

Rynek usług telekomunikacyjnych w Polsce w 2013 roku

Raport z badania klientów instytucjonalnych

Zawartość raportu

	Nr slajdu
Podstawowe informacje o badaniu	5
Najważniejsze wyniki i wnioski	9
Rozdział 1. Korzystanie z usług telekomunikacyjnych	18
Korzystanie z usług	19
Profil użytkowników telefonii stacjonarnej, komórkowej, internetu	20
Ważność posiadania poszczególnych usług	21
Rozdział 2. Rynek internetu stacjonarnego i mobilnego	22
2.1. Korzystanie i dostęp do internetu – ogółem	23
Korzystanie z internetu	24
Ważność posiadania internetu	25
Rodzaj dostępu do internetu	26
Funkcje i usługi wykorzystywane w Internecie	27
Profil użytkowników internetu mobilnego i stacjonarnego	29
2.2. Internet stacjonarny	30
Czynniki wyboru dostawcy	31
Zadowolenie z usług	32
Maksymalna prędkość łącza internetowego	34
Funkcjonalność dostępu stacjonarnego	35
Wydatki klientów internetu stacjonarnego	37
Zmiana dostawcy	38
Substytucja internetu stacjonarnego	40

Zawartość raportu, cd.

	Nr slajdu
2.3. Internet mobilny	41
Powody wyboru internetu mobilnego	42
Czynniki wyboru dostawcy	43
Zadowolenie z usług	44
Maksymalna prędkość dostępu	45
Funkcjonalność dostępu	46
Limit transferu danych	47
Wydatki klientów internetu mobilnego	48
Substytucja internetu mobilnego	49
2.4. Dostęp dial-up	50
Rozdział 3. Telefonia	52
3.1. Korzystanie z telefonii ogółem	53
Korzystanie z usług telefonii stacjonarnej i komórkowej	54
Profil użytkowników	55
3.2. Telefonia stacjonarna	57
Ważność posiadania telefonu stacjonarnego	58
Powody korzystania z telefonii stacjonarnej	59
Liczba posiadanych linii telefonicznych	60
Zadowolenie z usług operatora	61
Wydatki klientów telefonii stacjonarnej	63
Substytucja telefonii stacjonarnej	64
Zmiana operatora	66

Zawartość raportu, cd.

	Nr slajdu
3.3. VoIP	67
Korzystanie z telefonii VoIP	68
Ocena jakości połączeń. Dostawca usług.	69
3.4. Elementy usługi powszechnej – OBN, OSA, faks	70
Ogólnokrajowe Biuro Numerów	71
Ogólnokrajowy Spis Abonentów	72
Faks	75
3.5. Telefonnia komórkowa	78
Ważność posiadania telefonu komórkowego	79
Operator telefonii komórkowej	80
Zadowolenie z usług telefonii komórkowej	81
Wydatki klientów telefonii komórkowej	83
Substytucja telefonii komórkowej	84
Rozdział 4. Porównanie usług telekomunikacyjnych	86
Wielkość wydatków	87
Zadowolenie z poszczególnych usług	88
Skłonność do substytucji telefonii oraz internetu	90
Rozdział 5. Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego	92
Ocena zmian na rynku telekomunikacyjnym	93
Ogólna ocena funkcjonowania rynku	94
Znajomość i ocena działalności UKE	95
Rozdział 6. Podstawowe informacje o firmach	97



Podstawowe informacje o badaniu

KLIENCI INSTYTUCJONALNI 2013

Podstawowe informacje o badaniu

<p>Cele badania:</p>	<p>Celem badania było określenie stopnia korzystania z usług telekomunikacyjnych oraz poznanie opinii na ich temat wśród firm i instytucji działających w Polsce.</p> <p>Usługi objęte badaniem to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - telefonia: stacjonarna, VoIP, komórkowa - internet: dial-up, stacjonarny, mobilny - elementy usługi powszechnej: Ogólnopolskie Biuro Numerów, Ogólnopolski Spis Abonentów, faks <p>Dodatkowo, celem badania było zebranie ogólnych opinii o rynku telekomunikacyjnym w Polsce i następujących na nim zmianach.</p>
<p>Metoda badawcza:</p>	<p>Badanie przeprowadzono metodą bezpośrednich wywiadów ankieterskich wspomaganym komputerowo – CAPI (Computer Assisted Personal Interview).</p>
<p>Próba:</p>	<p>Badanie zrealizowano na ogólnopolskiej próbie 423 firm, reprezentatywnej dla populacji podmiotów gospodarczych w Polsce.</p> <p>Respondentami były osoby podejmujące decyzje dotyczące zakupu i użytkowania usług telekomunikacyjnych w firmie.</p>
<p>Termin realizacji:</p>	<p>25 października - 7 listopada 2013</p>

Podstawowe informacje o badaniu, cd.

