

Analiza cen usług mobilnego Internetu w Polsce

Warszawa, sierpień 2009 r.

Spis treści

1. Zakres i cel analizy	3
2. Podstawowe wnioski	3
3. Założenia metodologiczne	6
3.1. Założenia ogólne.....	6
3.2. Założenia dla profili post-paid i biznes.....	7
3.3. Założenia dla profilu pre-paid	8
4. Miesięczne koszty korzystania z mobilnego Internetu	9
4.1. Oferty abonamentowe z limitem do 1 GB łącznie	9
4.1.1 Oferty dla klientów typu post-paid	9
4.1.2 Oferty dla klientów typu biznes.....	11
4.2. Oferty abonamentowe z limitem transferu od 1 do 5 GB łącznie.....	12
4.2.1 Oferty dla klientów typu post-paid	12
4.2.2 Oferty dla klientów typu biznes.....	14
4.3. Oferty abonamentowe z limitem transferu od 5 do 10 GB łącznie.....	15
4.3.1 Oferty dla klientów typu post-paid	15
4.3.2 Oferty dla klientów typu biznes.....	17
4.4. Oferty abonamentowe z limitem transferu powyżej 10 GB	18
4.4.1 Oferty dla klientów typu post-paid	18
4.4.2 Oferty dla klientów typu biznes.....	20
4.5. Pozostałe statystyki dla ofert abonamentowych	21
4.6. Oferty pre-paid.....	23
Spis wykresów	25

1. Zakres i cel analizy

W ramach swojej działalności Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej monitoruje zmiany wysokości opłat z tytułu usług świadczonych klientom przez krajowych operatorów telefonii ruchomej, w tym z tytułu usług bezprzewodowego dostępu do sieci Internet (tzw. mobilny Internet). Biorąc pod uwagę niezwykle dynamiczny rozwój Internetu w sieciach mobilnych, czego dowodem jest ponad dwukrotny przyrost liczby użytkowników tej usługi na przestrzeni ostatniego roku, analiza cen oferowanych przez operatorów telefonii ruchomej ma priorytetowe znaczenie z punktu widzenia świadomości konsumentów o wspomnianym segmencie rynku.

Celem analizy jest przedstawienie aktualnych cen usług mobilnego Internetu, w formie kalkulacji kosztów korzystania z tych usług przez użytkowników końcowych, przy określonych założeniach dotyczących ich preferencji w tym zakresie. W analizie zaprezentowane zostały tzw. średnie miesięczne wydatki, jakie klient musi ponieść, aby przy określonych warunkach móc skorzystać z usług mobilnego Internetu w poszczególnych sieciach krajowych operatorów telefonii ruchomej.

Prezes UKE zastrzega, iż podane w analizie średnie miesięczne wydatki dotyczą założeń opisanych w rozdziale 3, tak więc nie mogą stanowić podstawy całościowej oceny oferty danego operatora względem jego rynkowych konkurentów. W celu wybrania optymalnej w własnego punktu widzenia oferty mobilnego Internetu, każdy konsument powinien dokonać własnych kalkulacji kosztów, opartych na indywidualnych założeniach np. miesięcznego zużycia limitu transferu danych, preferowanego typu modemu, pożądanej technologii dostępu czy oferowanych usług dodatkowych.

2. Podstawowe wnioski

Systematyczny wzrost zainteresowania konsumentów usługami mobilnego Internetu wymusza na operatorach aktywną walkę o potencjalnych klientów. W okresie od czerwca 2008 do czerwca 2009 roku na krajowym rynku podwoiła się liczba modemów bezprzewodowego Internetu, a nasycenie usługami osiągnęło blisko 5% (Wykres 1).

Po stronie podaży pojawiło się wiele ciekawych ofert, których różnorodność z jednej strony cieszy, z drugiej może czynić wybór optymalnej taryfy stosunkowo skomplikowanym procesem, uzależniony od specyficznych preferencji użytkownika końcowego.

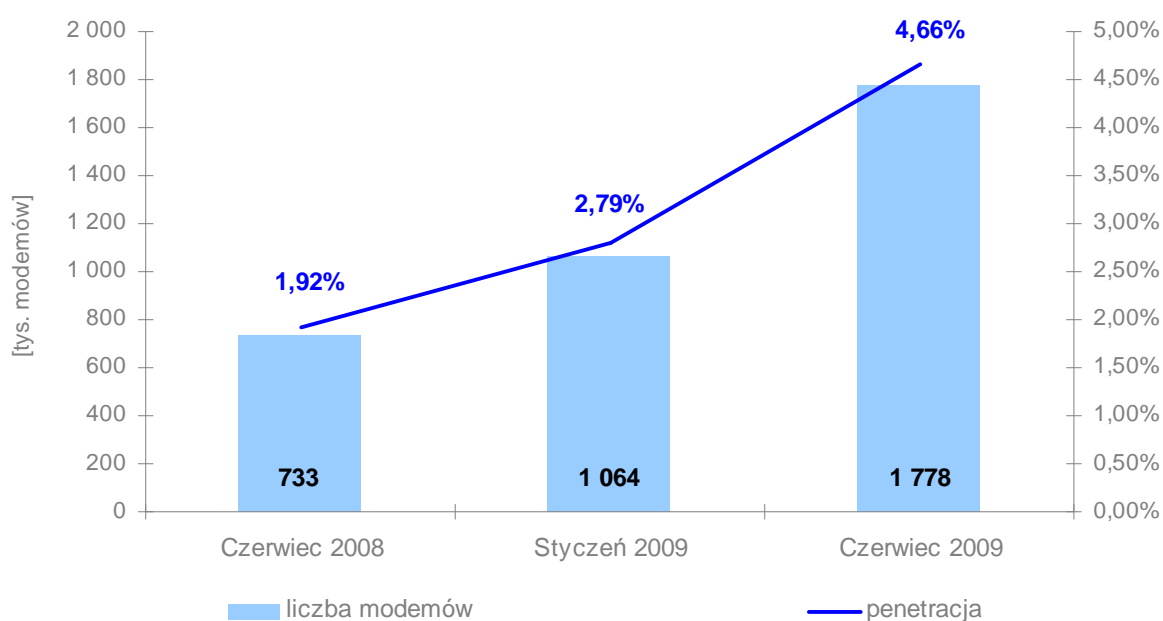
Rynkowe ceny aktywacji usługi w abonamencie wahają się w przedziale od 1 do 189 PLN z VAT. Średnia opłata miesięczna za korzystanie z usługi wynosi natomiast ok. 55 PLN z VAT dla klienta post-paid oraz ok. 36 PLN z VAT dla klienta biznesowego. Ponadto klient musi zdecydować się na rodzaj urządzenia niezbędnego do korzystania z usługi – dostępne są uniwersalne modemy zewnętrzne ze złączem USB, które można podłączyć praktycznie do każdego typu notebooka, jak również karty modemowe PCMCIA i ich nowocześniejsze, węższe wersje typu ExpressCard. Oferty abonamentowe oferują z reguły od kilku do kilkunastu typów urządzeń dla każdego planu taryfowego, ponadto coraz więcej kart modemowych typu ExpressCard oferowanych jest z adapterem PCMCIA, co zwiększa funkcjonalność urządzeń, osiągalnych już za symboliczną złotówkę.

Zdecydowanie droższy koszt aktywacji ponoszą klienci usługi systemie przedpłaconym. W przypadku ofert na kartę odpowiednikiem aktywacji jest zestaw startowy, w skład którego wchodzi karta SIM oraz starter z pierwszym doładowaniem konta. W wielu przypadkach modem trzeba zakupić oddzielenie i to po cenie poza jakąkolwiek promocją, przez co koszt znacznie wzrasta. W konsekwencji opłata aktywacyjna w systemie pre-paid ma znacznie większy udział w średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi aniżeli w przypadku post-paid, gdzie dwuletni kontrakt gwarantuje operatorowi zwrot z subsydiowanego urządzenia. Ceny aktywacji wraz z modemem w pre-paid wahały się w analizowanych ofertach od 249 nawet do 919 PLN z VAT.

Samo miesięczne wykorzystanie usługi w systemie pre-paid jest już zdecydowanie tańsze i wymaga wydatku średnio ok. 19 PLN z VAT miesięcznie, celem utrzymania aktywnego konta przez co najmniej 2 lata.

Z kolei miesięczne ceny abonamentów oscylują w przedziale 29 - 160 PLN z VAT dla klientów post-paid oraz od 25 do 157 PLN z VAT dla klientów biznesowych. Na rynku jest coraz więcej ofert z początkowym okresem promocyjnym o obniżonej opłacie, który jednak nie zawsze zmniejsza całościowy koszt ponoszonych wydatków. Promocyjny abonament często łączy się z droższą aktywacją lub wyższymi cenami modemów i kart. Za wyborem oferty promocyjnej przemawia natomiast częsta możliwość próbnego wykorzystania usługi i rozwiązania umowy w przypadku braku satysfakcji klienta.

Wykres 1. Liczba modemów 2G/3G oraz penetracja rynku usługami mobilnego Internetu w Polsce



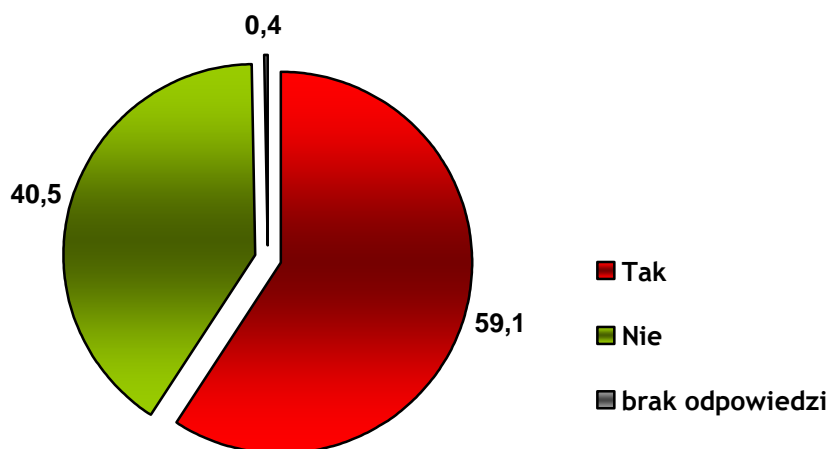
Źródło: UKE

Komentarz 1.: ludność Polski za czerwiec 2009 roku na podstawie szacunków własnych (analogiczny trend wzrostu jak w okresie czerwiec – styczeń 2009).

Komentarz 2.: ludność Polski za czerwiec 2008 oraz styczeń 2009 na podstawie bazy danych GUS z dnia 20.08.2009 (dane za czerwiec 2008 wg danych GUS za pierwsze półrocze 2008 roku, dane za styczeń 2009 wg danych GUS na koniec 2008 roku).

