäisellä puoliskolla mediamainontaan käytettiin yhteensä noin 634 miljoonaa euroa. Määrä kasvoi 3,3 prosenttia edellisvuoden vastaavaan ajankohtaan nähden. Verkkomainonnan kasvu oli erittäin voimakasta, kuukausittain noin 30 prosentin luokkaa. Sen osuus koko mediamainonnan määrästä on kuitenkin

vain vajaat kuusi prosenttia. Myös televisio- ja radiomainonnan määrä kasvoi alkuvuonna lähes joka kuukausi. Heikoimpana mainoskuukautena, maaliskuussa radiomainonnan määrä kasvoi yhä, vaikka koko mediamainonnan määrässä oli voimakasta laskua.

Kuukausi	Tammikuu	Helmikuu	Maaliskuu	Huhtikuu	Toukokuu	Kesäkuu
Televisio	11,9	14,1	-4,2	1,6	9,6	4,9
Paikallisradiot	20,9	4,0	1,9	5,9	14,9	4,3
Verkkomedia	29,9	32,1	29,3	23,5	28,3	27,2
Mediamainonta yhteensä	7,5	7,1	-7,2	6,7	5,2	3,2

Taulukko 5. Mediamainonnan muutos (%) tammi-kesäkuussa 2008 verrattuna edellisvuoden vastaavaan ajanjaksoon. Kutakin kuukautta verrataan edellisen vuoden vastaavaan kuukauteen. (Lähde: TNS Gallup Oy)

Postitoiminta

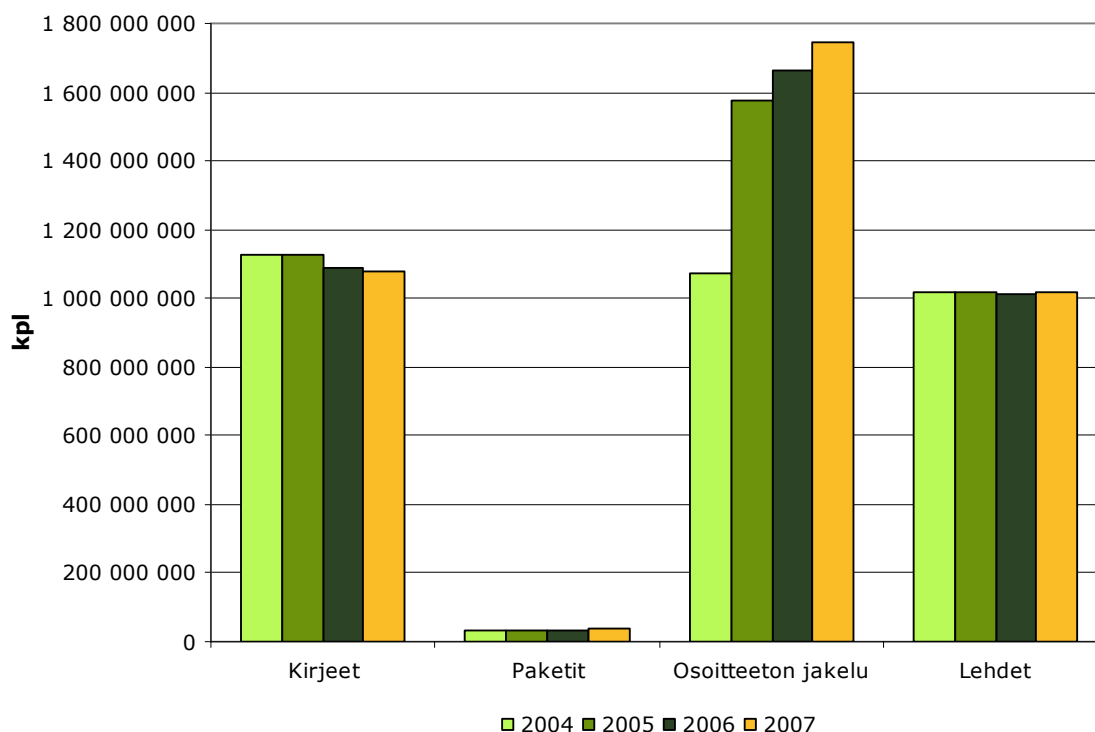
Postilähetysten volyymit

Suomessa lähetettiin 3 876 miljoonaa kappaletta kotimaan lähetyksiä ja 94 miljoonaa kappaletta ulkomaan lähetyksiä vuonna 2007. Posti- ja pienkuljetustoiminnan koti- ja ulkomaan lähetysten ko-

konais määrä oli siis 3 970 miljoonaa kappaletta vuoden 2007 aikana. Edelliseen vuoteen verrattuna jakelumäärä kasvoi kahdella prosentilla.