<p>Metoda doboru próby:</p>	<p>W badaniu zastosowano próbę losową, warstwowaną według wielkości firmy. Założono następujący podział na poszczególne warstw:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mikro (1-9 prac.) • małe (10-49 prac.) • średnie i duże (50 i więcej prac.) <p>Oprócz wielkości firmy, proporcjonalnie w każdej warstwie wg wielkości zatrudnienia kontrolowano zmienne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sektor: produkcja i budownictwo; handel; usługi, transport i telekomunikacja; sektor publiczny • województwo, w którym zarejestrowana jest firma. <p>Firmy zostały wylosowane dla każdej celki próby wg wielkości firmy i sektora działalności.</p>
<p>Źródła danych dla warstwowania i ważenia:</p>	<p>Struktura warstw (rozkład cech w całej próbie oraz wzajemnie wewnątrz warstw) została wyznaczona na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego stan na 2013.</p>
<p>Ważenie wyników:</p>	<p>Dane wynikowe z badania zostały zważone wg ogólnopolskiej struktury firm wyznaczonej na podstawie powyższych źródeł. Dane prezentowane w raporcie są zważone. W przypadku analiz wg liczby pracujących i sektora podawane są rzeczywiste (nieważone) podstawy procentowania (n).</p>

Struktura próby ze względu na podstawowe cechy firm

	Liczba wywiadów	% w próbie (dane nieważone)	% w próbie (dane ważne)
Ogółem badanych firm	423		
LICZBA ZATRUDNIONYCH:			
1 do 9	213	50%	95%
10 do 49	105	25%	4%
50 i więcej	105	25%	1%
SEKTOR:			
produkcja i budownictwo	101	24%	23%
handel	105	25%	27%
usługi, transport i telekomunikacja	116	27%	39%
sektor publiczny	101	24%	11%
MAKROREGION NUTS1:			
region centralny	74	18%	22%
region południowo-zachodni	48	11%	11%
region południowy	67	16%	18%
region północno-zachodni	76	11%	19%
region północny	75	18%	15%
region wschodni	83	20%	15%



Najważniejsze wyniki i wnioski

KLIENCI INSTYTUCJONALNI 2013

Najważniejsze wyniki i wnioski

- korzystanie z usług telekomunikacyjnych

- **Wśród klientów instytucjonalnych najbardziej rozpowszechnioną usługą telekomunikacyjną jest telefonia komórkowa – korzysta z niej 89% badanych firm. Istotną rolę odgrywa także dostęp do internetu, który posiada 71% przedsiębiorstw. Telefonia stacjonarna jest nadal wykorzystywana, ale głównie w większych firmach i sektorze publicznym, co stanowi niespełną połowę badanych podmiotów (46%).**
- **Jedna trzecia firm (32%) korzysta z trzech usług jednocześnie – telefonii stacjonarnej, telefonii komórkowej i internetu. Podobny odsetek firm (30%) wykorzystuje telefonię komórkową i dostęp do internetu. Co piąta firma (21%) korzysta tylko z telefonu komórkowego.**
- **Korzystanie z usług stacjonarnych (telefon i internet) jest związane z wielkością przedsiębiorstwa – im większa firma, tym większy odsetek użytkowników. W przypadku telefonów komórkowych zależność jest odwrotna, natomiast w przypadku internetu mobilnego nie widać takich zależności.**