Oferty mobilnego Internetu oferowane są w wielu wariantach limitu transferu, który waha się od 250 MB nawet do 19,5 GB w ofertach abonamentowych. Większość operatorów oferuje przynajmniej kilka różnych limitów transferu, a po ich przekroczeniu dodatkowe pakiety danych w promocyjnych cenach. Taka różnorodność ofert stanowi odpowiedź na oczekiwania konsumentów, którzy w coraz większym stopniu wykorzystują Internet, nie tylko mobilny. Z badań zrealizowanych na zlecenie UKE wynika, iż ponad połowa respondentów (59,1%) korzystała w grudniu 2008 roku z usługi Internetu (Wykres 2). Biorąc pod uwagę rosnącą penetrację usługami Internetu mobilnego, można przyjąć, że usługa ta jest obecnie we wczesnej fazie wzrostu i w kolejnych analizowanych okresach utrzyma dodatnie tempo przyrostu penetracji.

Wykres 2. Korzystanie z Internetu w ciągu ostatniego miesiąca (w %, N= 1600)



Źródło: CBM Indicator na zlecenie UKE, grudzień 2008

Komentarz: pytanie - Czy w ciągu ostatniego miesiąca korzystał(a) Pan(i) z Internetu?

Rosnące zainteresowanie usługami nie przekłada się jednak na jakość obsługi klienta. W trakcie zbierania danych na potrzeby niniejszej analizy, napotkano na wiele problemów związanych z uzyskaniem wiarygodnych informacji. Zdarzało się, iż na stronach operatorów dostępne były nieaktualne już cenniki a nawet oferty w detalach zdające się wzajemnie wykluczać. Co więcej konsultanci z infolinii często nie byli w stanie udzielić wiarygodnych wyjaśnień, niekiedy przyznając się do niewiedzy w zakresie nowej oferty, której „jeszcze nie zdążyli się nauczyć”. Informacje przedstawiane przez nich w oparciu o wewnętrzne bazy danych nie zawsze były spójne z informacjami na stronach internetowych, a sami konsultanci twierdzili, iż nie są w stanie zweryfikować informacji zawartych w internetowych portalach swoich firm. Sugerowano kontakt z rzecznikiem prasowym spółki, a nawet zakup tańszych modemów na aukcjach internetowych. Należy podkreślić, iż problem nie dotyczy wszystkich analizowanych operatorów, a jedynie wybranych przypadków, nie mniej jednak, przy okazji kolejnych analiz w zakresie mobilnego Internetu jak również innych raportów dotyczących telefonii ruchomej, Prezes UKE będzie również monitorował wiarygodność i rzetelność informacji zamieszczanych na stronach internetowych operatorów oraz udzielanych przez konsultantów, mając na uwadze dbałość, o jakość obsługi klienta.

Kalkulując koszt korzystania z wybranej oferty, użytkownik końcowy powinien pamiętać, iż na jego średnie miesięczne wydatki najbardziej wpływać będzie cena modemu w przypadku usług przedpłaconych oraz cena abonamentu poza promocją w przypadku usług abonamentowych (tu modemy i karty są z reguły osiągalne już za złotówkę). Promocje polegające na obniżonej opłacie w pierwszych cyklach rozliczeniowych przeważnie nie obniżają jej całkowitego kosztu, dają jednak często możliwość przetestowania usługi w pierwszym cyklu rozliczeniowym. Aby lepiej oszacować koszty korzystania z usługi, warto zaczerpnąć informacji z kilku różnych źródeł operatora (infolinia, Internet, salon sprzedaży).

3. Założenia metodologiczne

3.1. Założenia ogólne

W analizie uwzględniono oferty mobilnego Internetu, dostępne dla użytkowników końcowych oraz nie powiązane z innymi usługami oferowanych przez następujących operatorów telefonii ruchomej:

- PTK Centertel Sp. z o.o. (nazwa usługi: Orange Free);
- Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. (blueconnect);
- Polskotel S.A. (iPlus);
- P4 Sp. z o.o. (Play Online);
- Aster Sp. z o.o. (Aster).

W analizie nie została uwzględniona oferta operatora Netia S.A. ponieważ nie spełnia ona założeń ogólnych – usługa mobilnego Internetu dostępna jest wyłącznie w połączeniu z innymi usługami oferowanymi przez operatora

Analizę przeprowadzono dla trzech profili klientów:

- klient abonamentowy indywidualny (post-paid);
- klient indywidualnych biznesowy (biznes);
- klient usług przedpłaconych (pre-paid).

Analiza opiera się na kalkulacji tzw. średniego miesięcznego kosztu korzystania z usługi, skalkulowanego jako suma wszystkich kosztów ponoszonych przez klienta w ciągu analizowanego okresu korzystania z usługi, podzielonego przez liczbę cykli (miesiące) korzystania z usługi.

Okres korzystania z usługi to:

- dla klientów abonamentowych: oferta na 2 lata tj. 24 cykle rozliczeniowe, lub, w przypadku braku takiej opcji w taryfie, inna opcja posiadająca mniejszą liczbę cykli jednakże możliwie bliską 24 cyklom rozliczeniowym;
- dla klientów usług przedpłaconych: 730 dni aktywnego konta na usługę mobilnego Internetu (730 dni = 2 lata kalendarzowe \approx 24 cykle rozliczeniowe, z wyłączeniem lat przestępnych).

W przypadku wszystkich trzech profili klientów do kalkulacji wybrano najkorzystniejszą ofertę (tj. najkorzystniejszą możliwą kombinację elementów oferty) z punktu widzenia ponoszenia najniższego średniego kosztu korzystania z usługi, przy czym:

- dla klientów abonamentowych za priorytet przyjęto minimalny koszt wymagany zgodnie z warunkami najkorzystniejszego planu taryfowego w założonym przedziale czasowym.
- dla klientów usług przedpłaconych za priorytet przyjęto minimalny koszt niezbędny do utrzymania aktywnego konta na usługi internetowe w założonym przedziale czasowym, przy określonym sposobie zasilania konta.

Kalkulacji kosztu dokonano z punktu widzenia nowego klienta sieci, tj. zainteresowanego wyłącznie ofertą mobilnego Internetu i nie korzystającego dotychczas i nie zamierzającego nabywać innych usług telekomunikacyjnych oferowanych przez operatora (np. telefonia ruchoma, telefonia stacjonarna, stacjonarny dostęp do Internetu itp.).

Kalkulacja nie uwzględnia wykorzystania innych niż transmisja danych, usług telekomunikacyjnych (połączenia głosowe, SMS, MMS, w kraju, w roamingu, wymiana karty SIM, rachunek szczegółowy, zawieszenie i wznowienie usług, itp.) dostępnych w taryfach mobilnego Internetu.

Kalkulacja nie uwzględnia dodatkowych pakietów innych usług telekomunikacyjnych (połączenia głosowe, SMS, MMS, zestawy startowe pre-paid, itp.) oferowanych na warunkach promocyjnych jako dodatek do taryfy mobilnego Internetu.

Kalkulacja nie uwzględnia ofert z notebookiem (założenie: klient posiada własny komputer).

Kalkulacja nie uwzględnia wykorzystania telefonu komórkowego jako modemu ani ofert powiązanych z takim dostępem do usługi (założenie: wykorzystywanie telefonu komórkowego jako modemu zdeterminowane jest typem posiadanego przez konsumenta telefonu, czego nie można obiektywnie uwzględnić w kalkulacji)

Kalkulacja nie uwzględnia kosztów korzystania z usługi HotSpot (założenie: korzystanie z usługi HotSpot danego operatora nie zawsze wymaga korzystania z oferty mobilnego Internetu tego operatora, jest zaś uwarunkowane parametrami technicznymi własnego komputera czego nie można obiektywnie uwzględnić w kalkulacji).

Uwzględniono oferty dostępne na stronach internetowych operatorów w okresie 19.08.2009 - 21.08.2009

Wszystkie kwoty wyrażono w PLN z VAT.

Kalkulacji dokonano z na podstawie informacji dostępnych na stronach internetowych oraz infoliniach operatorów. Prezes UKE nie ponosi odpowiedzialności za wykorzystanie danych nieaktualnych lub nieprawdziwych w sytuacji, gdy były one dostępne na stronie internetowej i/lub zostały wskazane przez konsultantów operatora jako osiągalne dla konsumenta elementy oferty.

W przypadku wykresów dotyczących udziału elementów składowych w średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu, niektóre wartości elementów składowych są niewidoczne, co oznacza, iż ich udział jest znikomy lub w ogóle nie występują w wybranej do kalkulacji ofercie (np. % udział promocji).

3.2. Założenia dla profili post-paid i biznes

Analizę przeprowadzono dla trzech form korzystania z usługi mobilnego Internetu:

- poprzez modem USB;
- poprzez kartę modemową typu PCMCIA;
- poprzez kartę modemową typu ExpressCard;

przy czym w przypadku oferowania przez operatora karty modemowej typu ExpressCard z adapterem/prześciówką na złącze PCMCIA dana karta mogła być uwzględniona w obu formach korzystania z usługi, o ile spełniała inne założenia dotyczące wyboru modemu/karty. W rezultacie na wykresach dotyczących średniego miesięcznego kosztu korzystania z oferty z wykorzystaniem kart PCMCIA oraz ExpressCard mogą pojawiać się te same wartości liczbowe dla danego operatora.

Analizę przeprowadzono dla czterech przedziałów limitu transferu danych:

- do 1 GB włącznie;
- od 1 do 5 GB włącznie;
- od 5 do 10 GB włącznie;
- powyżej 10 GB;

przy czym, w przypadku zmiennych limitów transferu w analizowanym okresie, podstawą kwalifikacji oferty do przedziału był limit udostępniony w większej liczbie cykli rozliczeniowych.

Brak na konkretnym wykresie oferty któregoś z analizowanych operatorów oznacza, iż nie oferował on usługi spełniającej kryterium przedziału limitu transferu danych.