Lähetystyyppi	2004	2005	2006	2007
Kirjeet	1 125 893 000	1 128 572 000	1 087 890 000	1 078 468 000
Paketit	30 471 000	31 848 000	33 629 000	36 144 000
Osoitteeton jakelu	1 074 165 000	1 576 803 000	1 662 139 000	1 745 587 000
Lehdet	1 016 285 000	1 015 470 000	1 014 721 000	1 015 835 000
Yhteensä	3 246 814 000	3 752 693 000	3 798 379 000	3 876 034 000

Taulukko 6. Posti- ja pienkuljetustoiminnan kotimaan lähetysten määrä vuosina 2004–2007. (Lähde: Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilastot 2004–2007, Tilastokeskus/Viestintävirasto.)



Kuvio 7. Kotimaan lähetysten määrä vuosina 2004–2007. (Lähde: Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilastot 2004–2007, Tilastokeskus/Viestintävirasto.)

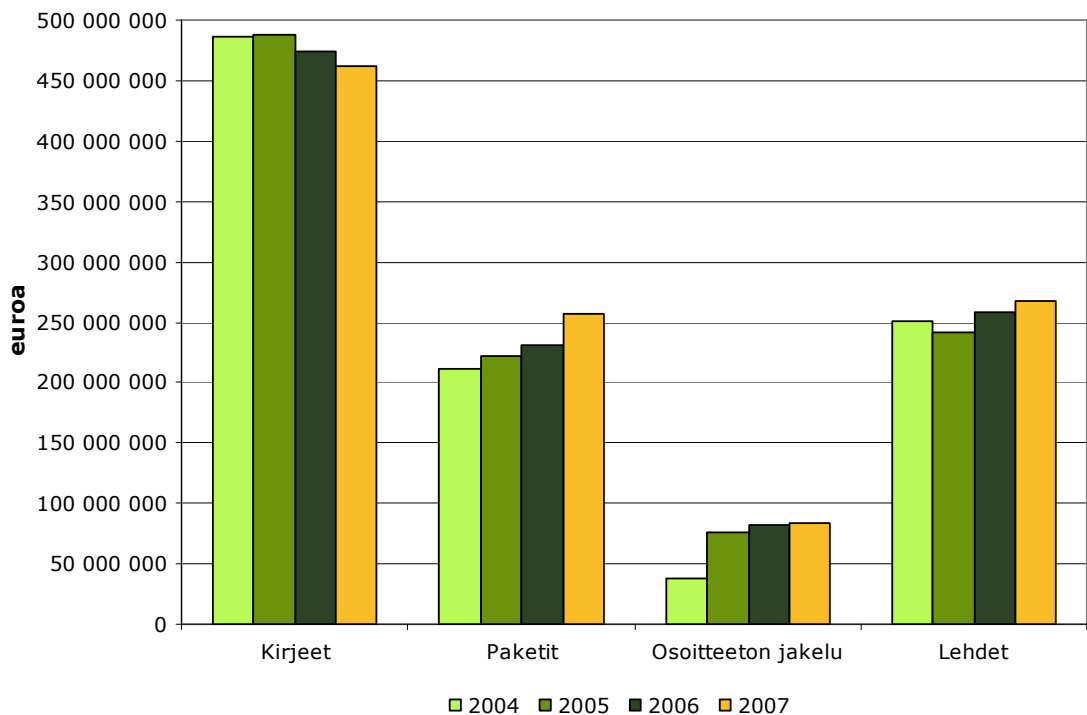
Postilähetysten liikevaihto

Kotimaan lähetyksistä kertyi posti- ja pienkuljetustoiminnalle liikevaihtoa 1 069 miljoonaa euroa ja ulkomaan lähetyksistä 274 miljoonaa euroa. Vuonna 2007 posti-

ja pienkuljetustoiminnan liikevaihto koti- ja ulkomaan lähetyksistä nousi 1 343 miljoonaan euroon. Myös liikevaihto kasvoi kaksi prosenttia verrattuna vuoteen 2006.

