

Rynek telekomunikacyjny w Polsce w 2006 roku okiem konsumentów

Na podstawie badania konsumenckiego przeprowadzonego przez Centrum Badań Marketingowych Indicator Sp. z o.o.

W grudniu 2006 roku na zlecenie Urzędu Komunikacji Elektronicznej, CBM INDICATOR Sp. z o.o. przeprowadził badanie ankietowe, którego głównym celem było poznanie opinii o funkcjonowaniu rynku usług telekomunikacyjnych oraz zebranie informacji o preferencjach konsumentów w zakresie usług w sieci stacjonarnej, ruchomej, usług dostępu do sieci Internet oraz usług odbioru programów telewizyjnych.

Badanie przeprowadzono na 1616 osobowej próbie wylosowanej z populacji ludności Polski w wieku 15 lat i powyżej. Reprezentatywny dobór próby pozwala na przełożenie wyników otrzymanych w badaniu na całą populację Polski.

Na podstawie tego badania w styczniowym numerze Biuletynu Informacyjnego UKE opublikowane zostały najważniejsze i najciekawsze wyniki tego badania, odzwierciedlającego preferencje użytkowników końcowych na rynku telekomunikacyjnym w Polsce. Informacje te zostały zestawione z wynikami analogicznego badania przeprowadzonego w październiku 2005 roku przez firmę BSR IBROP. Poniżej został przedstawiony skrót tego opracowania.

NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI

RYNEK TELEFONII STACJONARNEJ:

- Wyniki badania wskazują na wysoki stopień nasycenia usługami telekomunikacyjnymi. Telefon, niezależnie od wykorzystywanej w tym celu technologii, posiada zdecydowana większość badanych (90%).
- Telefon stacjonarny posiada 66% respondentów.
- Polacy najczęściej wykorzystują telefon domowy w kontaktach lokalnych. Połączenia te codziennie wykonuje przeszło połowa badanych (51%). Fakt ten świadczy wyraźnie, że Polacy przestali traktować rozmowy telefoniczne jako luksus, postrzegając je jako naturalną formę komunikacji.
- Telefon stacjonarny najczęściej wykorzystywany jest do połączeń głosowych. Połączenia z Internetem (dial-up) wykonywane są sporadycznie.
- Najwyższy poziom niezadowolonych z operatorów telefonii stacjonarnej nadal powodują składniki cenowe ofert.
- Pierwszą pozycję na rynku telefonii stacjonarnej zajmuje Telekomunikacja Polska S.A., z usług której korzysta 90% użytkowników telefonów stacjonarnych. Jest ona także najlepiej rozpoznawaną marką wśród operatorów telefonicznych. Spontanicznie wymienia ją prawie każdy badany (97%).
- Kolejne pozycje pod względem rozpoznawalności marki zajmują trzej główni konkurenci Telekomunikacji: Tele2, Netia i Dialog. Marki te są często wymieniane przez respondentów, a znajomość wspomaganą rejestrują na poziomie powyżej 80% (Tele2), 60% (Netia) czy 45% (Dialog).

- Wyniki sondażu wskazują, że popyt abonentów telefonii stacjonarnej charakteryzuje się elastycznością. Podwyżki cen abonamentu mogą skutecznie wpłynąć na rezygnację z usług operatora.
- Średnio respondenci płacą rachunki za telefon stacjonarny w wysokości około 100 złotych.

RYNEK TELEFONII RUCHOMEJ:

- Penetracja na rynku telefonii ruchomej jest na podobnym poziomie, jak w przypadku telefonów stacjonarnych. 64% Polaków posiada telefon komórkowy.
- Znajomość wszystkich trzech operatorów telefonii ruchomej jest na podobnym poziomie, ze znajomością spontaniczną około 80% i wspomaganą przekraczającą 90%.
- Wiadomości tekstowe wysyłane z telefonów komórkowych nadal są bardzo powszechną formą komunikacji i cieszą się dużą popularnością. SMS-y są wysyłane przez przeszło 90% posiadaczy telefonów komórkowych. Dwukrotnie mniej osób (43%) wysyła wiadomości MMS.
- Oferta cenowa i rabaty są głównymi kryteriami, brany pod uwagę przy wyborze operatora telefonii ruchomej.
- Całkowita średnia miesięczna opłata za korzystanie z telefonu komórkowego jest znacznie wyższa w przypadku osób płacących abonament (91 złotych), niż użytkowników kart pre-paid (49 złotych) czy mix (54 złotych).

RYNEK INTERNETU:

- Dostępność Internetu jest w Polsce zróżnicowana. Niespełna połowa Polaków korzystała z sieci Internet w ciągu ostatniego miesiąca (45%), z czego najwięcej osób łączyło się z siecią we własnym domu lub w pracy.
- Większość respondentów, korzystających z dostępu do Internetu w domu, korzysta ze stałego łącza: Neostrady (40%), lub operatorów telewizji kablowej (18%). Postęp technologiczny nie przełożył się jeszcze na prędkość połączenia: wśród posiadaczy stałego łącza jedynie 13% badanych używa połączenia o prędkości 1 Mb/s lub większej.
- Na rynku komunikatorów internetowych dwa programy są zdecydowanie częściej wykorzystywane, niż narzędzia firm konkurencyjnych. W rozmowach tekstowych jest to Gadu-Gadu (85%), a w głosowych: Skype (89%).

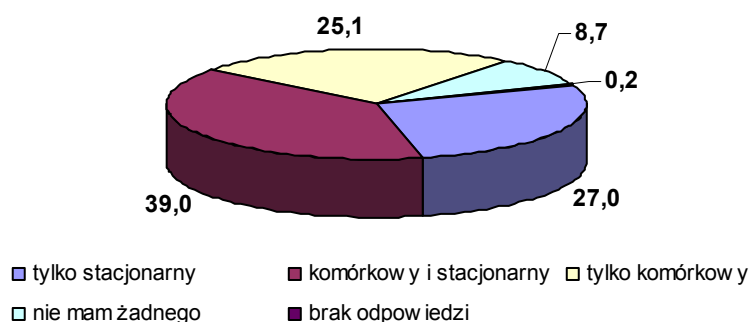
RYNEK TELEWIZYJNY:

- Większość respondentów korzysta tylko z tradycyjnej telewizji analogowej przez odbiór naziemny (53%), w co trzecim domu podłączona jest telewizja kablowa (33%), a co piąty badany ma u siebie telewizję satelitarną (20%).
- W niewielu domach korzysta się z telewizji cyfrowej (11%), część respondentów jest jednak zainteresowana ofertą operatorów telewizji cyfrowej.

Posiadanie telefonu

Z badania wynika, że większość respondentów posiada telefon komórkowy lub stacjonarny (91%), co wskazuje na wysoki poziom telefonizacji polskiego społeczeństwa. Posiadaczem wyłącznie telefonu komórkowego jest co czwarty badany (25%), podobnie w co czwartym domu jest zainstalowana wyłącznie linia stacjonarna (27%). Linia telefonu stacjonarnego znajduje się w domach dwóch trzecich badanych (66%). Żadnego telefonu nie posiada 9% respondentów.

Wykres 1
Posiadane linie telefoniczne (w %)



W roku 2005, według badania przeprowadzonego przez BSR IBROP, ponad 78% respondentów posiadało telefon stacjonarny w miejscu zamieszkania, 70% respondentów prywatnych posiadało telefony komórkowe. Zaobserwowane zmiany są zgodne z tendencją trwającą od kilku lat na rynku telekomunikacyjnym: rosnącą penetracją i powszechnością telefonii mobilnej oraz stabilizacją penetracji na rynku telefonii stacjonarnej.

Operatorzy telefonii stacjonarnej, z usług których korzystają badani

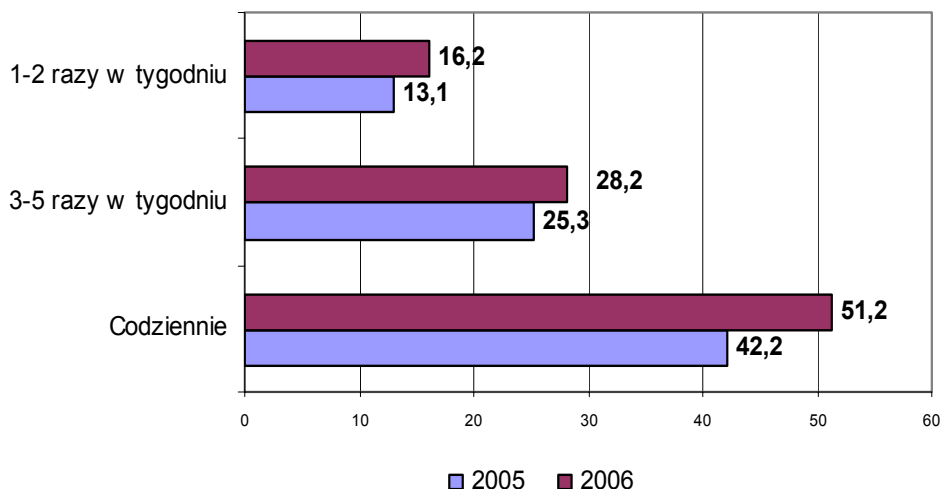
Pierwsze miejsce pod względem liczby abonentów zajmuje Telekomunikacja Polska, której linię telefoniczną użytkuje prawie 91% respondentów posiadających telefon stacjonarny. Pozostali trzej główni uczestnicy rynku dzielą między siebie 8% jako główni operatorzy. W sumie z usług operatora Tele2 korzysta 6% respondentów. Z usług Dialogu korzysta niespełna 5%.