Modemy i karty wybierano wg kolejnych założeń:

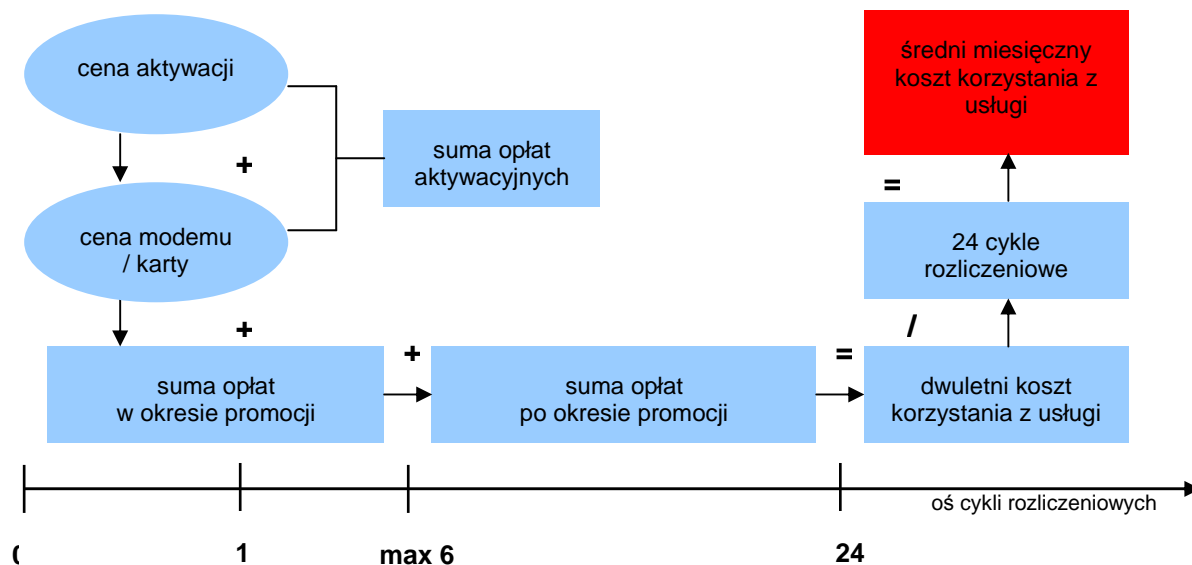
- najtańsze w danym planie taryfowym urządzenie obsługujące co najmniej HSDPA, UMTS, EDGE, GPRS;
- w przypadku kilku urządzeń w tej samej najniższej cenie w danym planie taryfowym, tańszy w większej liczbie planów taryfowych spośród wszystkich dostępnych;

- w przypadku kilku urządzeń tańszy w większej liczbie planów taryfowych spośród wszystkich dostępnych, modem o lepszych parametrach transferu.

Najkorzystniejsza dla klienta oferta była wybierana spośród:

- ofert z / bez początkowego okresu promocyjnej ceny abonamentu;
- ofert z / bez okresu próbnego wykorzystania oferty;
- ofert dostępna w salonie / sklepie internetowym.

Rysunek 1 Schemat kalkulacji oferty dla klienta abonamentowego



3.3. Założenia dla profilu pre-paid

Analizę przeprowadzono z uwzględnieniem formy korzystania z usługi mobilnego Internetu o najniższym koszcie zakupu zestawu startowego z modemem, lub samego modemu (bez względu na typ: modem USB, karta typu PCMCIA czy też karta typu ExpressCard).

Kalkulacji dwuletniego kosztu (730 dni) korzystania z usługi dokonano wg założeń:

- początkowe zasilenie konta zgodnie z nominałem startera (o ile starter zasila konto);
- kolejne zasilenie konta nominałami o najniższej dziennej stawce (nominał karty / liczba dni aktywnych usług internetowych) pozwalającej na ciągłe korzystanie z usługi w ciągu 730 dni.
- ilość wliczonych nominałów o najniższej dziennej stawce, nie może przekroczyć całkowitej liczby dni zakładanej aktywności usługi (okresu 730 dni) z uwzględnieniem doładowania startera.
- dni brakujące do okresu zakładanej aktywności usługi zostają uzupełnione kombinacją nominałów dających możliwie niski pozostały koszt.

Wzór kalkulacji:

$$D(s) + D(x) * l + D(y) * k + D(z) * j + \dots \approx 730 \text{ dni}$$

gdzie:

s - karta startowa;

x - karta o najniższej dziennej stawce (dzienna stawka = nominał / liczba dni aktywności usługi);

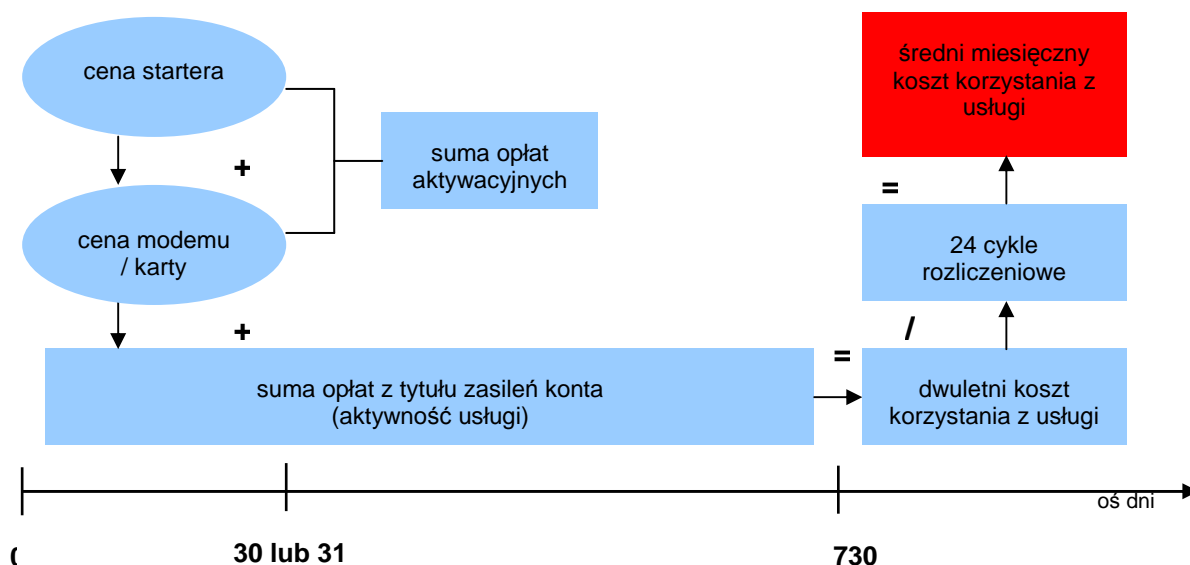
y, z, ... - karty o innych niż x nominałach (przeważnie mniejszych);

D(s) – liczba dni aktywności usługi zgodnie z nominałem startera;

D(x), D(y), D(z) ... - liczba dni aktywności usługi przy doładowaniu kartą x, y, z, ...

l - liczba wykorzystanych kart typu x; k - typu y; j - typu z.

Rysunek 2 Schemat kalkulacji oferty dla klienta usług przedpłaconych



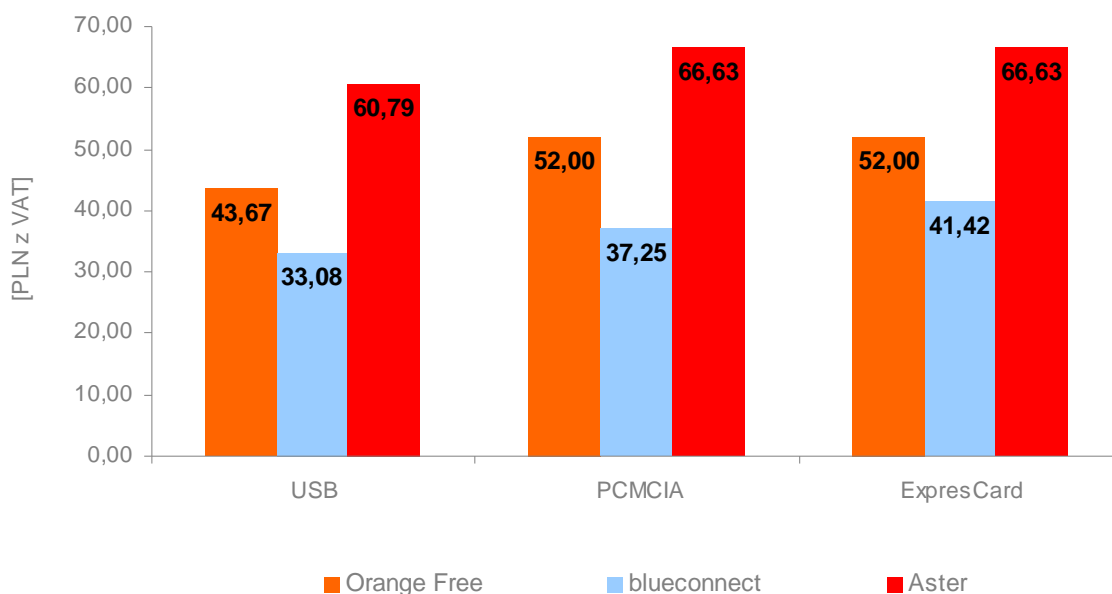
4. Miesięczne koszty korzystania z mobilnego Internetu

4.1. Oferty abonamentowe z limitem do 1 GB włącznie

Poniżej zaprezentowano średnie miesięczne wydatki na usługę mobilnego Internetu przy wykorzystaniu ofert abonamentowych z limitem transferu do 1 GB, w wariantach: z modemem USB, kartą PCMCIA oraz ExpressCard, jak również udział aktywacji, promocji, abonamentu oraz modemu/karty w średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi.

4.1.1 Oferty dla klientów typu post-paid

Wykres 3. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB w ofercie dla klienta typu post-paid



Źródło: UKE

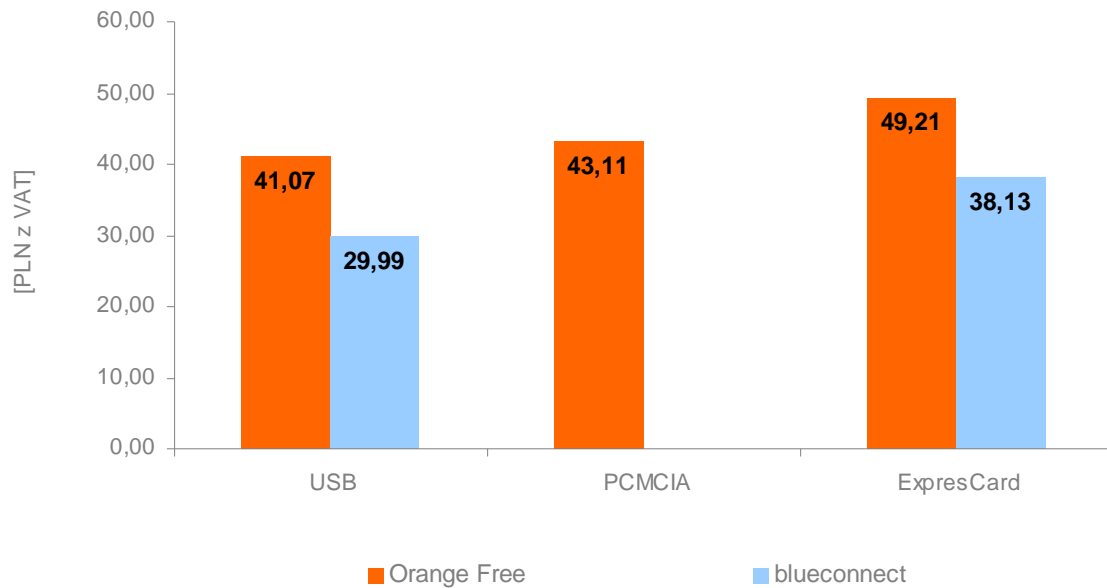
Wykres 4. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB w ofercie dla klienta typu post-paid