Lähetystyyppi	2004	2005	2006	2007
Kirjeet	486 166 000	487 811 000	474 335 000	461 511 000
Paketit	211 595 000	221 247 000	231 652 000	256 394 000
Osoitteeton jakelu	37 442 000	76 668 000	81 422 000	83 543 000
Lehdet	250 134 000	242 302 000	257 705 000	267 986 000
Yhteensä	985 337 000	1 028 028 000	1 045 114 000	1 069 434 000

Taulukko 7. Posti- ja pienkuljetustoiminnan kotimaan lähetysten liikevaihto vuosina 2004–2007. (Lähde: Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilastot 2004–2007, Tilastokeskus/Viestintävirasto.)



Kuvio 8. Kotimaan lähetyksistä muodostunut liikevaihto vuosina 2004–2007. (Lähde: Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilastot 2004–2007, Tilastokeskus/Viestintävirasto.)

Investointiseuranta

Teletoiminta on luonteeltaan hyvin investointi-intensiivistä ja toimialan yritysten investointiaste eli investointien suhde liikevaihtoon on erittäin suuri. Balance Consultingin tietojen mukaan suomalaisten teleyritysten investointiasteen mediaani teleliikennetoimialalla vuonna 2007 oli 15,5 %, kun kaikkien yritysten investointiaste oli 1,3 %. Teollisuustoimialankin investointiaste oli Tilastokeskuksen vuoden 2006 lukujen mukaan vain 2,9 %.

Viestintäviraston investointiseurannan kohderyhmänä ovat kaikki Suomen teleyritykset. Markkinakatsauksessamme lähempään tarkasteluun on valittu kymmenen suurinta teleliiketoiminnan yritystä liikevaihdolla mitattua. Näiden kymmenen suurimman yrityksen teletoiminnan liikevaihdot muodostavat noin 80 % Suomen kaikkien teleyritysten teletoiminnan liike-

vaihtoista ja niiden perusteella voidaan tehdä johtopäätöksiä koko toimialan investointikäyttäytymisestä. Nämä kymmenen yritystä ovat: TeliaSonera Finland Oyj (jäljempänä TSF), Elisa Oyj (Elisa), DNA konserni (DNA), SW Television Oy (SW), Digita Oy (Digita), Vaasan Läänin Puhelin konserni (VLP), TDC Oy Finland (TDC), AinaCom Oy (Aina), Kymen Puhelin Oy (KYMP) ja Pohjanmaan Puhelin PPO konserni (PPO).

Viestintävirasto seuraa tulevaisuudessa vuosittain kymmenen suurimman yrityksen investointimahdollisuuksia ja -tarpeita ja niissä tapahtuvaa kehitystä. Investointeihin on otettu mukaan kaikki yrityksen kirjaamat bruttomääräiset investoinnit eikä investointeja ole eroteltu aineellisiin tai aineettomiin investointeihin.

Alla olevaan taulukkoon on koottu investointien kannalta keskeisiä tilinpäätös- ja tunnuslukuja, jotka ovat peräisin Balance Consultingin oikaistuista tilinpäätösana-

lyyseistä. Luottoluokitus perustuu Suomen Asiakastieto Oy:n Rating Alfa -raporttiin 1.9.2008.