Najważniejsze wyniki i wnioski

- internet w firmach

- W sektorze klientów instytucjonalnych dominuje dostęp stacjonarny – posiada go 74% ogółu firm korzystających z internetu. W firmach średnich i dużych prawie wszystkie firmy korzystające z dostępu do internetu mają stałe łącze.
- Dostęp mobilny jest używany znacznie rzadziej – jego użytkownicy stanowią 24% ogółu badanych podmiotów z internetem; korzystają z niego głównie mikrofirmy.
- Internet w instytucjach jest narzędziem służącym głównie do komunikacji z klientami (74%) oraz zdobywania niezbędnych informacji związanych z działalnością firmy (72%). Największym firmom służy on także do komunikacji wewnętrznej.
- Zadowolenie klientów biznesowych z dostępu stacjonarnego jest wysokie – najwyżej oceniana jest dostępność połączenia i jego stabilność. Zadowolenie klientów z usług mobilnego dostępu do internetu jest nieznacznie mniejsze niż użytkowników dostępu stacjonarnego. Kluczowe okazują się aspekty techniczne (dostępność, stabilność i prędkość połączeń), które oceniane są niżej niż w usłudze stacjonarnej.

Najważniejsze wyniki i wnioski

- stacjonarny dostęp do internetu

- Dwa najważniejsze czynniki wyboru dostawcy internetu stacjonarnego wśród klientów instytucjonalnych to: prędkość łącza (52%) oraz atrakcyjność cenowa oferty (51%). Aspekty te są ważne w firmach każdej wielkości.
- W ciągu ostatniego roku dostawcę internetu stacjonarnego zmieniło 6% podmiotów gospodarczych.
- Średnie miesięczne wydatki na korzystanie z internetu stacjonarnego wynoszą w firmach 97 zł. Są one silnie zróżnicowane według wielkości podmiotu – w firmach mikro (1-9 prac.) wynoszą 91 zł, w firmach małych (10-49 prac.) – 140 zł, zaś w firmach średnich i dużych (pow. 50 prac.) już 265 zł. miesięcznie.
- Jedna trzecia badanych podmiotów byłaby gotowa zrezygnować z usługi internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego. Przekonują ich: lepsza jakość i zasięg lub atrakcyjna oferta usługi mobilnego internetu czy też podwyżka kosztów internetu stacjonarnego.

Najważniejsze wyniki i wnioski

- mobilny dostęp do internetu

- Najczęstszym powodem posiadania internetu mobilnego jest brak możliwości podłączenia dostępu stacjonarnego w siedzibie firmy (37%) oraz potrzeba korzystania z internetu poza siedzibą firmy (34%).
- Przy wyborze oferty internetu mobilnego kluczowym czynnikiem jest jej atrakcyjność cenowa (43%) oraz promocje i rabaty (37%).
- Posiadany mobilny dostęp do internetu zapewnia zdecydowanej większości firm sprawne korzystanie z podstawowych usług – poczty elektronicznej i wykonywania płatności przez internet.
- Średnie wydatki na internet mobilny są najniższe spośród wszystkich badanych usług telekomunikacyjnych (telefon komórkowy, stacjonarny oraz internet stacjonarny) i wynoszą 75 zł.
- Z internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego skłonna byłaby zrezygnować jedna szóstą firm (17%). Jako powód najczęściej wskazywano podwyżkę kosztów korzystania z obecnego dostępu, lepszą jakość internetu stacjonarnego oraz atrakcyjną ofertą dostawców tej usługi.

Najważniejsze wyniki i wnioski

- telefonia stacjonarna

- Klienci instytucjonalni wskazują dwa zasadnicze powody korzystania z telefonu stacjonarnego – przekonanie, że nadaje on większej wiarygodności firmie (48%) oraz utrzymywanie linii z przyzwyczajenia (34%). W przypadku firm zatrudniających powyżej 10 pracowników istotne znaczenie ma również przekonanie o lepszej jakości połączeń w sieci stacjonarnej w porównaniu z komórkową.
- Średnio na jedną firmę przypada 1,16 linii telefonicznych, jednak liczba ta zasadniczo zależy od wielkości podmiotu. Większość mikroprzedsiębiorstw korzysta z jednej linii (82%), w firmach zatrudniających 10-49 pracowników odsetek ten wynosi prawie dwie trzecie (62%). Średnie i duże przedsiębiorstwa korzystają z telefonii stacjonarnej w szerszym zakresie, największy odsetek z nich (31%) posiada cztery lub więcej linii.
- Średnia kwota miesięcznych wydatków na telefonię stacjonarną wynosi 172 zł. Biorąc pod uwagę wielkość firm wysokość miesięcznych rachunków waha się od 155 zł w mikroprzedsiębiorstwach, poprzez 235 zł w małych, do 912 zł w podmiotach zatrudniających ponad 50 pracowników.
- Zadowolenie klientów telefonii stacjonarnej jest niższe niż komórkowej. Najbardziej cenione aspekty to jakość usługi oraz zakres i wybór ofert. Najniżej oceniana jest telefoniczna obsługa klienta oraz promocje i rabaty.