Źródło: UKE

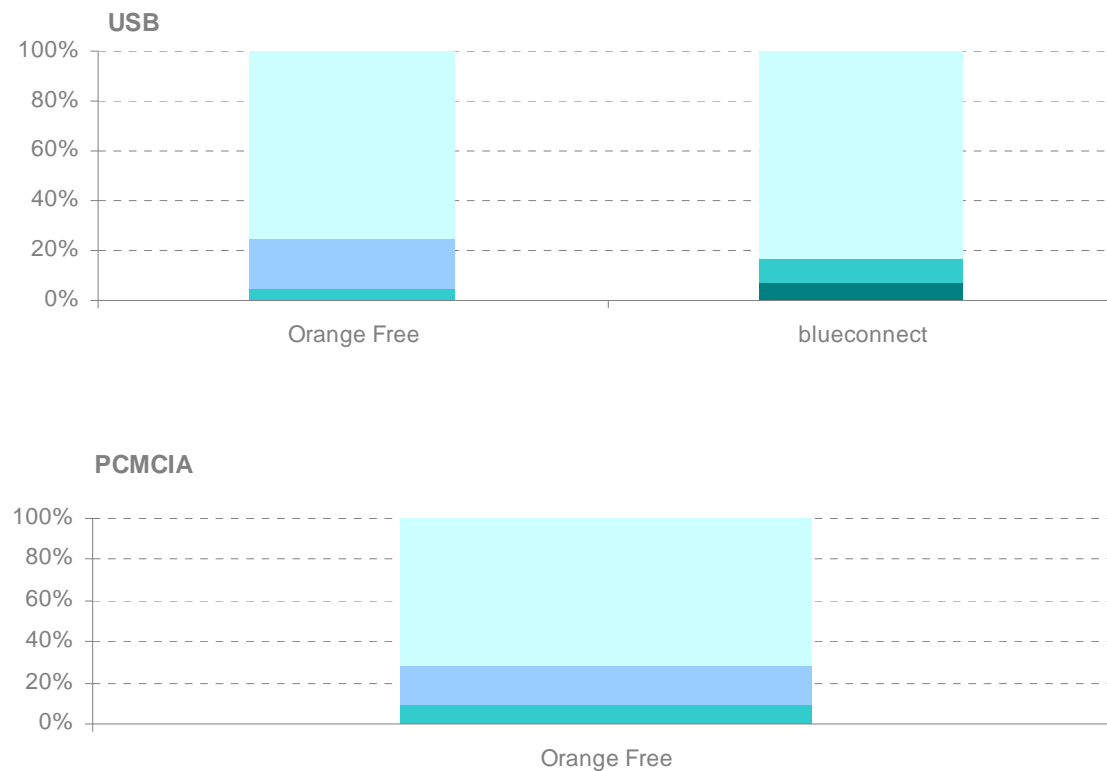
4.1.2 Oferty dla klientów typu biznes

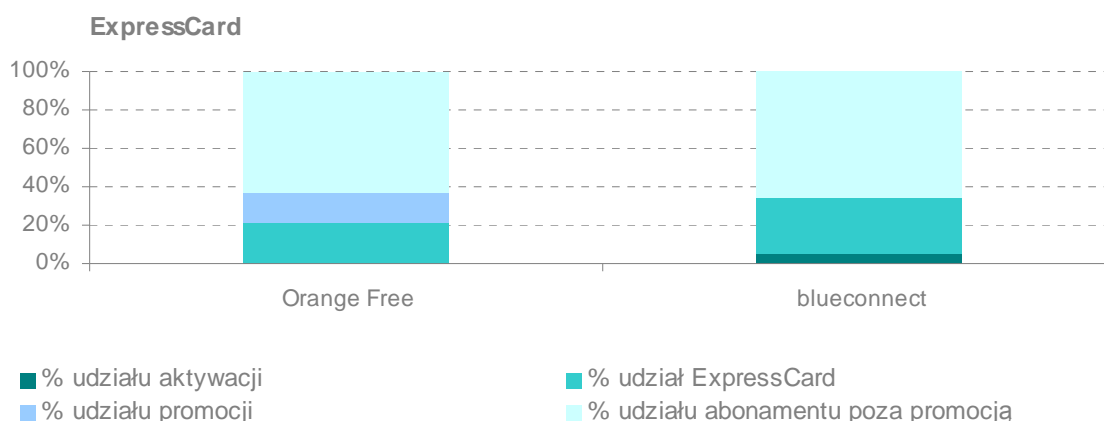
Wykres 5. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB przez klienta typu biznes



Źródło: UKE

Wykres 6. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB przez klienta typu biznes





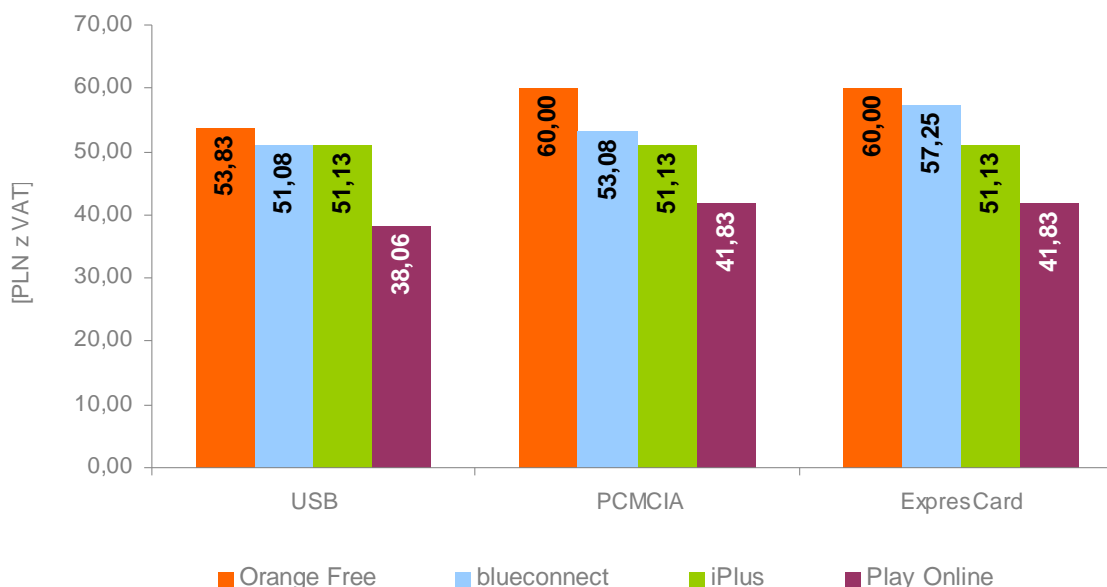
Źródło: UKE

4.2. Oferty abonamentowe z limitem transferu od 1 do 5 GB włącznie

Poniżej zaprezentowano średnie miesięczne wydatki na usługę mobilnego Internetu przy wykorzystaniu ofert abonamentowych z limitem transferu 1 – 5 GB, w wariantach: z modemem USB, kartą PCMCIA oraz ExpressCard, jak również udział aktywacji, promocji, abonamentu oraz modemu/karty w średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi.

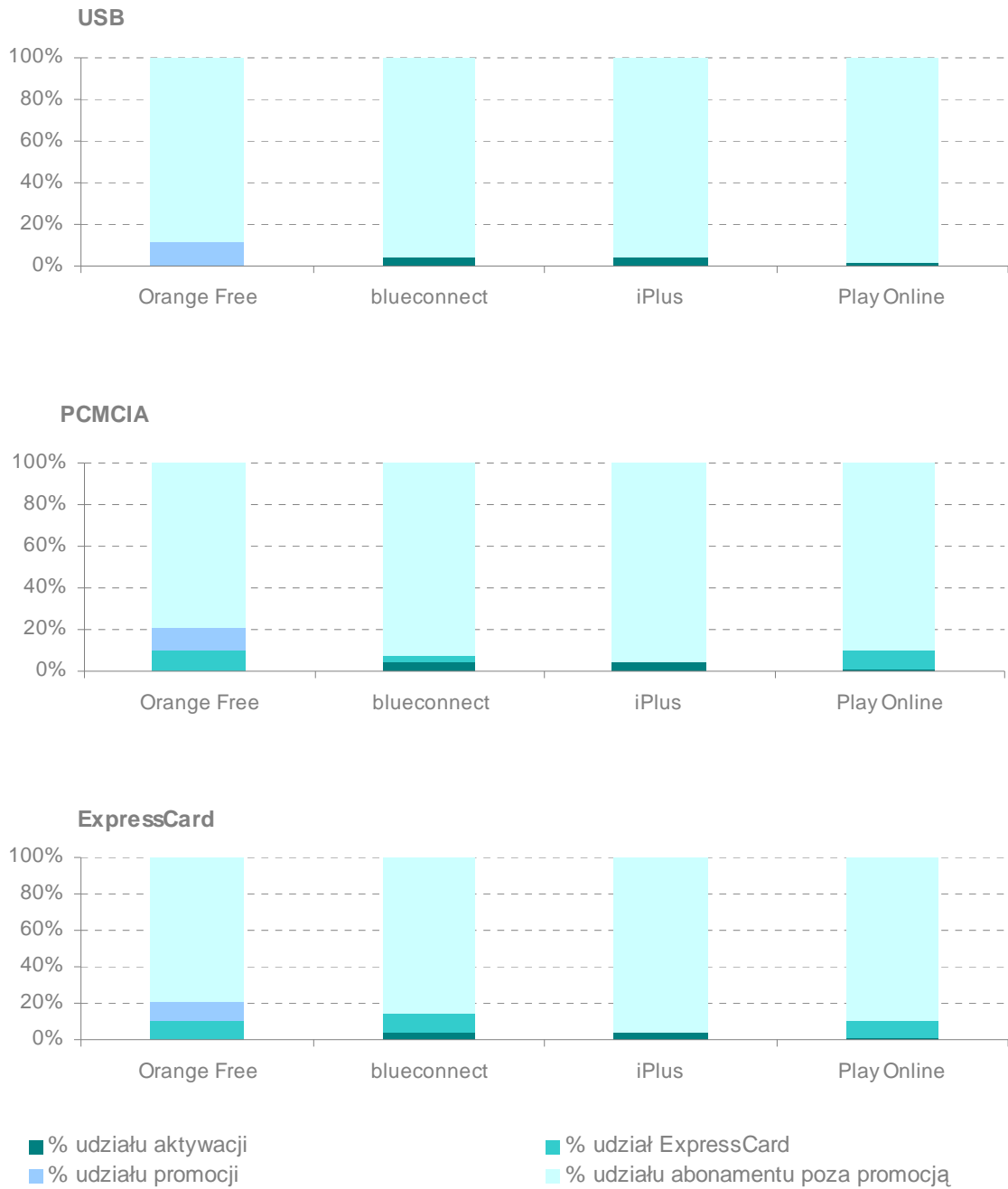
4.2.1 Oferty dla klientów typu post-paid