Częstotliwość wykonywania połączeń z telefonu stacjonarnego

Rozmowy lokalne

Największą grupę respondentów posiadających telefon stacjonarny stanowią badani wykonujący rozmowy lokalne codziennie lub nieznacznie rzadziej. W porównaniu z rokiem 2005, odsetek respondentów, którzy wykonują połączenia lokalne często (suma trzech kategorii przedstawionych na poniższym wykresie) zwiększył się o 15 punktów procentowych. Na tej podstawie można wnioskować, że telefon stacjonarny jest dla ankietowanych ważnym narzędziem kontaktu na niewielką odległość.

Wykres 2
Częstotliwość wykonywania rozmów lokalnych

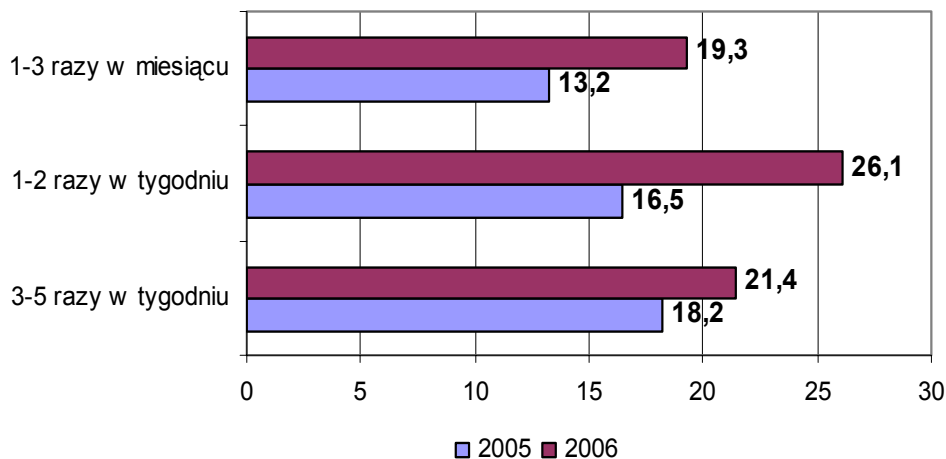


W roku 2006 niewielu uczestników sondażu wykonywało rozmowy lokalne rzadziej niż 3 razy w miesiącu (5%). Widać zatem, że w domach badanych, którzy założyli linię telefonu stacjonarnego, jest ona wykorzystywana intensywnie, głównie do prowadzenia rozmów lokalnych.

Rozmowy międzystrefowe

Rozmowy międzystrefowe służą badanym do częstej, ale nie codziennej komunikacji. Najczęściej ten typ połączeń wykorzystywany jest kilka razy w tygodniu (48%).

Wykres 3
Częstotliwość wykonywania rozmów międzystrefowych



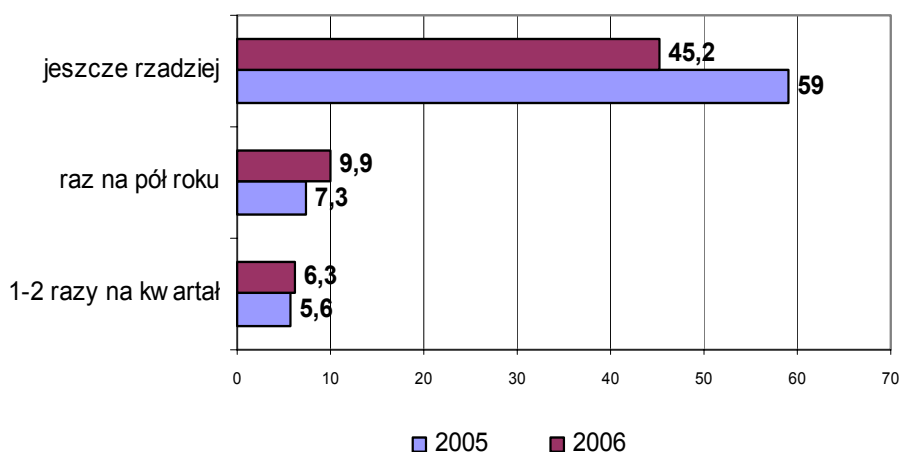
W porównaniu z wynikami badania z 2005 roku, grupa respondentów, wykonujących połączenia międzystrefowe kilka razy w tygodniu, zwiększyła się o 12,8 punktów procentowych. O kilkanaście punktów procentowych zmalała jednocześnie grupa respondentów wykonujących te połączenia codziennie i w roku 2006 kształtowała się na poziomie 5%. Takie zjawisko mogło być efektem szybkiego wzrostu a następnie spadku popularności abonamentów oferujących darmowe połączenia międzystrefowe. Około 30% respondentów, posiadających telefon stacjonarny, wykonuje połączenia międzystrefowe rzadziej niż kilka razy w miesiącu.

Rozmowy międzynarodowe

Połączenia międzynarodowe w dalszym ciągu wykonywane są sporadycznie, a w ostatnim roku nie zaszły żadne znaczące zmiany. Tylko 10% respondentów wskazało, że wykonuje połączenia międzynarodowe częściej niż kilka razy na kwartał. Najliczniejsza była grupa respondentów dzwoniących za granicę rzadziej niż raz na pół roku (45%). Liczna była też grupa respondentów (20%), którzy nie potrafili określić częstotliwości wykonywanych połączeń. Stan ten wynikać może, z jednej strony z przeświadczenia badanych na temat wysokich cen połączeń, z drugiej zaś z braku potrzeby tego rodzaju kontaktu.

Wykres 4

Częstotliwość wykonywania rozmów międzynarodowych

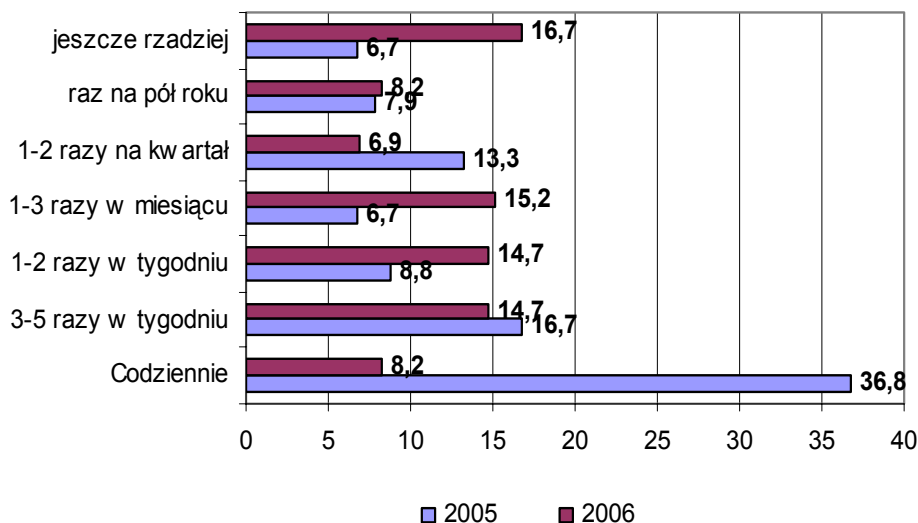


Rozmowy na telefony komórkowe

Częstotliwość wykonywania połączeń na telefony komórkowe jest bardzo zróżnicowana. Większość respondentów wykonuje takie połączenia regularnie, kilka razy tygodniowo lub miesięcznie.

Połączenia na telefony komórkowe codziennie wykonuje przeszło 8% badanych. Co siódmy respondent posiadający telefon stacjonarny wykonuje połączenia do sieci ruchomych 3-5 razy w tygodniu (15%), tyle samo jest wykonujących takie połączenia rzadziej, 1-2 razy na tydzień i 1-3 razy w miesiącu. Raz na kwartał lub rzadziej takie połączenia wykonuje jedna trzecia ankietowanych (32%).