Tilinpäätöstiedot 2007, milj.€	TSF ¹	Elisa	DNA	SW	Digita ²	VLP	TDC ³	Aina	KYMP	PPO
liikevaihto	2 915	1 568	534	136	129	84	83	83	36	32
investoinnit, 3 vuoden keskiarvo	585	344	60	10	17	13	11	5	6	15
investointiaste, 3 vuoden keskiarvo	22 %	23 %	14 %	9 %	16 %	17 %	14 %	9 %	17 %	46 %
Suunnitelman mukaiset poistot	415	197	49	8	6	11	10	5	5	5
kirjanpidon tulos	1 045	220	59	21	26	17	9	-2	13	28
tasearvo	8 070	2 176	540	125	150	156	78	52	69	137
rahoitustulos	1 448	399	108	30	55	24	14	-1	6	14
tasesubstanssi	6 040	1 033	301	85	122	84	47	8	58	122
Korolliset nettovelat	64	738	31	0	-33	-58	2	2	-25	-1
Sijoitetun pääoman tuotto	20 %	18 %	24 %	26 %	41 %	14 %	9 %	-44 %	4 %	10 %
omavaraisuusaste	82 %	48 %	56 %	73 %	81 %	84 %	67 %	20 %	85 %	91 %
Liikevaihdon kasvu-%, 3 vuoden keskiarvo	5 %	5 %	16 %	34 %	7 %	6 %	9 %	41 %	7 %	-1 %
luottoluokitus	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AAA	AA+	A+	AAA	AAA

Taulukko 8. Kymmenen suurimman teleyrityksen tilinpäätöstietoja 2007. (Lähde Balance Consulting ja Suomen Asiakastieto Oy)

¹ Konsernitilinpäätökseen sisältyvät yhtiöt, joista emoyhtiö TeliaSonera Finland Oyj omistaa suoraan tai välillisesti yli 50 % osakkeista ja äänimäärästä sekä osuudet pääosusmenetelmän mukaisesti niistä yhtiöistä, joista emoyhtiö omistaa 20 - 50 % osakkeista ja äänivallasta.

² Digita Oy:n viimeisin saatavilla oleva tilinpäätös on vuodelta 2006. Vuoden 2006 tilinpäätös on poikkeuksellisesti 15 kuukauden pituinen.

³ TDC Oy:n vuosien 2006 ja 2005 investointimäärät ja liikevaihtotiedot perustuvat TDC Song Oy:n tilinpäätöstietoihin.

Yritysten kannattavuus, omavaraisuusaste ja luottoluokitus ovat lähes kaikilla kymmenellä yrityksellä erittäin hyvät. Alla olevaan taulukkoon on koottu Balance Tilas-

tosta saadut teleliikennetoimialan ja vertailun vuoksi kaikkien yritysten tunnuslukujen ja investointiasteiden mediaanit vuodelta 2007.

Balance Tilaston toimialatietoa vuodelta 2007	Teleliikenne -toimialan mediaani	kaikkien yritysten mediaani
investointiaste, 3 vuoden keskiarvo	17,5 %	1,3 %
sijoitetun pääoman tuotto	7,7 %	20,6 %
omavaraisuusaste	82,4 %	45,0 %
liikevaihdon kasvu-%, 3 vuoden keskiarvo	2,9 %	7,2 %

Taulukko 9. Teleliikenne-toimialan ja kaikkien Suomen yritysten tilinpäätösten tunnuslukuja 2007. (Lähde: Balance Consulting)

Vertailussa mukana olleiden kymmenen yrityksen *investointimahdollisuuksia* on tässä arvioitu vertaamalla yrityksen hallussa olevaa rahamäärää keskimääräisiin investointeihin, jotka yritys on tehnyt viimeisen kolmen vuoden aikana.

Rahamäärä = rahoitustulos + tasesubstanssi - korolliset nettovelat - laskennallinen omistajien tuotto-osuus (10 % tasesubstanssista)

Rahamäärän avulla mitataan yrityksen käytössä olevaa tulorahoitusta ja lisävelkaantumiskykyä ottaen huomioon yrityksen omistajien sijoituksilleen vaatiman tuoton.

Investointimahdollisuuksien mittari perustuu oletukselle, että mitä suurempi rahamäärä yrityksellä on mahdollisuus käyttää investointeihin verrattuna edellisenä kolmena vuonna toteutuneisiin investointeihin, sitä paremmat mahdollisuudet sillä on tehdä investointeja lähitulevaisuudessa. Yritykset jotka ovat investoineet edellisenä kolmena vuonna poikkeuksellisen paljon saattavat saada tällä mittarilla todellisia investointimahdollisuuksiaan huonomman suhdeluvun. Vastaavasti yritykset, jotka ovat investoineet poikkeuksellisen vähän saavat todellisia investointimahdollisuuksiaan paremman suhdeluvun. Mittarin yksittäisissä muuttujissa vuosittain ha-

vaittavaa vaihtelua tasoittaa muuttujan jaksottaminen vuoden sijaan kolmelle vuodelle. Lisäksi investointiseurannan mittarien mahdollisten yksittäisen tarkasteluhetken vääristymien voidaan olettaa tasoittuvan, kun investointiseurantaa jatketaan tulevaisuudessa vuosittain.