Wykres 7. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 GB przez klienta typu post-paid



Źródło: UKE

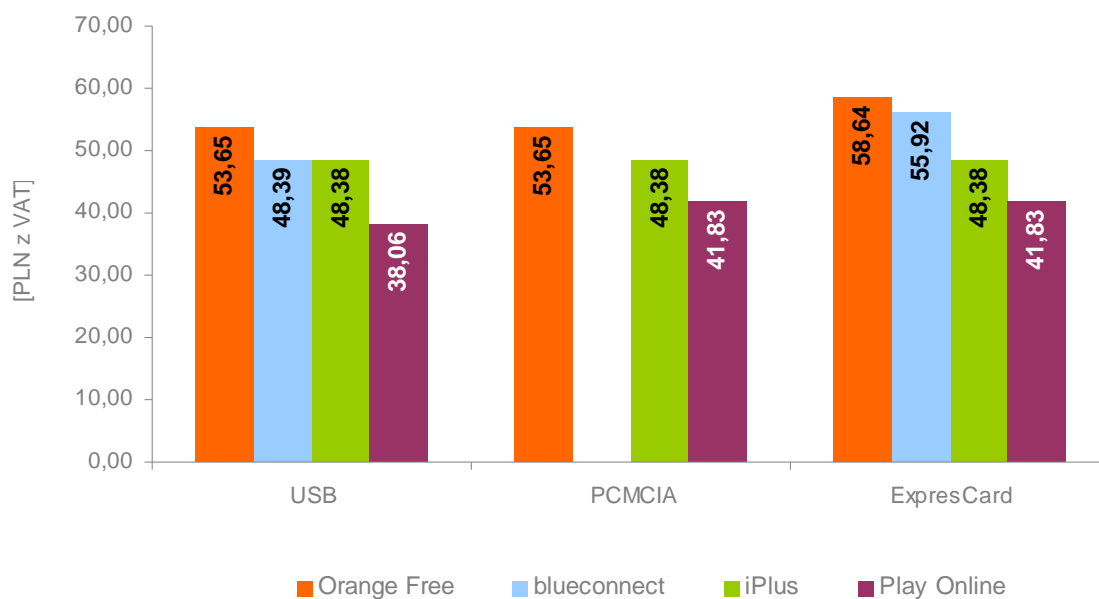
Wykres 8. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 GB przez klienta typu post-paid



Źródło: UKE

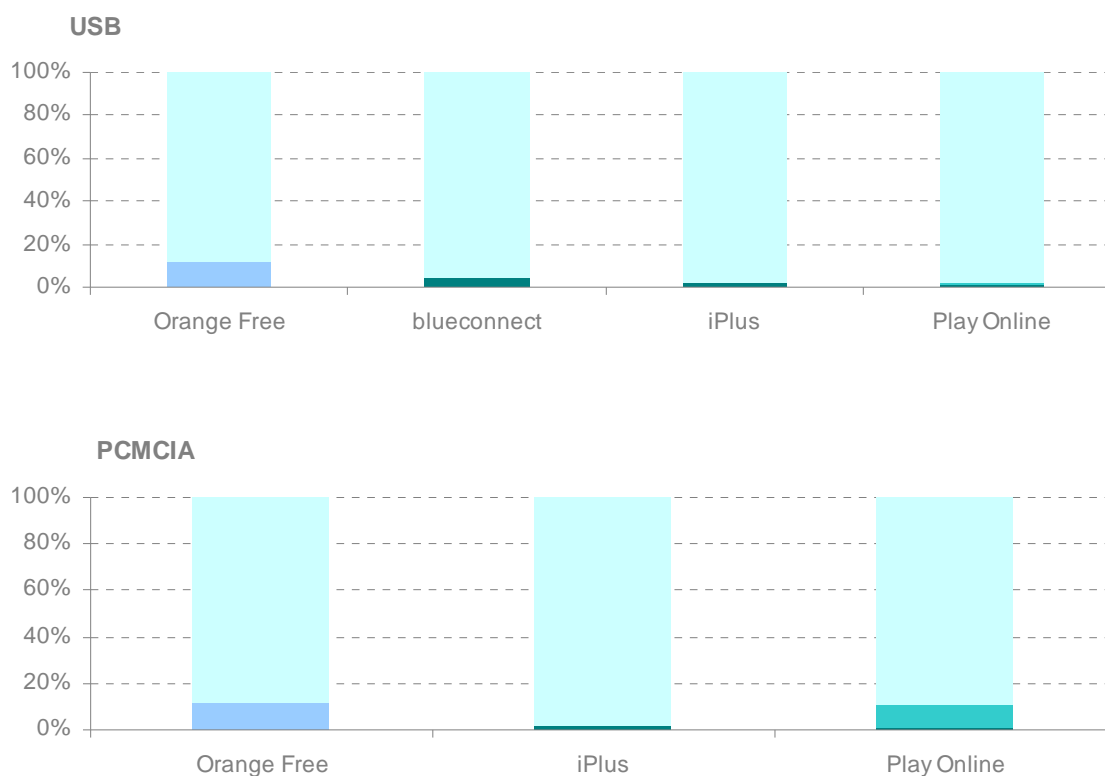
4.2.2 Oferty dla klientów typu biznes

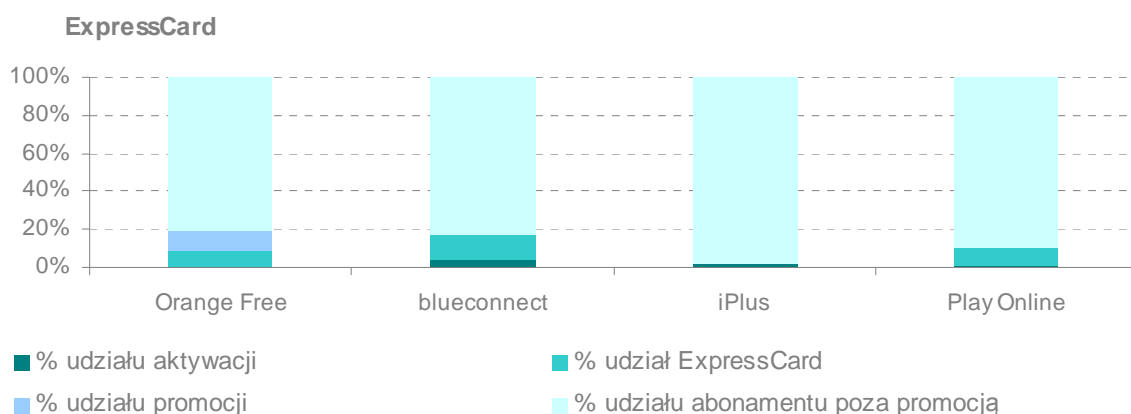
Wykres 9. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 GB przez klienta typu biznes



Źródło: UKE

Wykres 10. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 GB przez klienta typu biznes





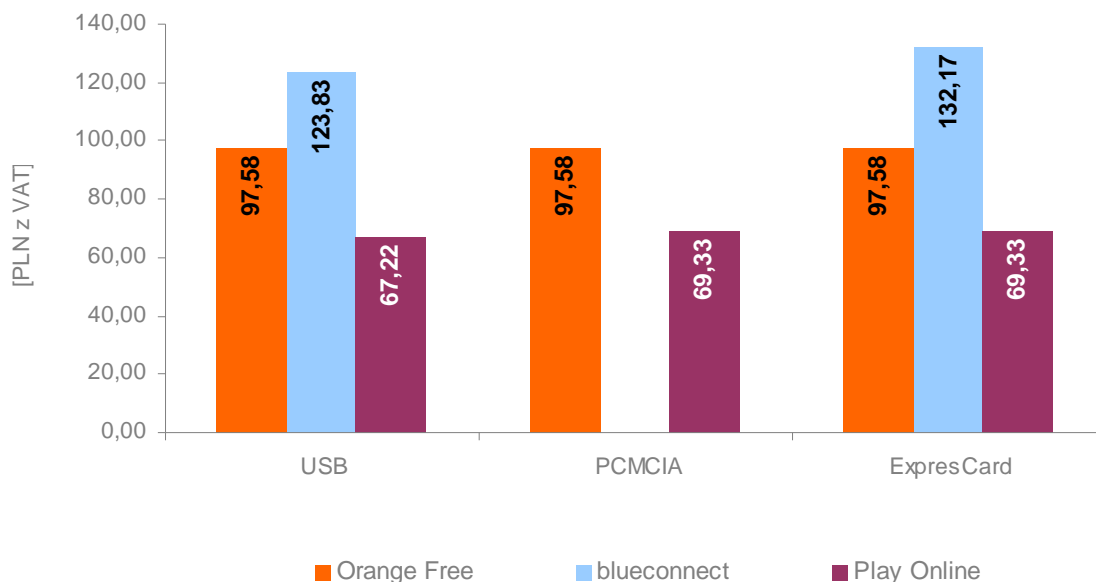
Źródło: UKE

4.3. Oferty abonamentowe z limitem transferu od 5 do 10 GB włącznie

Poniżej zaprezentowano średnie miesięczne wydatki na usługę mobilnego Internetu przy wykorzystaniu ofert abonamentowych z limitem transferu 5 – 10 GB, w wariantach: z modemem USB, kartą PCMCIA oraz ExpressCard, jak również udział aktywacji, promocji, abonamentu oraz modemu/karty w średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi.