Wykres 5
Częstotliwość wykonywania rozmów na telefony komórkowe

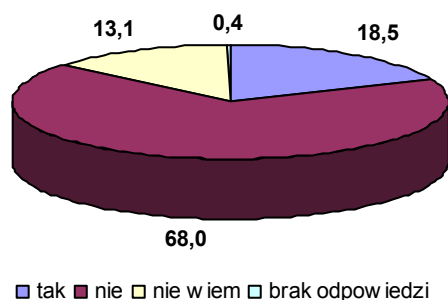


Największą zmianę zaobserwowano w grupie respondentów wykonujących połączenia z sieci stacjonarnej do ruchomej codziennie.

Zmiana operatora telefonii stacjonarnej

Pomimo że udział grupy respondentów, którzy nie planują zmiany dotychczasowego operatora, pomniejszył się o 13,6 punktów procentowych, to nadal obejmuje przeszło dwie trzecie (68%) badanych. Można więc stwierdzić, że rynek telefonii stacjonarnej jest nadal stabilny pod tym względem.

Wykres 6
Chęć rezygnacji z usług głównego operatora (w %)



Wśród potencjalnych przyczyn, które mogłyby skłonić do zmiany lub rezygnacji z usług operatora telefonii stacjonarnej, respondenci najczęściej (ponad 58% badanych) wskazywali podwyżkę abonamentu większą niż 10%.

Analizując zachowania respondentów, zapytano grupę rozważających rezygnację z usług swojego operatora o to, czy zamierzają skorzystać z usług innego operatora telefonii stacjonarnej. Ponad połowa tych respondentów rozważa ponowny wybór operatora telefonii stacjonarnej. 36% respondentów rozważających rezygnację z usług nie chce korzystać już z usług telefonii stacjonarnej w ogóle.

Preferencje osób nie mających telefonu stacjonarnego

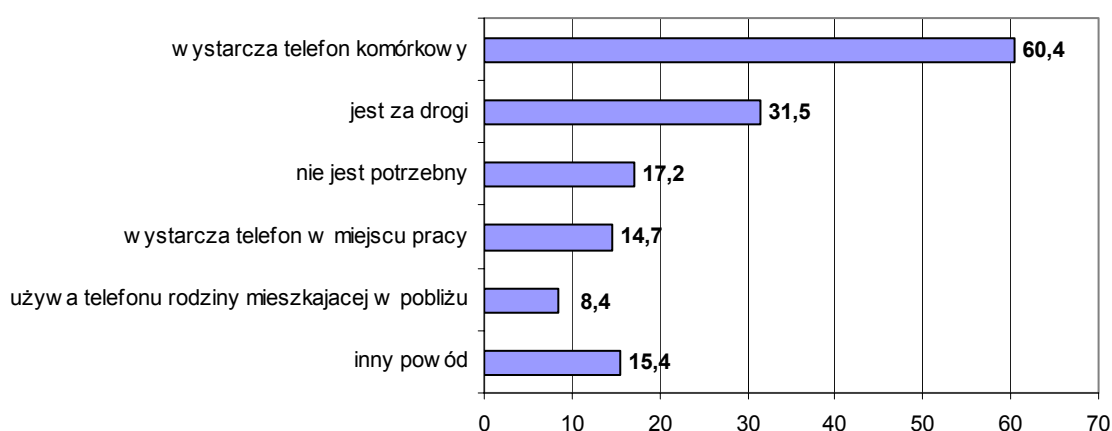
Telefon stacjonarny w miejscu zamieszkania nie jest już jedynym narzędziem do szybkiego i stosunkowo niedrogiego kontaktu na mniejsze i większe odległości. Telefonacja ruchoma i możliwość wykonywania połączeń prywatnych w miejscu pracy skutecznie hamują przyrost abonentów linii stacjonarnych.

60% respondentów nie mających telefonów stacjonarnych uznało, że wystarczy im telefon komórkowy. Co trzeci badany uznał użytkowanie telefonu stacjonarnego za zbyt drogie (32%) a 17% uważa, że go nie potrzebuje. Co siódmemu respondentowi (15%) wystarczy telefon w miejscu pracy.

Należy jednak podkreślić, że fakt nieposiadania telefonu stacjonarnego jest wynikiem kilku powyższych przyczyn.

Wykres 7

Powody nieposiadania telefonu stacjonarnego (w %)*.



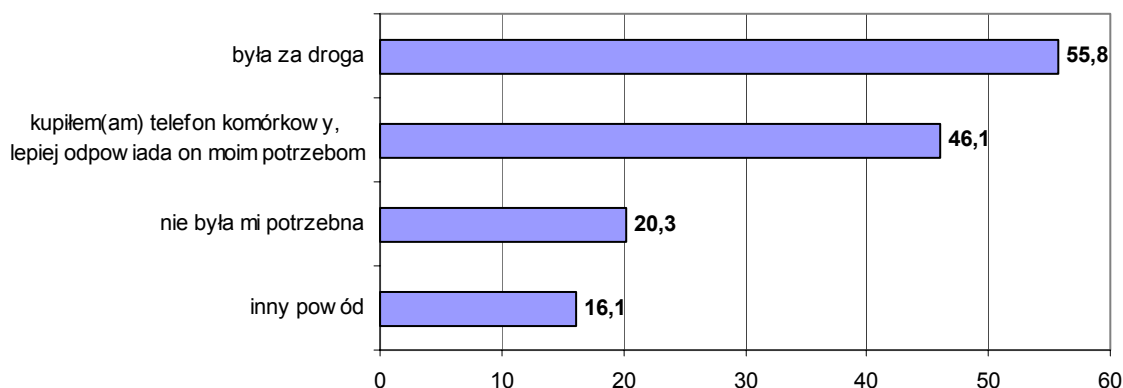
* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

W grupie respondentów nieposiadających telefonu stacjonarnego, niemal 40% posiadało wcześniej linię stacjonarną.

Grupie tych respondentów zadano dodatkowe pytania o przyczyny rezygnacji z telefonu.

Głównym powodem rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej były związane z nią opłaty (56%) oraz bardziej odpowiadający potrzebom respondentów telefon komórkowy (46%). Brak potrzeby korzystania z telefonu stacjonarnego był powodem rezygnacji ze stacjonarnej linii telefonicznej dla co piątego badanego (20%).

Wykres 8
Powody rezygnacji z linii stacjonarnej (w %)*.



* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

Powyższe zmiany na polskim rynku telekomunikacyjnym związane są z dwoma zjawiskami: rozwojem telefonii ruchomej oraz zbyt wysokimi kosztami użytkowania linii telefonicznej.

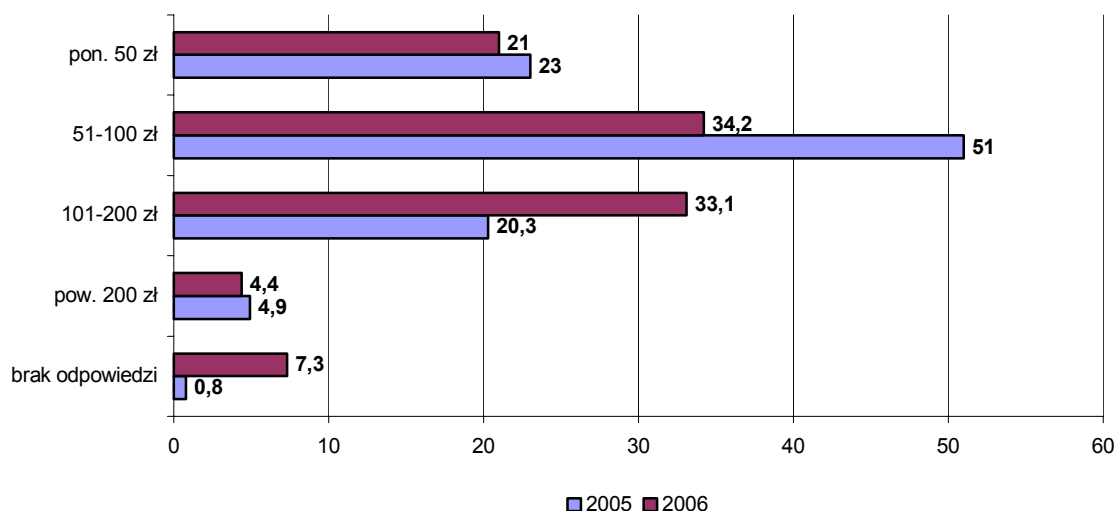
Zakres i wysokość opłat za użytkowanie telefonu stacjonarnego

Biorąc pod uwagę fakt, że aspekt cenowy wielokrotnie był wymieniany jako główny czynnik wpływający na wybór operatora, satysfakcję z jego usług, a także jako potencjalną przyczynę rezygnacji z telefonu, zapytano respondentów o wysokość rachunków telefonicznych.

Średnia miesięczna opłata za telefon stacjonarny wynosi około 98 złotych. Najliczniejszą grupę posiadaczy telefonów stacjonarnych stanowią osoby płacące rachunki od 50 do 100 złotych miesięcznie (51%).