Najważniejsze wyniki i wnioski

- elementy usługi powszechnej- OBN, OSA, faks oraz telefonia VoIP

- Przeszło jedna trzecia respondentów deklaruje, korzystanie z Ogólnokrajowego Biura Numerów (OBN) w ciągu ostatniego roku (37%).
- Wykorzystanie Ogólnokrajowego Spisu Abonentów (OSA) jest rzadsze – 22% ogółu podmiotów skorzystało z OSA w ciągu ostatniego roku, przy czym wśród największych firm jest to już 33%. Pomysł umieszczenia Ogólnokrajowego Spisu Abonentów na stronach internetowych spotyka się z zainteresowaniem dwóch trzecich badanych firm (63%).
- OBN i OSA częściej są wykorzystywane przez większe firmy.
- Z faksu korzysta 26% ogółu podmiotów gospodarczych, przy czym w firmach największych jest to aż 89%, w przedsiębiorstwach zatrudniających 10-49 prac. – 55%.
- Z telefonii VoIP korzysta 2% firm, natomiast 10% nigdy nie słyszało o takiej usłudze.

Najważniejsze wyniki i wnioski

- telefonia komórkowa

- Znaczenie telefonii komórkowej dla firm jest bardzo duże, a ogólny poziom zadowolenia z usług raczej wysoki. Najwyżej oceniane aspekty to: dostępność informacji o ofercie, jakość usług oraz zakres ofert.
- Wydatki firm na telefonię komórkową są wyższe niż na stacjonarną – średnio wynoszą 201 zł. W zależności od wielkości firmy wahają się od 188 zł w mikrofirmach do 1169 zł w największych przedsiębiorstwach.
- Z uwagi na istotność telefonii komórkowej dla firm, zdecydowana większość z nich nie jest skłonna do rezygnacji z telefonii komórkowej na rzecz stacjonarnej (68%).

Najważniejsze wyniki i wnioski

- ocena rynku telekomunikacyjnego

- W opinii firm najlepiej funkcjonującym aspektem polskiego rynku telekomunikacyjnego jest dostęp do usług oraz możliwość wyboru operatorów i ofert – zadowolonych z tego aspektu jest łącznie 81% badanych. Aspektem ocenianym najbardziej krytycznie jest skuteczność reklamacji i rozpatrywania skarg - pozytywnie oceniło je jedynie 59% firm.
- Przedstawiciele badanych podmiotów optymistycznie oceniają zmiany na rynku telekomunikacyjnym w ciągu ostatniego roku. Najczęściej wskazują oni: obniżki cen, wzrost liczby dostępnych ofert oraz ich szerszy zakres (po 26%), a także poprawę jakości oferowanych usług (24%) oraz wzrost liczby dostawców usług (22%).
- Najczęściej wymienianym negatywnym zjawiskiem na rynku telekomunikacyjnym są ceny usług - wskazuje je 23% firm. Pozostałe głosy krytyczne dotyczą głównie małej konkurencji oraz niewielkiej przejrzystości ofert i procedur. Warto zauważyć, że dwie piąte badanych nie zauważyło negatywnych zjawisk na rynku.
- Znajomość Urzędu Komunikacji Elektronicznej nie jest wśród firm powszechna – o działalności Urzędu słyszała przeszło jedna trzecia firm (37%). Większość badanych, którzy znają UKE ma pozytywne zdanie o działalności Urzędu.