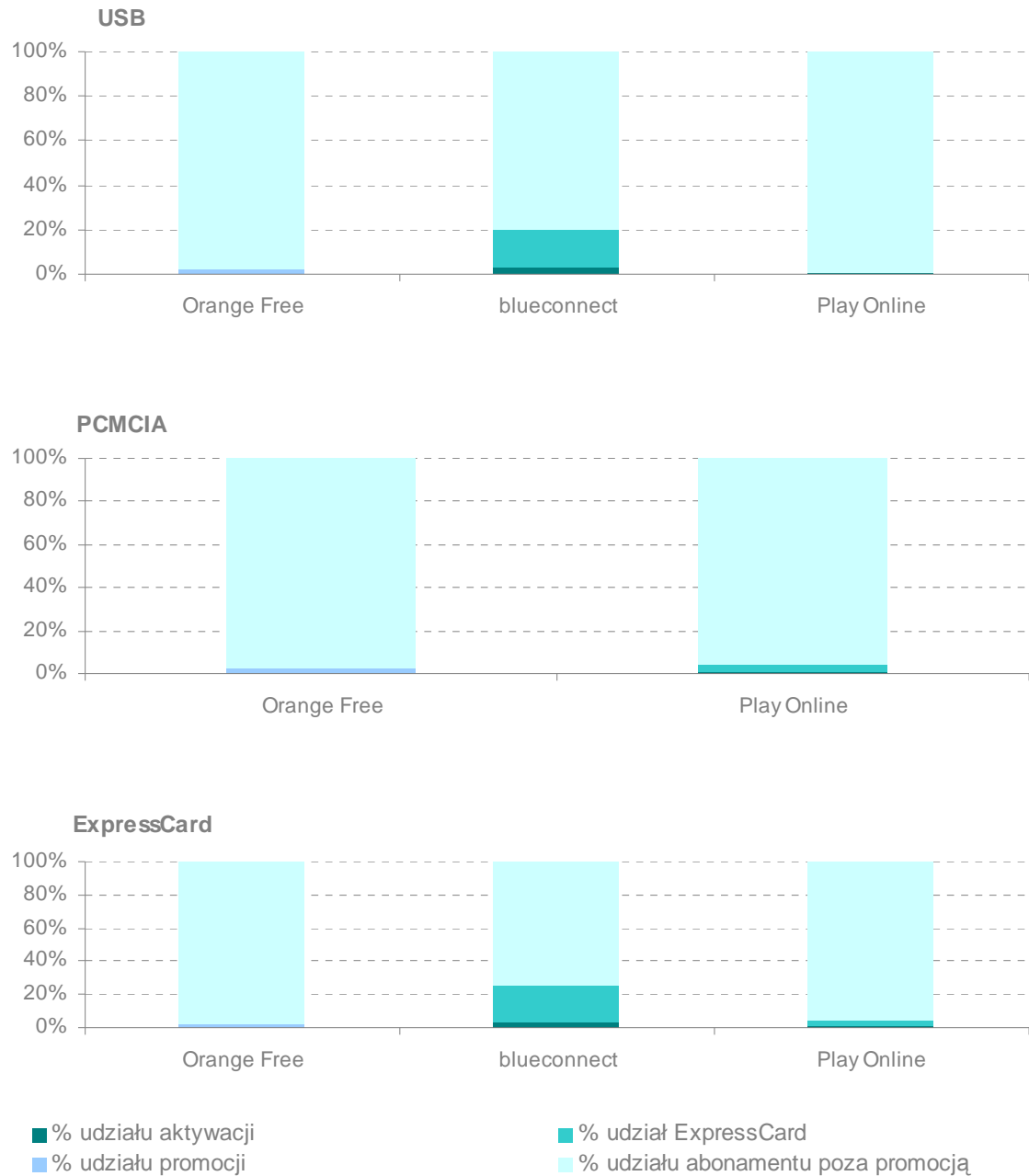
4.3.1 Oferty dla klientów typu post-paid

Wykres 11. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 GB przez klienta typu post-paid



Źródło: UKE

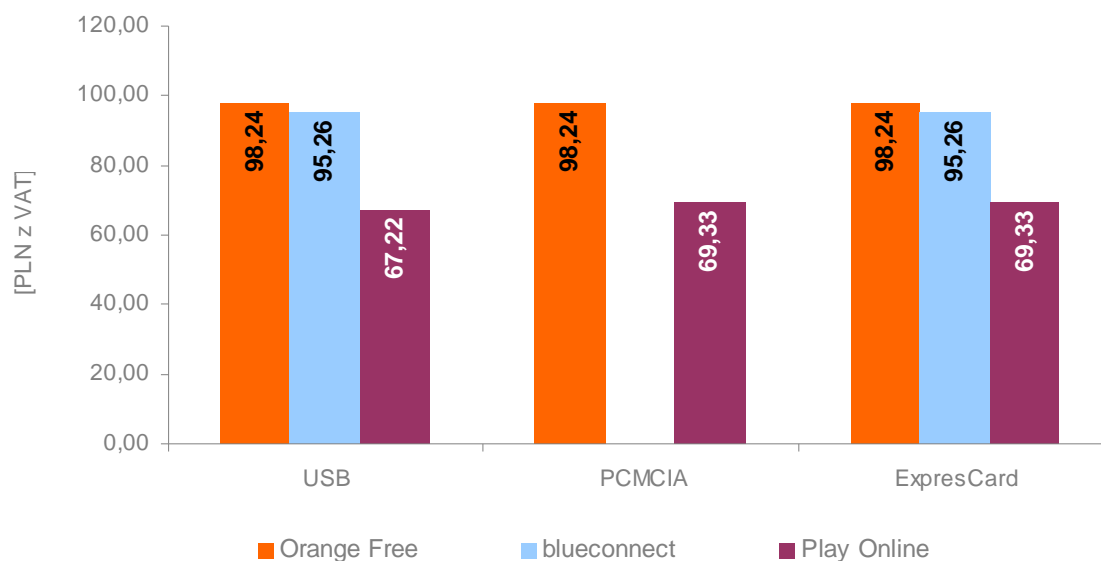
Wykres 12. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 GB przez klienta post-paid



Źródło: UKE

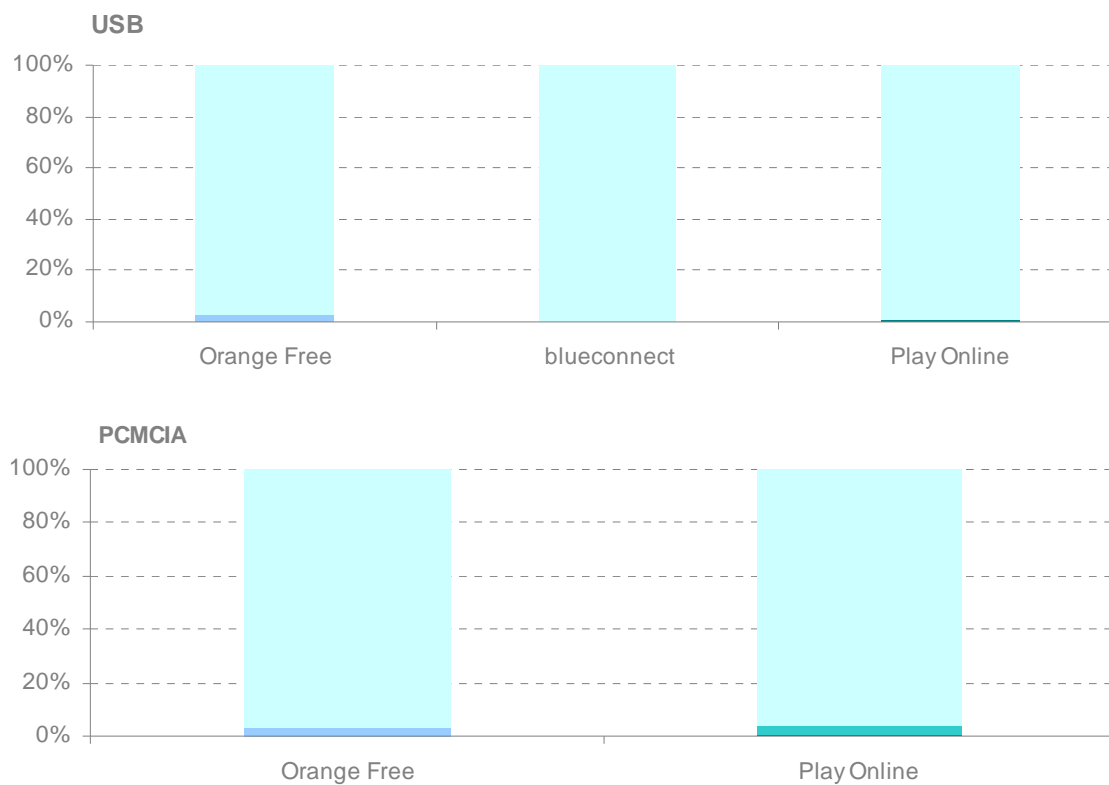
4.3.2 Oferty dla klientów typu biznes

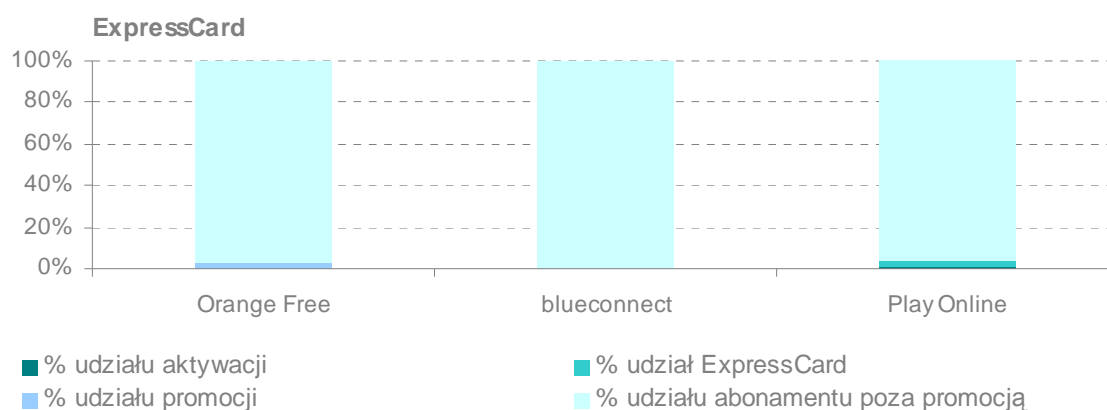
Wykres 13. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 GB przez klienta typu biznes



Źródło: UKE

Wykres 14. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 przez klienta typu biznes





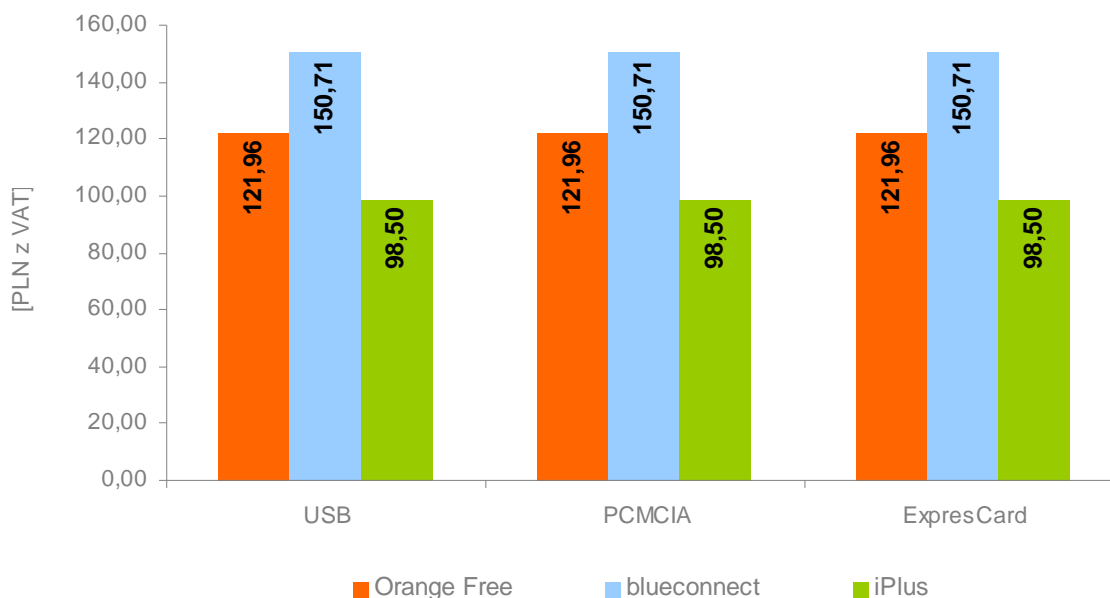
Źródło: UKE

4.4. Oferty abonamentowe z limitem transferu powyżej 10 GB

Poniżej zaprezentowano średnie miesięczne wydatki na usługę mobilnego Internetu przy wykorzystaniu ofert abonamentowych z limitem transferu powyżej 10 GB, w wariantach: z modemem USB, kartą PCMCIA oraz ExpressCard, jak również udział aktywacji, promocji, abonamentu oraz modemu/karty w średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi.