Jedną piątą respondentów deklaruje rachunki w wysokości od 100 do 200 złotych (20%). Powyżej 200 złotych na miesiąc płaci niewielki odsetek badanych.

Wykres 9
Średnia miesięczna wysokość rachunków za telefon stacjonarny u głównego operatora (w %)



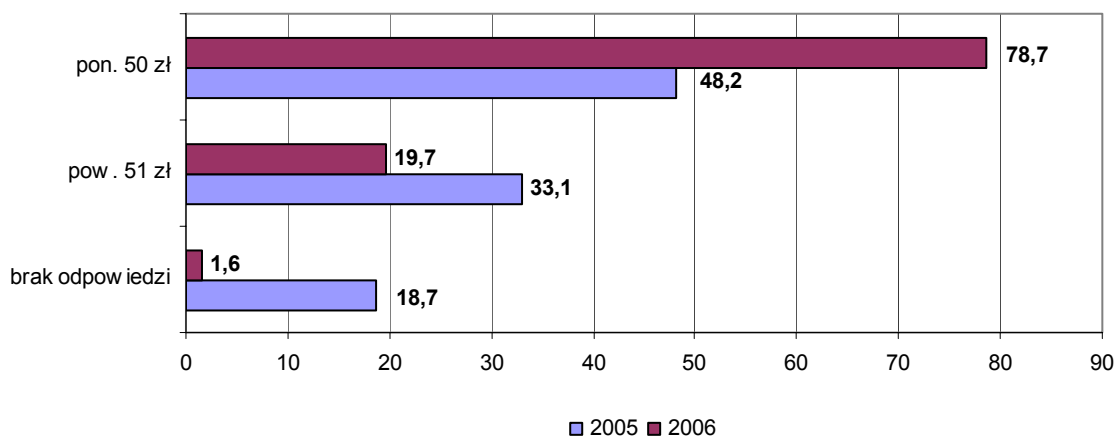
	2005	2006
Średnia	88,20 PLN	98,24 PLN
Mediana	92,40 PLN	80,00 PLN

W porównaniu z rokiem poprzednim średnia wysokość rachunku podwyższyła się o około 10 PLN. Należy jednak zauważyć, że mediana spadła. Oznacza to, że więcej osób w roku 2006 roku płaciło rachunki niższe niż 80 PLN.

Analizując koszty stałe usług telekomunikacyjnych, to znaczy wysokość abonamentów, okazuje się, że największą grupę respondentów stanowią osoby płacące abonament w wysokości do 50 złotych miesięcznie (78,7%).

Wykres 10

Wysokość abonamentu za telefon stacjonarny (w %)



Obowiązkiem operatorów telekomunikacyjnych jest świadczenie usługi przeniesienia numeru przy zmianie sieci przez abonenta.

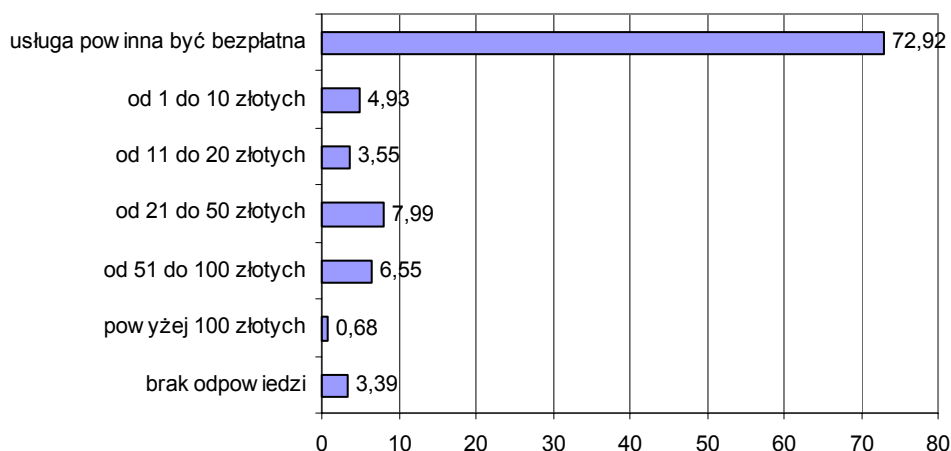
Niestety nie jest to usługa bezpłatna, dlatego zapytano respondentów o cenę, którą byliby w stanie zaakceptować.

Trzy piąte (59%) badanych uważa, że usługa taka powinna być darmowa, jedna piąta (22%) podaje konkretną kwotę. Pozostałe osoby nie są w ogóle zainteresowane taką usługą.

Na poniższym wykresie zaprezentowano odpowiedzi osób, które są zainteresowane usługą zachowania numeru.

Wykres 11

Kwota, jaką respondent byłby w stanie ponieść za zachowanie numeru telefonu stacjonarnego przy zmianie operatora (w %)



Na podstawie powyższych danych można domniemywać, iż osoby, które są zainteresowane usługą przeniesienia numeru, są przekonane, że przez wniesienie opłaty instalacyjnej przy zakładaniu linii oraz opłacanie abonamentu nabyły one prawa do posiadania numeru telefonu.

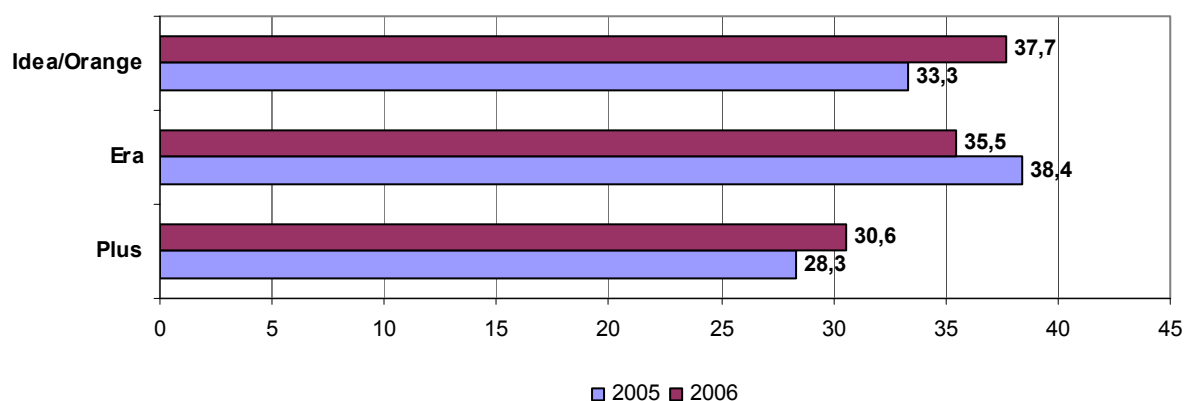
Rynek telefonii ruchomej

Korzystanie z telefonii ruchomej

Największa grupa badanych (38%) korzysta z usług Orange. Następni są w kolejności użytkownicy Ery (36%) oraz Plusa (31%).

Wykres 12

Operator, z którego usług korzysta badany (w %)*



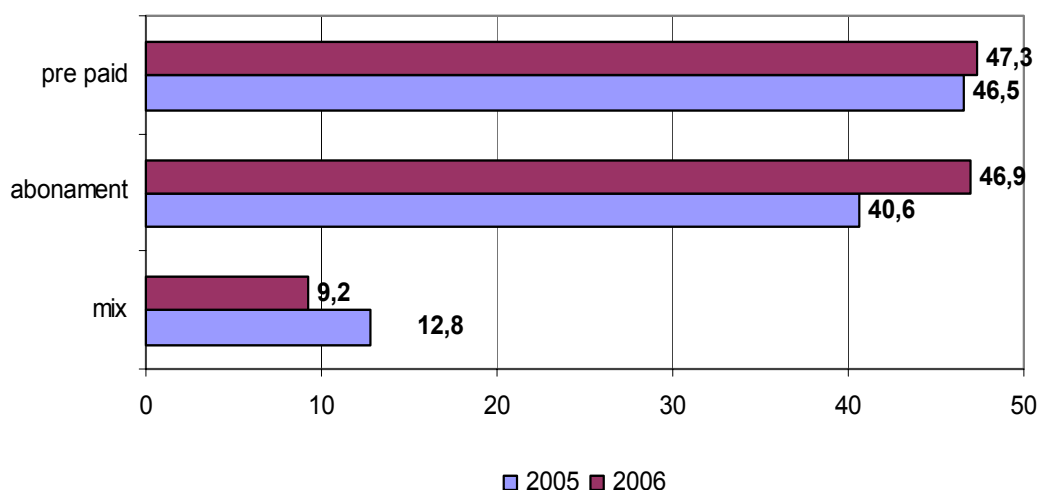
* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

Struktura odpowiedzi, udzielonych przez respondentów wylosowanych do próby, nie pokrywa się idealnie z udziałami rynkowymi tych przedsiębiorców. Przyczyną tego może być fakt, że respondenci wskazywali operatora, z którego usług korzystają. Nie do końca pokrywa się to z kategorią aktywnych kart SIM, które zliczają operatorzy.