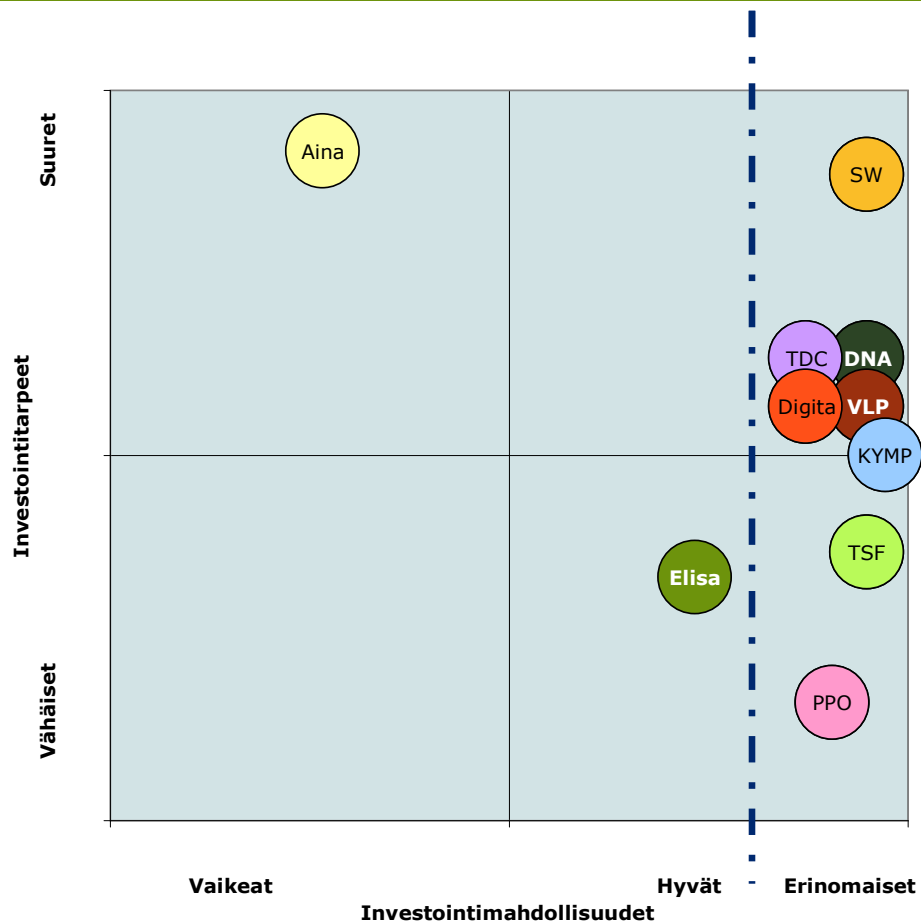
Investointitarvetta voidaan arvioida suhdeluvulla, jossa verrataan edellisen kolmen vuoden keskimääräistä toimialan mediaani-investointiastetta yrityksen omaan kolmen vuoden keskimääräiseen investointiasteeseen. Mitä suurempi on toimialan investointiaste yrityksen omaan investointiasteeseen verrattuna, sitä suurempi on yrityksen tarve investoida säilyttääkseen kilpailukykyä verrattuna muihin toimialan yrityksiin.

Alla olevaan taulukkoon on koottu edellä mainittujen mittareiden mukaisesti lasketut tunnusluvut yritysten investointimahdollisuuksista ja -tarpeista. On syytä huomioida, että valitut mittarit ovat suuntaa-antavia. Niiden tarkoitus on antaa mahdollisimman yksinkertainen, mutta kuitenkin kuvaava käsitys teleyritysten investointimahdollisuuksista ja -tarpeista. Mittarit on kehitetty Viestintäviraston investointien kehityksen seurannan tarpeisiin yhteistyössä Balance Consulting Oy:n kanssa.