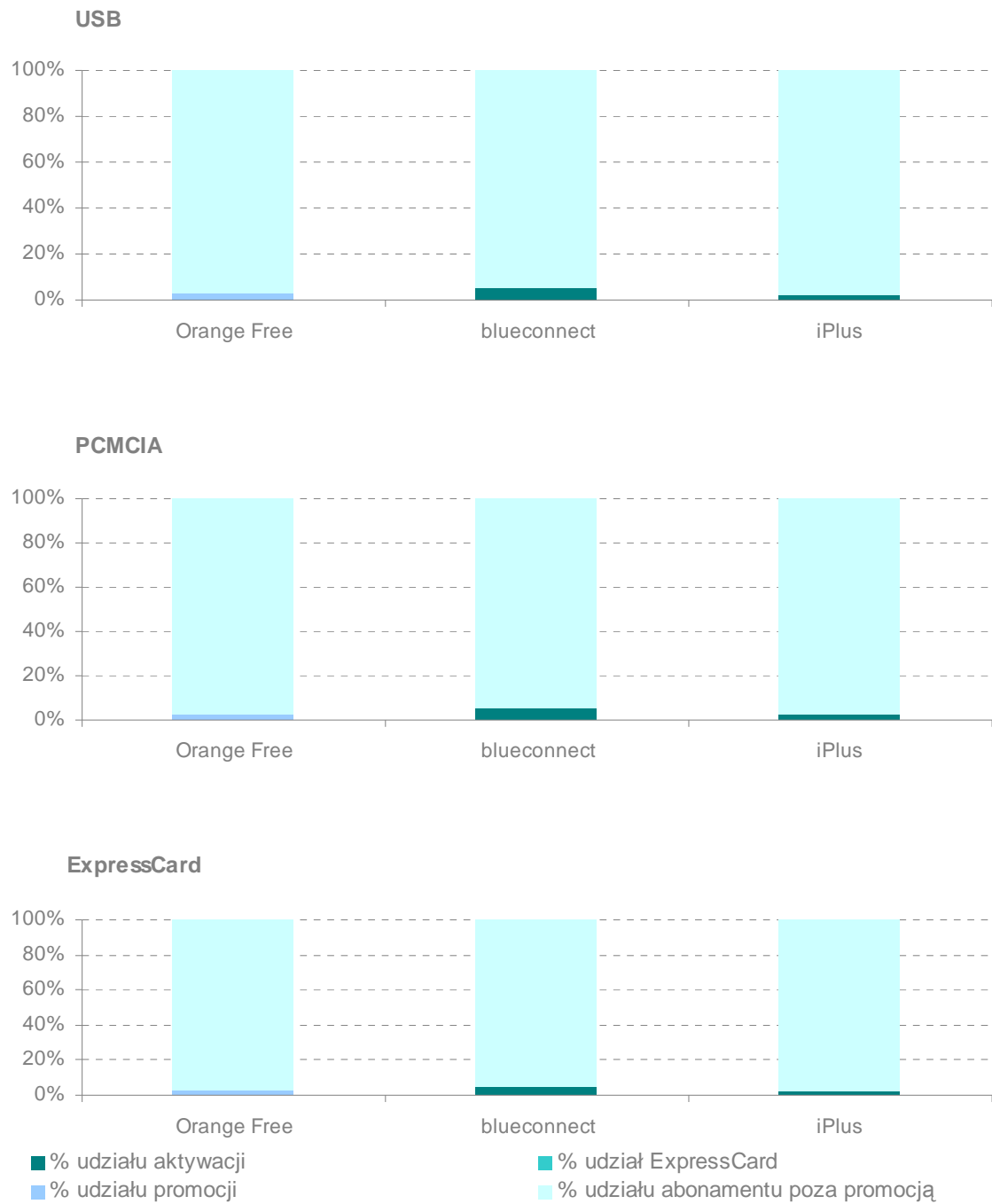
4.4.1 Oferty dla klientów typu post-paid

Wykres 15. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu post-paid



Źródło: UKE

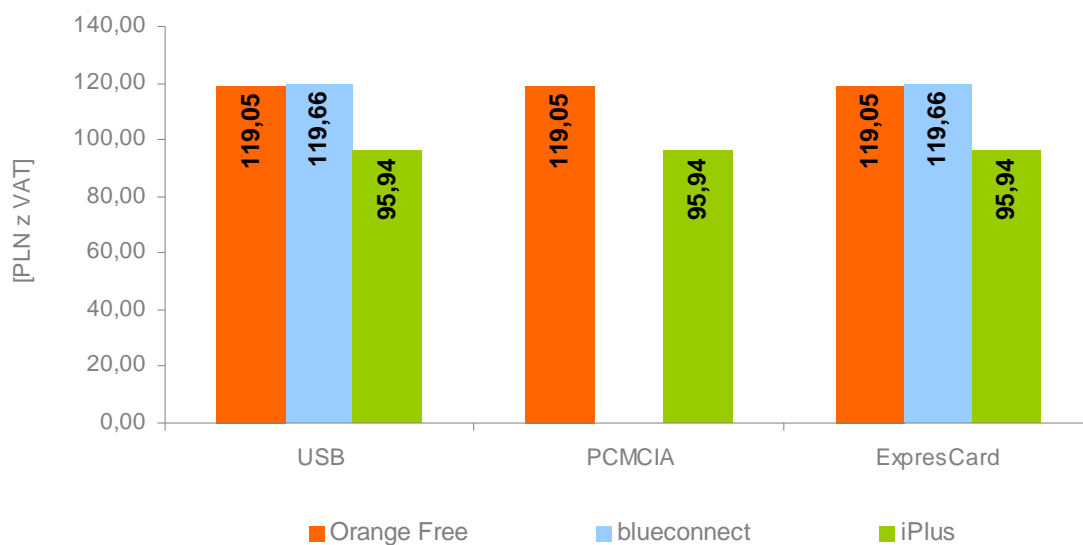
Wykres 16. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu post-paid



Źródło: UKE

4.4.2 Oferty dla klientów typu biznes

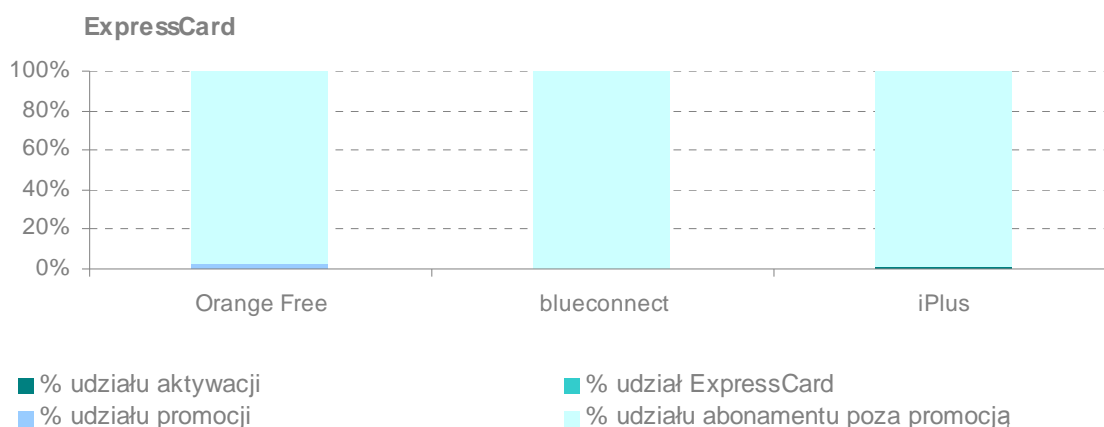
Wykres 17. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu biznes



Źródło: UKE

Wykres 18. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu biznes





Źródło: UKE

4.5. Pozostałe statystyki dla ofert abonamentowych

Poniżej zaprezentowano wartości maksymalne, średnie oraz minimalne cen korzystania z elementów składowych ofert usług mobilnego Internetu.

Cena:

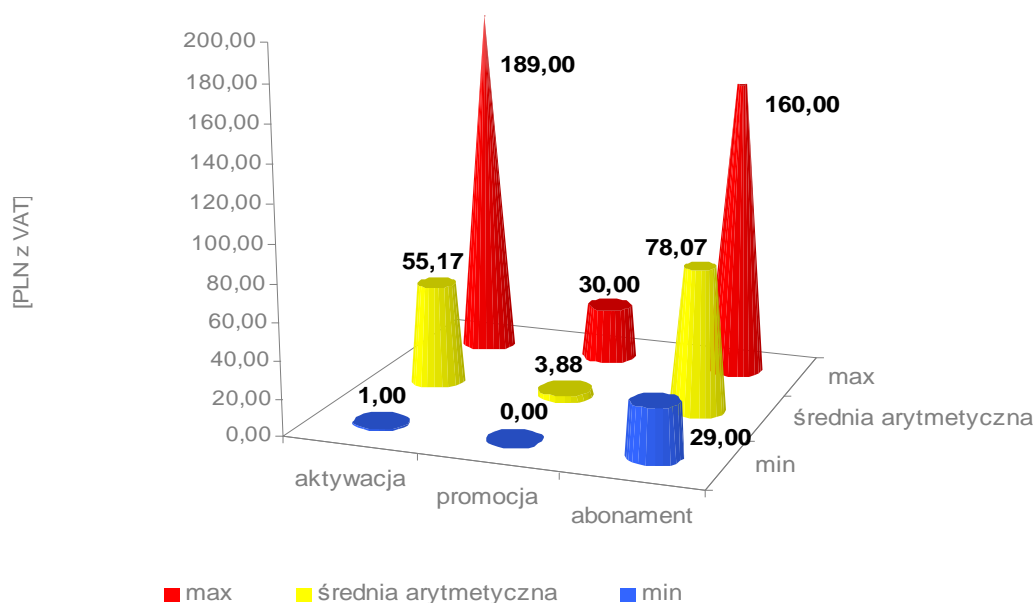
- maksymalna to maksymalna rynkowa cena zakupu danego elementu usługi (opłaty aktywacyjnej, promocji, abonamentu) spośród uwzględnionych ofert;
- średnia to średnia (arytmetyczna) z rynkowych cen zakupu danego elementu usługi spośród uwzględnionych ofert;
- minimalna to minimalna rynkowa cena zakupu danego elementu usługi spośród uwzględnionych usług;

oraz:

- aktywacja to jednorazowa opłata aktywacyjna bez uwzględnienia ceny modemu/karty;
- promocja to miesięczna cena abonamentu w cenie promocyjnej;
- abonament to miesięczna cena abonamentu bez / po wyczerpaniu promocji;

W zestawieniu uwzględniono wszystkie dostępne na rynku oferty skierowane do nowego klienta sieci (tj. nie tylko prezentowane w poprzednich rozdziałach oferty o minimalnym średnim miesięcznym koszcie użytkowania).