Forma opłaty za telefon komórkowy

Najbardziej popularne formy opłaty za telefon komórkowy to system przepłacony (tzw. pre-paid) oraz na abonament (po 47%). Z telefonów komórkowych w systemie mix korzysta 9% respondentów.

Wykres 13
Forma opłaty za telefon komórkowy (w %)*

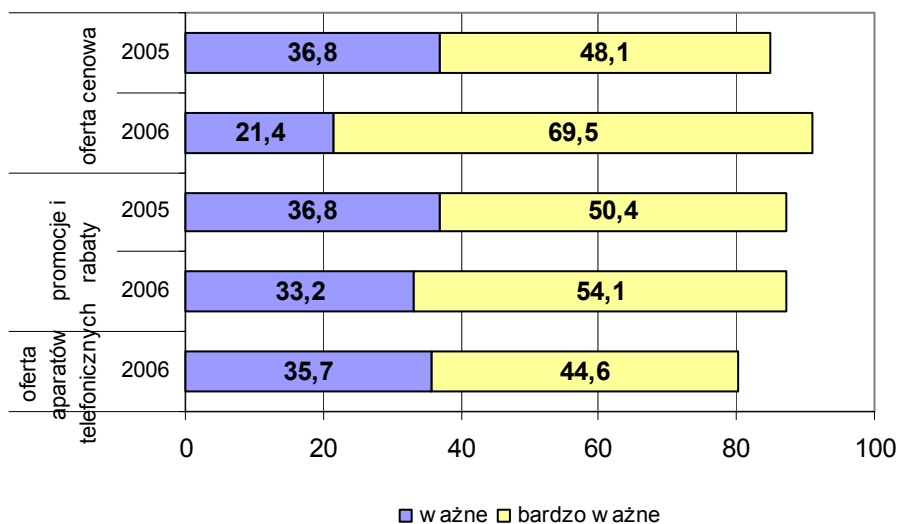


* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

Czynniki ważne przy wyborze operatora

Użytkowników telefonów komórkowych zapytano o cechy, które są ważne przy wyborze operatora. Podobnie jak w przypadku telefonii stacjonarnej najważniejsze okazały się czynniki związane ze strategią cenową: atrakcyjność cenowa oferty (średnia 4,65 na pięciostopniowej skali) oraz atrakcyjność promocji i rabatów (średnia 4,49). W przypadku telefonii ruchomej dużą wagę przy wyborze operatora posiada oferta aparatów telefonicznych.

Wykres 14
Czynniki ważne przy wyborze operatora (w %)



W przypadku czynnika obejmującego ofertę aparatów telefonicznych brak jest analogicznych danych za rok 2005 .

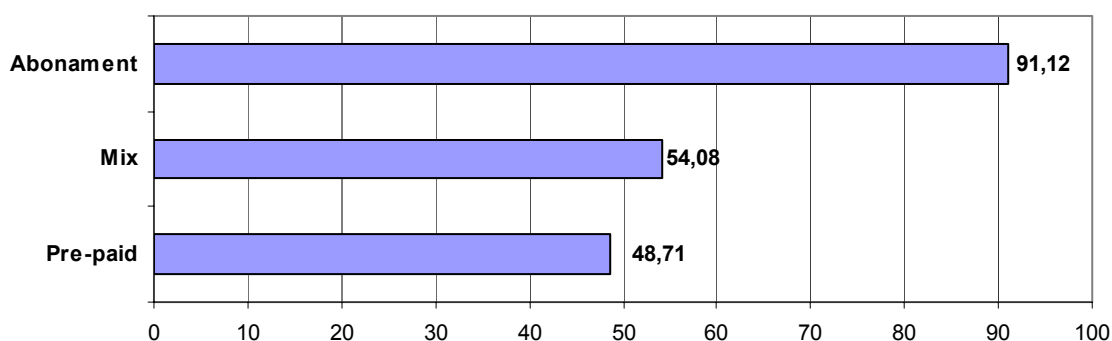
Średnia miesięczna opłata za korzystanie z telefonu komórkowego

Za korzystanie z telefonu komórkowego na abonament badani płacą średnio miesięcznie 91 zł. Użytkownicy telefonów w systemie mix płacą przeciętnie 54zł. Najmniejsze koszty ponoszą użytkownicy telefonów w systemie pre-paid – średnio 49zł na miesiąc.

Wynikać to może z większej kontroli wydatków wynikającej ze sposobu rozliczania wykonywanych połączeń, jak i ograniczeń budżetowych użytkowników systemu pre-paid i Mix.

Wykres 15

Średnia miesięczna opłata za korzystanie z telefonu komórkowego (w złotych)

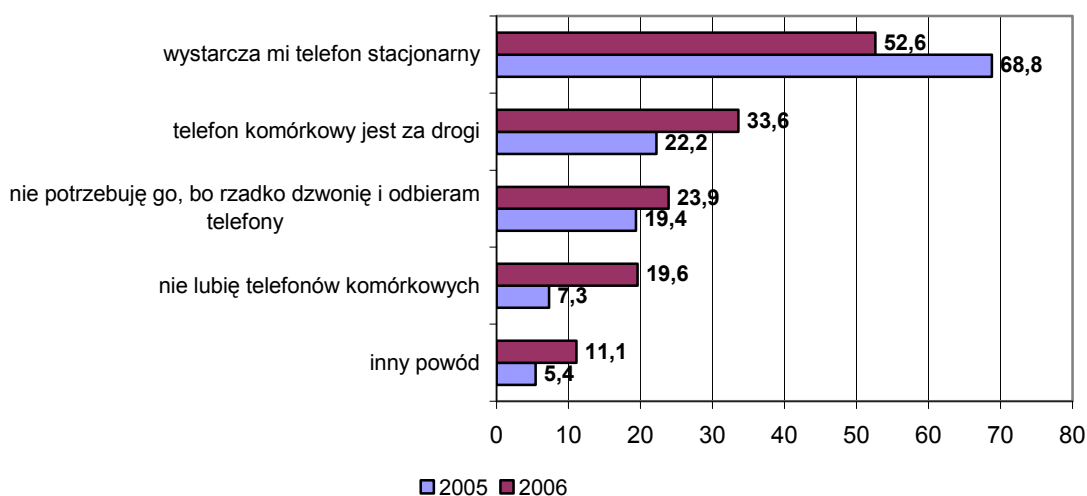


Brak telefonu komórkowego

Telefonu komórkowego w roku 2006 nie posiadało około 35% respondentów, dlatego poroszono ich o wskazanie powodów nieposiadania telefonu. Ponad połowa z tej grupy (53%) uważa, że wystarcza mi telefon stacjonarny. Jedna trzecia (34%) twierdzi, że telefon komórkowy jest za drogi. Co czwarty (24%) nie potrzebuje telefonu komórkowego, bo rzadko dzwoni i odbiera telefony. Jedna piąta (20%) nie lubi telefonów komórkowych. Najczęściej jednak wynika to z kilku przyczyn jednocześnie.

Wykres 16

Przyczyny nieposiadania telefonu komórkowego (w %)*



* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

Internet

Częstotliwość i sposoby korzystania z Internetu

Z przeprowadzonego badania wynika, że komputer staje się powszechnym urządzeniem. Posiada go już ponad połowa (54%) gospodarstw domowych. Według badania przeprowadzonego w 2005 roku komputer posiadało 37,6% respondentów. Wzrost liczby komputerów w gospodarstwach domowych może pozytywnie wpływać na powszechność usług dostępu do Internetu.

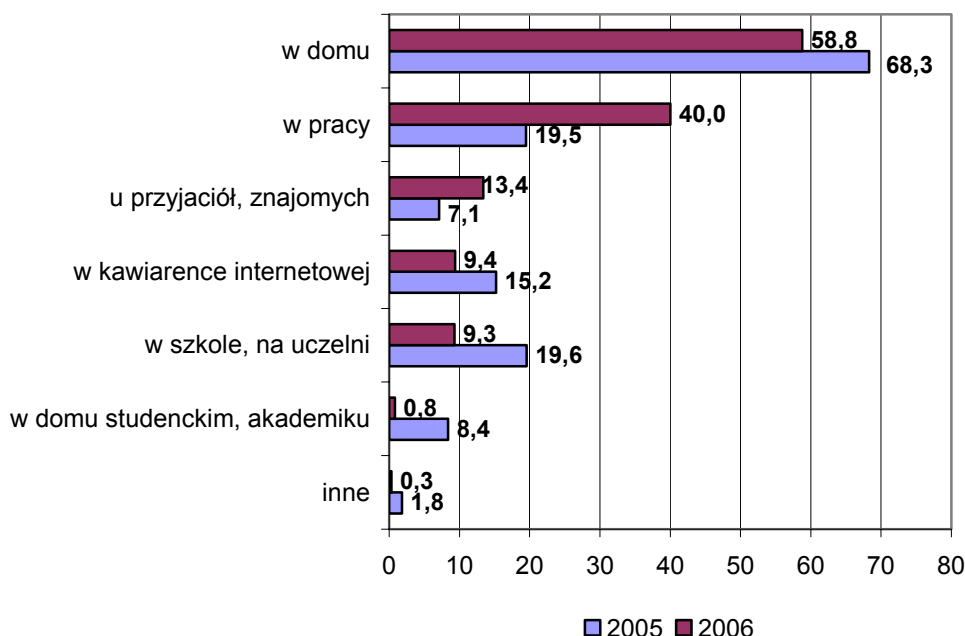
Spośród osób posiadających komputer, blisko trzy piąte (59%) posiada także dostęp do Internetu. I tu ponownie nastąpił znaczny wzrost w porównaniu z rokiem 2005, kiedy to posiadanie dostępu do Internetu deklarowało 37,4% osób posiadających komputer.