Investointimahdollisuuksien ja -tarpeiden tunnusluvut vuodelta 2007	TSF	Elisa	DNA	SW	Digita	VLP	TDC	Aina	KYMP	PPO
investointimahdollisuudet	11,7	1,7	5,8	11,1	11,5	12,2	5,0	0,8	14,6	8,4
investointitarpeet	0,8	0,7	1,3	2,0	1,1	1,1	1,3	2,1	1,0	0,4

Taulukko 10. Kymmenen suurimman yrityksen investointimahdollisuuksien¹ ja investointitarpeiden² suhdeluvut.


Kuviossa 9 nämä kymmenen yritystä on sijoitettu suuntaa-antavasti investointimahdollisuuksien ja investointitarpeiden nelikenttään.



Kuvio 9. Investointimahdollisuuksien ja investointitarpeiden nelikenttä. Suurimmalla osalla tarkasteltavista yrityksistä investointimahdollisuudet ovat tällä mittarilla niin hyvät, että ne sijoittuvat nelikentän oikeaan laitaan varsinaisen asteikon ulkopuolelle ja ne on esitetty vain suuntaa-antavasti. On katsottu, että investointimahdollisuuksien tunnusluvun ollessa yli 2, ne ovat erinomaiset riippumatta siitä kuinka paljon yli kahden kyseinen tunnusluku on. Vain Aina ja Elisa on sijoitettu suhteellisesti oikeaan kohtaan nelikenttää vaaka-akselilla mitattavan investointimahdollisuuksien näkökulmasta. Pystyakselilla sitä vastoin on hahmotettu suhteellisia eroja teleyritysten välisiä investointitarpeissa.

¹ Luokittelu, investointimahdollisuudet: alle 0,5, erittäin vaikeat, 0,5 - 1 vaikeat, 1 - 1,5 kohtalaiset, 1,5 - 2 hyvät ja yli 2 erittäin hyvät.

² Luokittelu, investointitarpeet: alle 0,7 vähäiset, 0,7 - 1,5 kohtalaiset ja yli 1,5 suuret.



Yhteenvetona voidaan todeta, että valittujen kymmenen suurimman teleyrityksen mahdollisuudet investoida ovat rahoituskellisesti lähes kaikilla erittäin hyvät. Konsernirakenteen muutosten jälkeen liikevaihtonsa kaksinkertaistaneen AinaCom Oy:n kannattavuus ja investointimahdollisuudet ovat tällä hetkellä näillä mittareilla muita heikkommat.

Teletoimialalla investoinnit ovat myös luonteeltaan syklisiä ja siitäkin syystä investointitarpeet vaihtelevat. Jos yritys on hiljattain tehnyt suuria investointeja, ei sillä ole välttämättä tarvetta lähitulevaisuudessa tehdä kuin vaadittavat korvausinvestoinnit. Esimerkiksi Pohjanmaan Puhelin Oy -konserni on tehnyt vuonna 2007 lähes liikevaihtonsa (91,4 %) suuruiset investoinnit. Tämän perusteella voidaan arvioida, että yrityksellä ei juuri tällä hetkellä ole suuria investointitarpeita, vaikka

sillä onkin rahoituskellisesti edelleen erittäin hyvät mahdollisuudet investointeihin. Vastaavasti SW Television Oy:n investointiaste oli vuonna 2005 vain 1,4 %. Vuonna 2006 investointiaste nousi jo 13 prosenttiin ja 2007 edelleen 14,5 prosenttiin. Laajakaistatekniikoiden jatkuvasti kehittyessä SW Television Oy:n investointitarpeiden ja investointiasteen voi arvioida pysyvän korkeina myös lähivuosina.

Rahoituskellisesti hyvät mahdollisuudet investointeihin eivät kuitenkaan vielä takaa investointeja, sillä niiden tekemiseen vaikuttavat myös lukuiset muut yrityksen omaan strategiaan ja toimintaympäristöön liittyvät tekijät. Yrityksillä tulee olla vahva näkemys siitä, että uusinvestoinnit ovat sille kannattavia ennen kuin nämä investoinnit toteutuvat.