

# UPC ČR: 20 let na vzestupu

Společnost UPC zahájila svou činnost na českém trhu v roce 1991. Začínala jako dodavatel analogových televizních programů, především ve větších městech, prostřednictvím koaxiální kabelové sítě.

**B**ěhem své dvacetileté existence se dokázala vypracovat na jednoho z největších provozovatelů telekomunikačních služeb v ČR. První zlomový okamžik přišel na podzim roku 2000, kdy společnost UPC začala ve své síti nabízet připojení k internetu s využitím protokolu EuroDOCSIS 1.0. Postupem času došlo k přestavbě sítě, díky níž bylo možné po nových optických rozvodech šířit i další služby a navyšovat rychlost internetového připojení.

V následujících letech začalo docházet k vytlačování a omezování analogové televizní nabídky na úkor moderního digitálního vysílání, které nabídlo vyšší kvalitu příjmu, programy ve vysokém rozlišení a rovněž jejich větší výběr. V roce 2007 společnost uvedla do pro-

vozu digitální kabelovou televizi, založenou na technologii DVB-C; a výhodnou hlasovou službu UPC telefon.

## Intenzivněji do B2B segmentu

Pokračující modernizace sítě a aplikace technologie RFoG umožnily firmě od roku 2009 využívat ve vybraných lokalitách internetové připojení postavené na protokolu EuroDOCSIS 3.0. V reakci na nejvýznamnější trendy pro IT business se společnost UPC od roku 2009 kromě upgradu své sítě také intenzivně věnuje systematickému budování B2B segmentu, aby mohla zákazníkům nabízet kompletní portfolio moderních telekomunikačních služeb, jako jsou například webhosting, server hosting, cloud services, virtuální servery či exchange hosting, a je připravena uspokojit i po-

žadavky, které přinese budoucnost.

UPC během své dvacetileté existence rozšiřovala pokrytí nejen výstavbou nových tras, ale také akvizicemi menších firem, které využívaly podobných technologií. Mezi ty nejznámější patří například společnosti Datel Kabel nebo Karneval Media.

## Převzetí Sloane Parku

Poslední významná akvizice proběhla letos v březnu, kdy UPC převzala společnost SPPT (Sloane Park Property Trust). Tato transakce UPC umožnila propojit páteřní optické sítě obou firem a vytvořit v ČR druhou největší, velmi dobře dostupnou síť, která měří téměř 6000 km, má více než 900 aktivních uzlů POP a disponuje připojením k 99% všech přeshraničních sítí. Nová platforma pokrývá přibližně 90% České re-

publiky a vlastní městské sítě ve více než 60% všech českých měst. Její součástí je rovněž Datové centrum UPC.

UPC Česká republika je největším domácím poskytovatelem place-ných digitálních televizních služeb a patří mezi vedoucí poskytovatele širokopásmového vysokorychlostního internetu. Její kabelové sítě jsou v dosahu 1,33 milionu domácností v 370 lokalitách ČR. Služby UPC v současné době aktivně využívá 1,21 milionů zákazníků. Z toho si služby kabelové televize předplácí celkem 512 000 domácností, vysokorychlostní internet 424 000 domácností a telefonní služby 191 000 domácností. UPC je dceřinou společností Liberty Global, Inc.



## Mění se svět a role ICT

Za poslední lidskou generaci se svět, ve kterém žijeme, zásadně změnil. Velký podíl na této změně mají technologie i internet a je zřejmé, že další vývoj bude ještě dynamičtější.

**Č**lověk a jeho návyky se sice významně nemění, ale náš svět je pod vlivem abstrakce, virtualizace, mobility, sociálních sítí, cloud computingu a dalších technologií. A tyto změny vyžadují specializaci, partnerství a vzájemnou spolupráci, a to jak v privátním životě, tak v podnikání.

Pokud se zamyslíme nad vývojem člověka a jeho schopností od doby starověku k dnešním dnům, dojdeme pravděpodobně k závěru, že prvotní významný vývoj lidských schopností a duševního rozvoje kulminoval v antické době, a poté se vývoj ubíral spíše pozvolným tempem.

Proti tomu vývoj technologií za posledních sto let připomíná růst po exponenciále. Od doby, co byl vy-



nalezen tranzistor, následně počítač, internet, mobilní telefon atd., nevíme, čím nás další den překvapí. Bude to cloud computing, biomechatronika nebo kyborgové?

Otázkou je, jakou strategii mají jednotlivci i firmy přijmout, aby v takto dynamickém světě obstáli. Jednou z možných odpovědí je umět si dobře vybrat. Tedy vybrat si vlastní specializaci odpovídající talentu, a zároveň udržovat síť pomáhajících vztahů pro odbornosti, které nejsou schopni sami vykonávat.

Partnerství ve firemním prostředí pak neznamená být jen nákladovou položkou, ale pomáhá zákazníkům k lepším výsledkům a zvýšení konkurenceschopnosti na trhu. Zákazník se může věnovat svému klíčovému oboru podnikání (stavebnictví, zdravotnictví, finanční služby, atd.) a starost o podpůrné aktivity podnikání, jako je ICT (Information and Communication Technologies), ponechá na svém partnerovi.

Pokud mluvíme o partnerství v ICT a outsourcingu jako o způsobu, jak přenechat část aktivit externímu partnerovi, je vždy potřeba dobře definovat rozsah služeb, které zákazník vyvádí ze své kompetence. Důležité je, aby se zákazník nezbavoval svého klíčového know-how, které tvoří jeho hodnotu a odlišnost na trhu. Samozřejmostí je podložit partnerství kvalitním smluvním vztahem a parametrizovat smlouvu s ohledem na měřitelná kritéria zaručující kvalitu obdržených služeb.

Žijeme v 21. století a nástroje ICT nemůžeme ignorovat. Hledejme si tedy proto skutečné partnery, kteří nám pomohou v životě i podnikání obstát.

**Richard Novák,**

ředitel pro strategii a segmentový marketing, GTS Czech