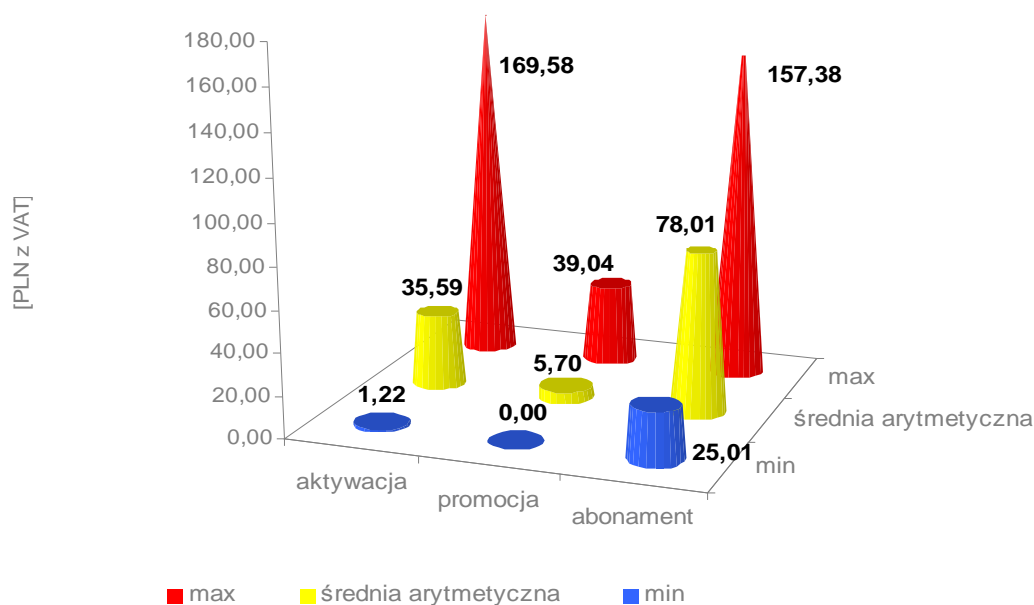
Wykres 19. Minimalne, średnie oraz maksymalne ceny zakupu aktywacji, promocji oraz abonamentu przez klienta typu post-paid



Źródło: UKE

Komentarz: minimalna cena abonamentu w promocji na poziomie 0 PLN wynika z darmowego okresu korzystania z usługi przez określoną liczbę cykli rozliczeniowych.

Wykres 20. Minimalne, średnie oraz maksymalne ceny zakupu aktywacji, promocji oraz abonamentu przez klienta biznesowego



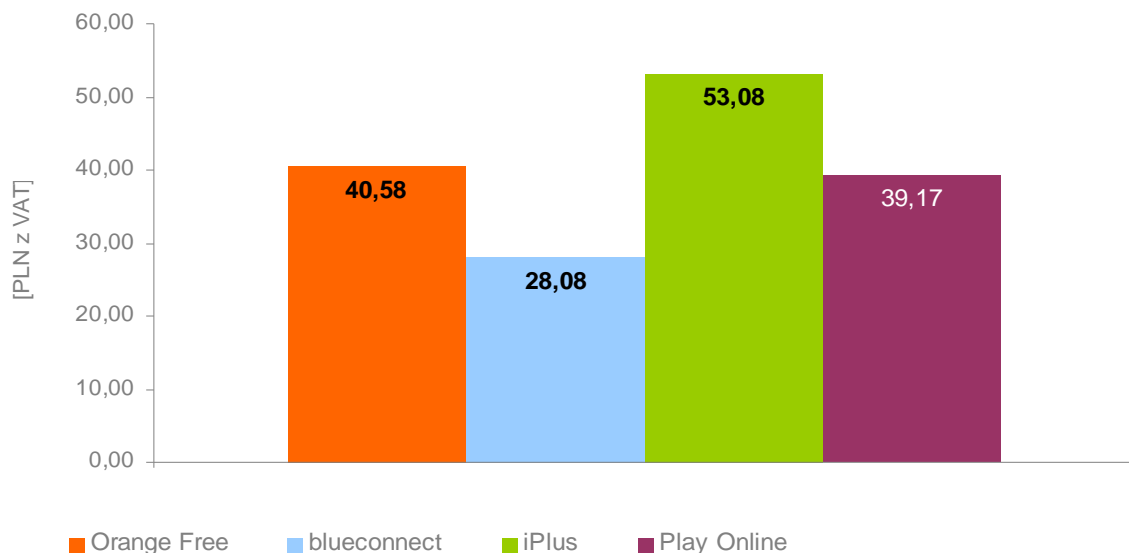
Źródło: UKE

Komentarz: minimalna cena abonamentu w promocji na poziomie 0 PLN wynika z darmowego okresu korzystania z usługi przez określoną liczbę cykli rozliczeniowych.

4.6. Oferty pre-paid

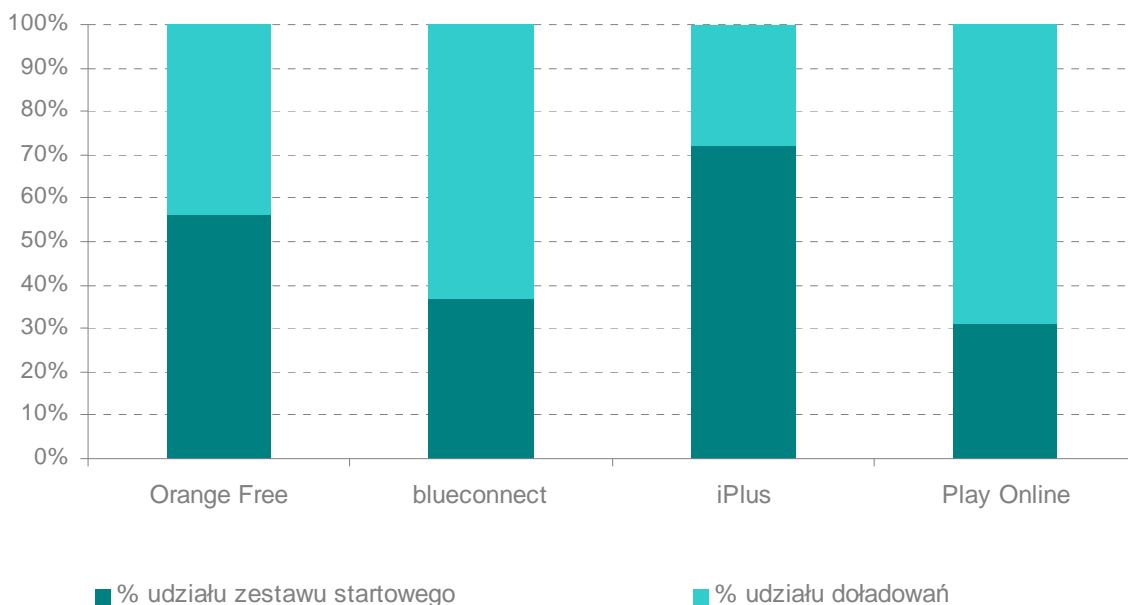
Poniżej zaprezentowano średnie miesięczne wydatki na usługę mobilnego Internetu przy wykorzystaniu ofert pre-paid z modemem USB lub kartą PCMCIA lub ExpressCard.

Wykres 21. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu przez klienta typu pre-paid



Źródło: UKE

Wykres 22. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu przez klienta typu pre-paid



Źródło: UKE

*

W kolejnym roku należy spodziewać się dalszego wzrostu zainteresowania Polaków usługą mobilnego Internetu. Jak już odnotowano wcześniej, statystyki powinny wskazywać dodatki przyrost penetracji. W odpowiedzi na popyt, operatorzy wprowadzać będą kolejnej oferty obniżające koszty korzystania z usługi. W przypadku usług abonamentowych spadać mogą przede wszystkim ceny opłat abonamentowych, w przypadku usług przedpłaconych ceny najmniej zaawansowanych technologicznie modemów USB. Operatorzy, zarówno Ci świadczący usługę na terenie całego kraju jak i dopiero budujący sieć mobilnego Internetu, będą rozwijać najszybszy standard transferu danych - CDMA.

Spis wykresów

Wykres 1. Liczba modemów 2G/3G oraz penetracja rynku usługami mobilnego Internetu w Polsce	4
Wykres 2. Korzystanie z Internetu w ciągu ostatniego miesiąca (w %, N= 1600).....	5
Wykres 3. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB w ofercie dla klienta typu post-paid.....	9
Wykres 4. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB w ofercie dla klienta typu post-paid	10
Wykres 5. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB przez klienta typu biznes	11
Wykres 6. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem do 1 GB przez klienta typu biznes	11
Wykres 7. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 GB przez klienta typu post-paid	12
Wykres 8. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 GB przez klienta typu post-paid	13
Wykres 9. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 przez klienta typu biznes	14
Wykres 10. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 1 do 5 GB przez klienta typu biznes..	14
Wykres 11. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 GB przez klienta typu post-paid	15
Wykres 12. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 GB przez klienta post-paid ...	16
Wykres 13. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 GB przez klienta typu biznes	17
Wykres 14. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem od 5 do 10 przez klienta typu biznes.....	17
Wykres 15. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu post-paid	18
Wykres 16. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu post-paid	19
Wykres 17. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu biznes	20
Wykres 18. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu z limitem powyżej 10 GB przez klienta typu biznes	20
Wykres 19. Minimalne, średnie oraz maksymalne ceny zakupu aktywacji, promocji oraz abonamentu przez klienta typu post-paid	22

Wykres 20. Minimalne, średnie oraz maksymalne ceny zakupu aktywacji, promocji oraz abonamentu przez klienta biznesowego.....22

Wykres 21. Minimalne średnie miesięczne koszty korzystania z usługi mobilnego Internetu przez klienta typu pre-paid23

Wykres 22. Udział elementów składowych w minimalnym średnim miesięcznym koszcie korzystania z usługi mobilnego Internetu przez klienta typu pre-paid.....23

OPRACOWANIE
Marcin Cichy

Główny Specjalista
Wydział Analiz i Strategii
Departament Analiz Rynku Telekomunikacyjnego

Urząd Komunikacji Elektronicznej
ul. Kasprzaka 18/20, 01-211 Warszawa
tel.: +48 22 53 49 417
fax: +48 22 53 49 195
e-mail: m.cichy@uke.gov.pl
www.uke.gov.pl