Blisko połowa badanych (45%) oświadcza, że w ciągu ostatniego miesiąca korzystała z Internetu.

W grupie osób, które korzystały z Internetu w ciągu ostatniego miesiąca najczęściej (59%) korzysta z Internetu w domu. 40% korzysta z dostępu Internetu w pracy, a co siódmy respondent (13%) u przyjaciół i znajomych. Z kawiarenek internetowych korzysta 9% internautów, podobny odsetek korzysta z Internetu w szkołach lub na uczelniach (9%).

Wykres 17

Miejsca korzystania z dostępu do Internetu (w %)*



* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

W porównaniu z wynikami badania z 2005 roku, znacznie wzrosła popularność korzystania z usług Internetu w pracy, zmalała natomiast frakcja respondentów korzystająca z kawiarenek internetowych.

Dla większości badanych, którzy korzystają z Internetu, medium to jest codziennym źródłem informacji lub narzędziem komunikowania się.

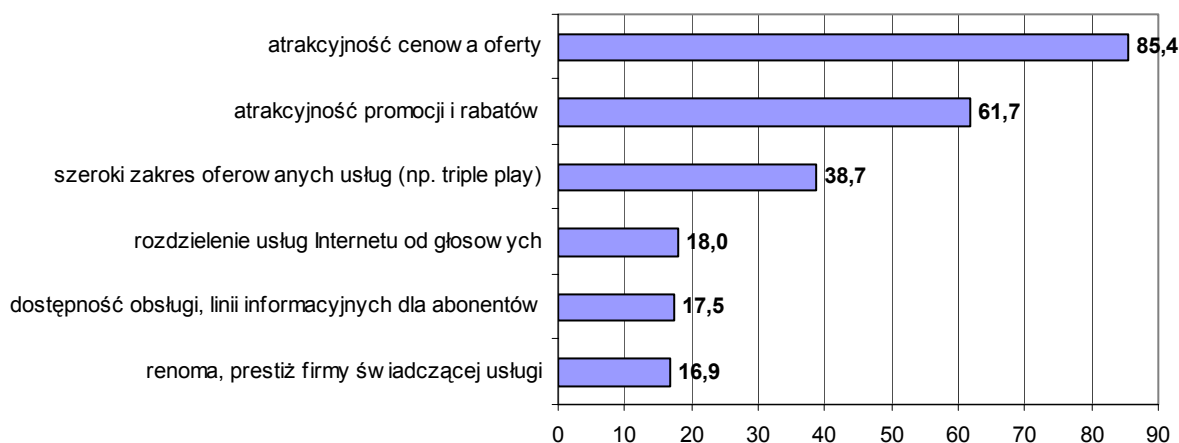
W grupie osób korzystających z Internetu ponad połowa (52%) łączy się z tą siecią codziennie, co piąty (20%) 3 do 5 razy w tygodniu, a co szósty (17%) 1 do 2 razy w tygodniu. Wyniki te nie uległy znacznym zmianom w porównaniu z rokiem 2005.

Czynniki wyboru dostawcy usług internetowych

Respondenci, przy ewentualnej zmianie dotychczasowego dostawcy usługi dostępu do sieci Internet, najczęściej kierowaliby się atrakcyjnością cenową oferty dostawcy usług (85%) oraz atrakcyjnością promocji i rabatów (62%). Szeroki zakres oferowanych usług jest ważnym kryterium dla 39% respondentów. Możliwość rozdzielenia Internetu od usług głosowych byłaby czynnikiem skłaniającym do zmiany usługodawcy dla 18% ankietowanych.

Wykres 18

Kryteria wyboru przy ewentualnej zmianie dotychczasowego dostawcy usługi dostępu do sieci Internet (w %)



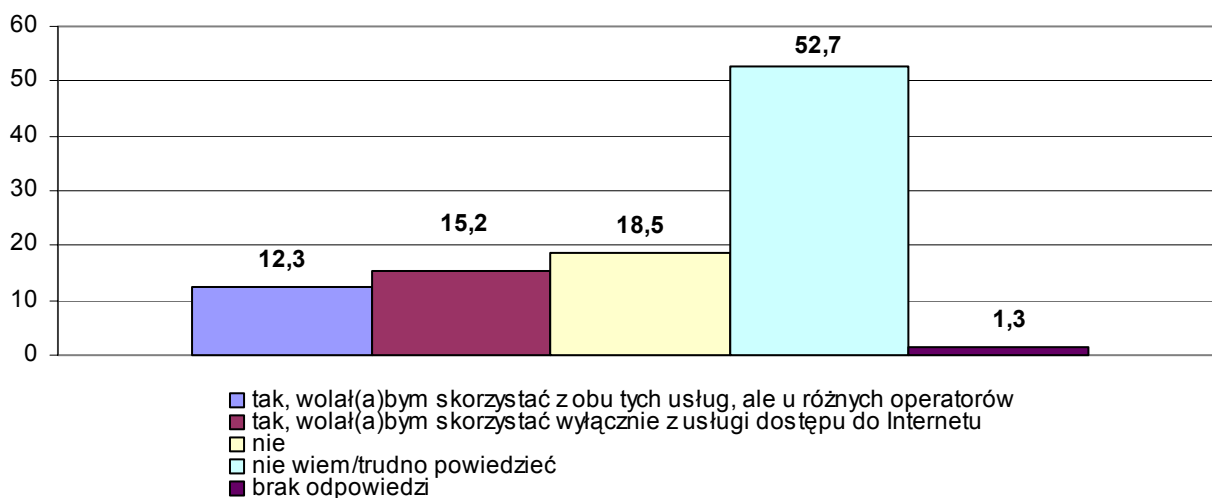
* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

Preferencje odnośnie ofert dostępu Internetu

W związku z wprowadzeniem usługi uwolnienia pętli lokalnej na rynku hurtowym, respondenci zostali poproszeni o opinię w sprawie możliwości oddzielnego zakupu usług dostępu do sieci Internet i usług połączeń telefonicznych. Okazało się, że ponad połowa respondentów (53%) nie ma zdania na ten temat. Zdecydowanie nie zainteresowani możliwością oddzielnego zakupu usług dostępu do sieci Internet i usług połączeń telefonicznych stanowią 19%. Co ósmy badany (12%) chciałby skorzystać z obu analizowanych usług, ale u różnych operatorów. Niewiele wyższy odsetek (15%) deklaruje, że wolałby skorzystać tylko z usługi dostępu do Internetu.

Wykres 19

Możliwość zakupu rozdzielonych usług dostępu do Internetu i połączeń telefonicznych (w %)

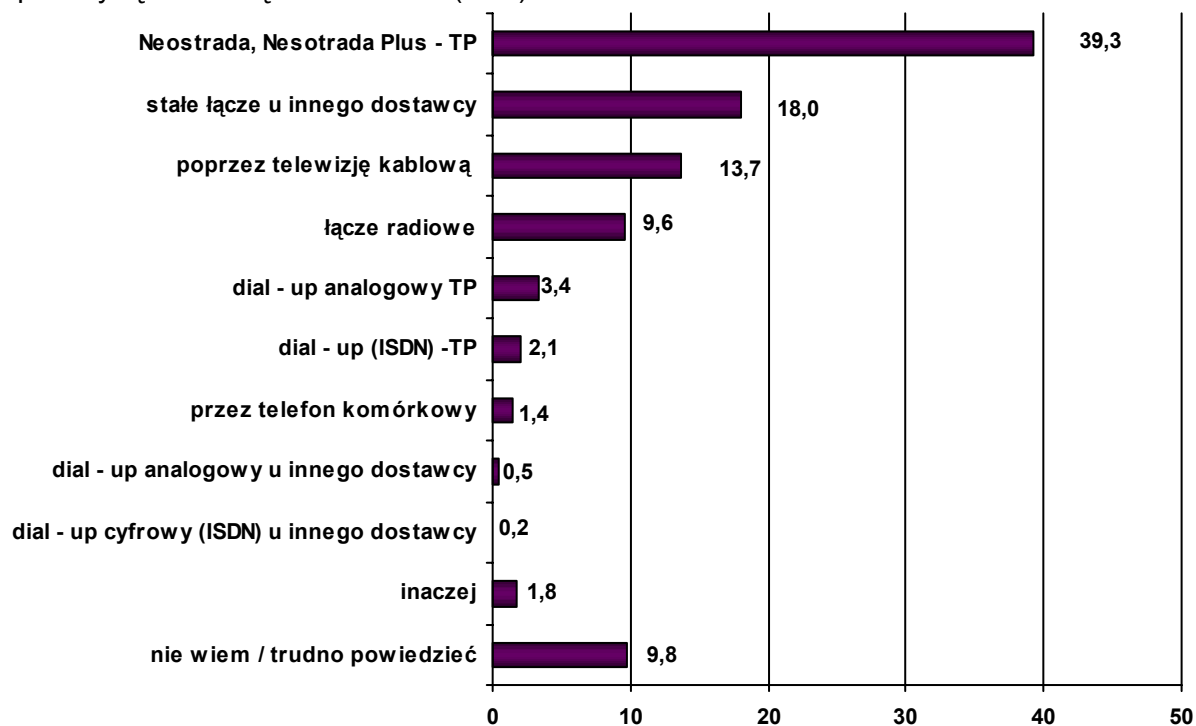


Co czwarty respondent (23%) jest skłonny zrezygnować ze zwykłego abonamentu telefonicznego w przypadku dostępu do Internetu szerokopasmowego, w ramach którego możliwe byłoby wykonywanie połączeń głosowych. Podobny odsetek (28%) osób twierdzi, że nie zrezygnowałby ze zwykłego abonamentu telefonicznego mając dostęp do Internetu szerokopasmowego, w ramach którego możliwe byłoby wykonywanie połączeń głosowych. Blisko połowa uczestników badania (47%) nie posiada zdecydowanej opinii w tej kwestii.

Sposoby łączenia z Internetem

Najczęściej wskazywanym sposobem łączenia się w domu z Internetem jest Neotrada lub Neotrada Plus oferowana przez Telekomunikacje Polską (39%). Na kolejnych miejscach plasują się stała łącza innych dostawców - 18%, łącza telewizji kablowych - 13% oraz łącza radiowe - 10%.

Wykres 20
Sposoby łączenia się z Internetem (w %)



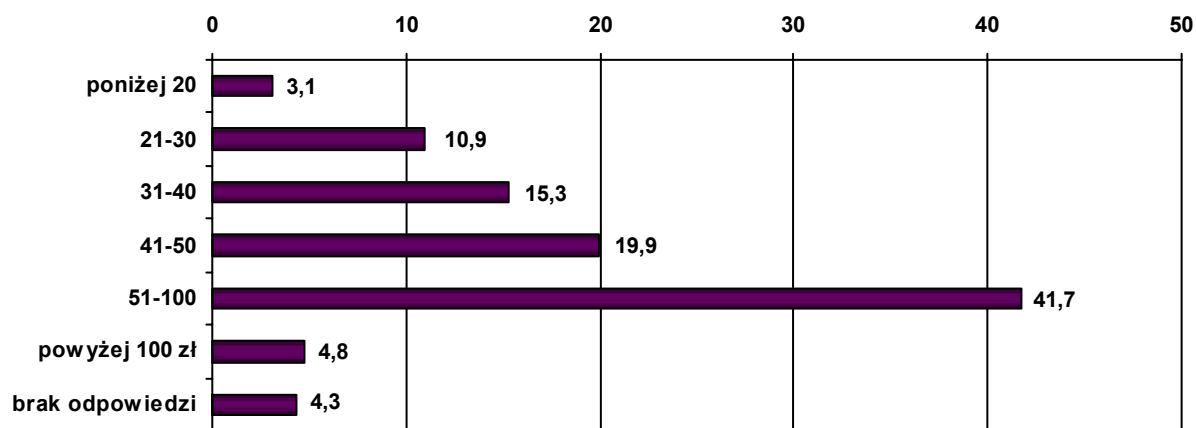
O kilkanaście punktów procentowych spadła popularność wdzianego (dial-up) dostępu do Internetu. Był to największy odnotowany spadek.

Cena za połączenia z Internetem

Miesięczna wysokość rachunków za dostęp do Internetu u połowy badanych nie przekracza 55 złotych. Przeszło 40% respondentów deklaruje, że za Internet płaci średnio miesięcznie od 51 do 100 złotych. Średnia wysokość miesięcznego rachunku za dostęp do Internetu w domu wynosi 58 złotych.

Wykres 21
Wysokość miesięcznych rachunków za dostęp do Internetu (w %)

Średnia: 58,25 zł Mediana: 55 zł

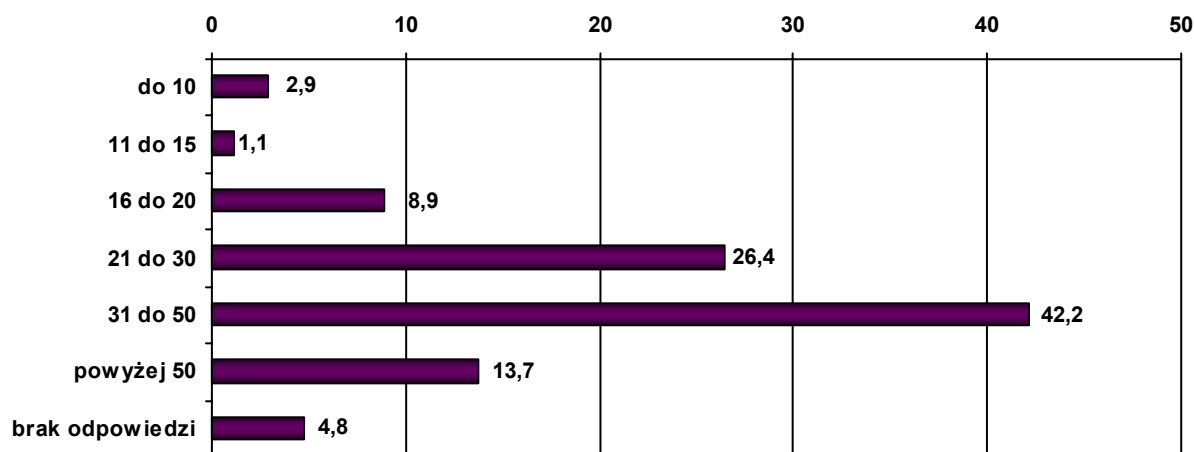


Niestety średnia wysokość opłaty za dostęp do sieci Internet nie pokrywa się w preferowaną maksymalną kwotę, którą byliby skłonni zapłacić za tę usługę. Połowa respondentów byłaby skłonna zapłacić poniżej 40 zł.

Wykres 22

Preferowana maksymalna miesięczna cena za dostęp do sieci Internet – stałe łącze (miesięcznie) (w %)

Średnia: 44,23 zł, Mediana: 40 zł



Zwyczaje korzystania z komunikatorów internetowych

Komunikatory tekstowe

W roku 2005 z komunikatorów tekstowych korzystało niemal 70% osób korzystających z Internetu. W roku 2006 liczba ta spadła do 56%. Spadek popularności komunikatorów tekstowych był spowodowany wzrostem popularności komunikatorów głosowych o 30 punktów procentowych w stosunku do roku 2005.

Korzystanie z internetowych komunikatorów tekstowych	2005	2006
Tak	69,9	56,1
Nie	28,4	37,3
Nie wiem/Brak odpowiedzi	1,7	6,6

Zdecydowanie najpopularniejszym komunikatorem tekstowym jest Gadu-Gadu – 85% korzystających z internetowych komunikatorów tekstowych deklaruje używanie tego programu. Drugim w według popularności jest Tlen – wskazuje go 9% osób z tej grupy. Internetowe komunikatory tekstowe dla osób, które ich używają, stanowią narzędzie do codziennego kontaktu.

Prawie połowa korzystających z tekstowych komunikatorów internetowych czyni to codziennie (48%). 28% użytkowników komunikatorów korzysta z komunikatora 3-5 razy w tygodniu, a 18% 1-2 razy w tygodniu.

Komunikatory głosowe

Zdecydowana większość użytkowników Internetu (71%) korzysta z internetowych komunikatorów głosowych. najpopularniejszym komunikatorem głosowym jest Skype – 89% korzystających z internetowych komunikatorów głosowych deklaruje używanie tego programu. Wskazywane są też Tlenofon (3,3%), Spik (1,3%) oraz Gadu-Gadu (0,7%).

Dla części badanych, prowadzących rozmowy głosowe za pomocą komunikatora internetowego, narzędzie to może w dużej mierze zastępować tradycyjny telefon.

Co trzeci korzystający z głosowych komunikatorów internetowych (36%) czyni to codziennie. 31% osób z tego grona korzysta z komunikatora 3-5 razy w tygodniu, a 18% 1-2 razy w tygodniu.

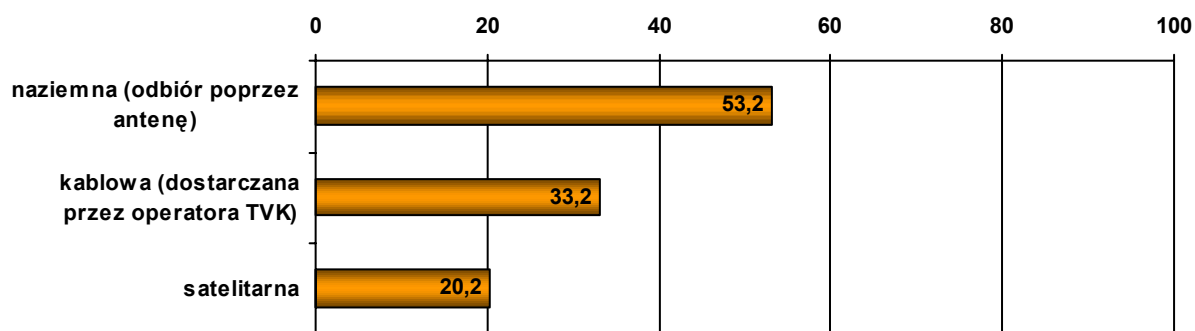
Zdecydowana większość (79%) korzystających z internetowych komunikatorów głosowych dokonuje połączeń na inny komputer. Co dziesiąta osoba (11%) wykonuje połączenia do krajowej sieci stacjonarnej. Po 3,3% łączy się z krajową siecią komórkową oraz międzynarodową siecią stacjonarną.

Zwyczaje korzystania z telewizji

Ponad połowa (53%) badanych korzysta z telewizji naziemnej (odbieranej poprzez antenę), 33% z telewizji kablowej (dostarczanej przez operatora TVK), a co piąty ankietowany (20%) z telewizji satelitarnej.

Wykres 23

Korzystanie z poszczególnych rodzajów telewizji (w %)*

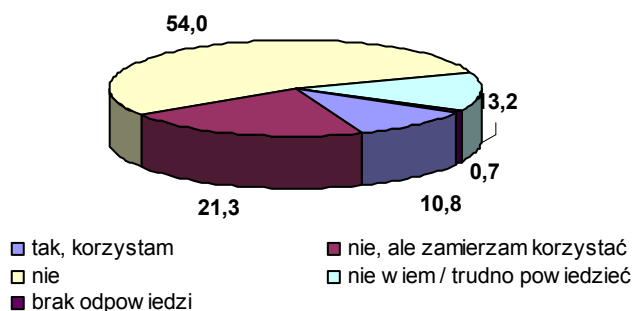


* Wyniki nie sumują się do 100,0%, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

Wyniki sondażu wskazują, że wśród Polaków obecne jest zainteresowanie telewizją cyfrową, choć przeszło połowa badanych cały czas korzysta z telewizji emitującej sygnał analogowy. Do tej pory z usługi telewizji cyfrowej korzysta co dziesiąty badany (11%).

Co piąty respondent (21%) deklaruje, że jest zainteresowany w przyszłości takim rozwiązaniem. Świadczy to o wysokim potencjale wzrostu i stwarza szeroki zakres możliwości dla operatorów działających na tym rynku.

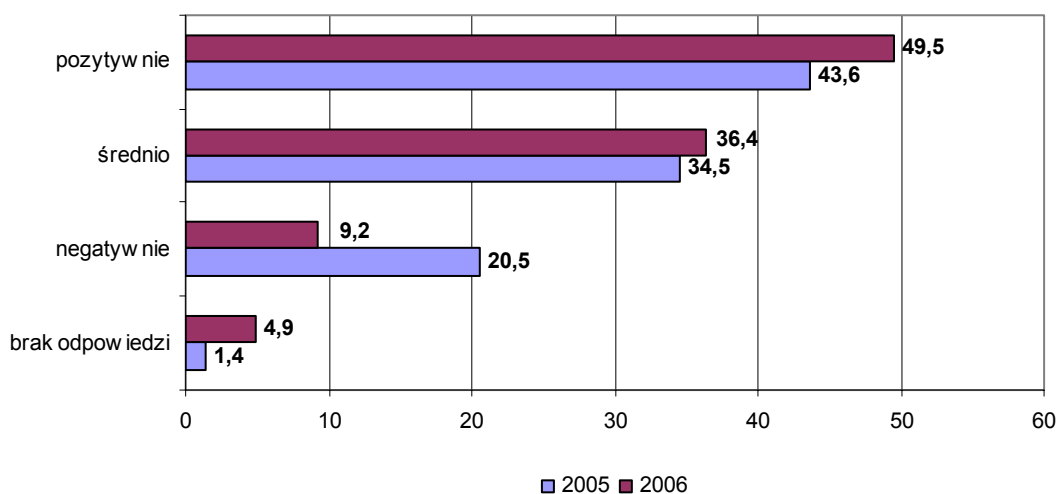
Wykres 24
Korzystanie z telewizji cyfrowej (w %)



Ocena oraz konkurencyjność rynku telekomunikacyjnego

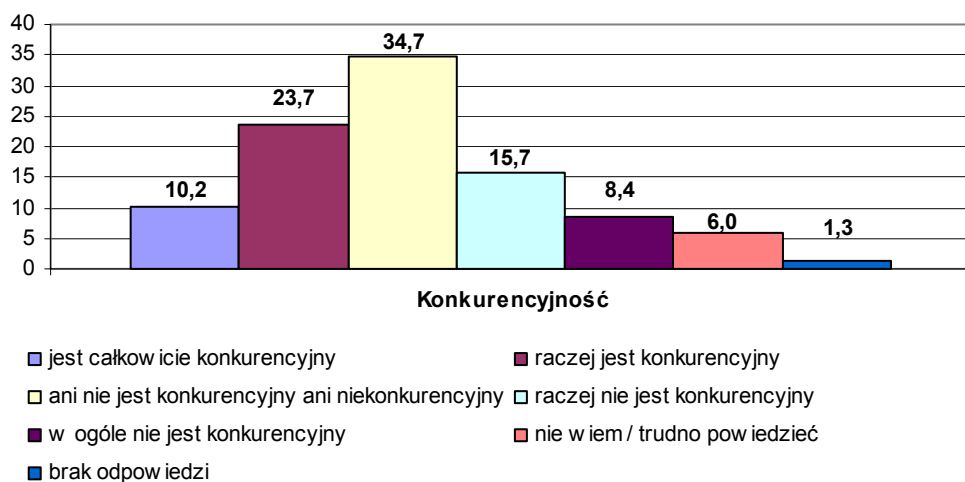
Połowa respondentów (49% - suma wskazań bardzo dobrze i dobrze) pozytywnie ocenia rynek telekomunikacyjny pod względem jego funkcjonowania, konkurencyjności, nowoczesności technologii oraz produktów. Co trzeci badany (36%) ocenia analizowany rynek średnio, a tylko jedna dziesiąta (9%) pytanym osób udziela odpowiedzi z zakresu źle i bardzo źle. Widać zdecydowaną przewagę ocen pozytywnych nad negatywnymi oraz poprawę w stosunku do roku 2005.

Wykres 25
Ocena polskiego rynku telekomunikacyjnego (w %)



Co trzeci (34%) badany posiada pozytywną opinię na temat konkurencyjności polskiego rynku telekomunikacyjnego. Co czwarty badany (24%) uważa, że rynek telekomunikacyjny jest niekonkurencyjny. Co trzeci badany (35%) nie jest zdecydowany czy polski rynek telekomunikacyjny jest konkurencyjny czy niekonkurencyjny.

Wykres 26
Konkurencyjność rynku telekomunikacyjnego (w %)



Wyniki badania ukazują dwa zjawiska zachodzące w chwili obecnej na rynku telefonii stacjonarnej. Z jednej strony abonentów ubywa ze względu na wysokie opłaty za użytkowanie linii, z drugiej strony zaś linie stacjonarne są likwidowane przez abonentów na rzecz wykorzystywania jedynie telefonii ruchomej.

Penetracja na rynku telefonii ruchomej stale rośnie, podobnie do stopnia penetracji dostępu do sieci Internet. Warto zauważyć, że systematycznie spada liczba użytkowników korzystających z wdzwanianego dostępu do Internetu na rzecz stałego dostępu szerokopasmowego.

Badanie zrealizowano w dniach 6 - 12 grudnia 2006 roku na terenie całego kraju na próbie 1616 respondentów. Zastosowana metoda badawcza opierała się na zestandaryzowanych wywiadach kwestionariuszowych.