Korzystanie z usług telekomunikacyjnych

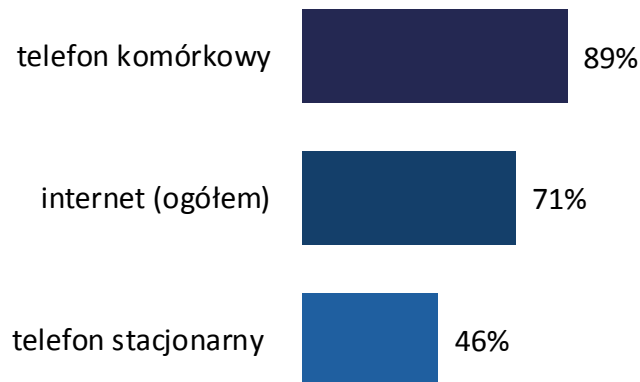
ROZDZIAŁ 1

Korzystanie z usług

Dostęp do usług w firmach

P1/P2. Czy Pana(i) firma korzysta....?

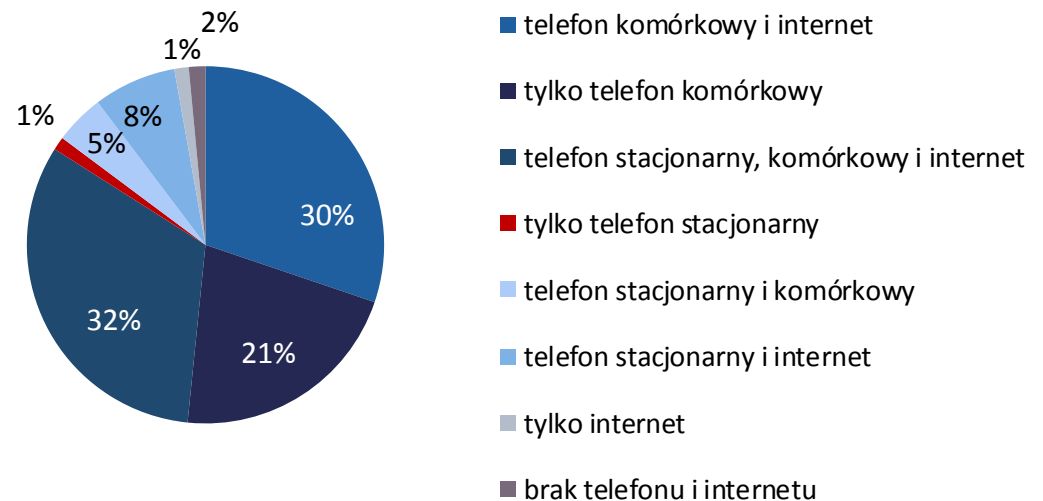
Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



Typologia odbiorców ze względu na współkorzystanie z usług

P1/P2. Czy Pana(i) firma korzysta....?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



- Zdecydowana większość badanych firm korzysta z telefonii komórkowej; szerokie jest także korzystanie z dostępu do internetu. Telefon stacjonarny posiada prawie połowa podmiotów.
- Prawie jedna trzecia firm korzysta zarówno z telefonii stacjonarnej, mobilnej, jak i internetu. Nieznacznie mniejsza grupa podmiotów korzysta z telefonu komórkowego i internetu, a co piąta tylko z telefonii komórkowej.

Profil użytkowników telefonii stacjonarnej, komórkowej i internetu (ogółem)

Posiadanie telefonu stacjonarnego

Ogółem

firmy ogółem (n=423) 46%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) 44%

10-49 pracujących (n=105) 76%

50 i więcej pracujących (n=105) 98%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) 40%

handel (n=105) 46%

usługi, transport i telekom (n=116) 35%

sektor publiczny (n=101) 74%

Posiadanie telefonu komórkowego

Ogółem

firmy ogółem (n=423) 89%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) 89%

10-49 pracujących (n=105) 85%

50 i więcej pracujących (n=105) 76%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) 97%

handel (n=105) 86%

usługi, transport i telekom (n=116) 91%

sektor publiczny (n=101) 70%

Posiadanie dostępu do internetu

Ogółem

firmy ogółem (n=423) 71%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) 70%

10-49 pracujących (n=105) 89%

50 i więcej pracujących (n=105) 98%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) 77%

handel (n=105) 64%

usługi, transport i telekom (n=116) 68%

sektor publiczny (n=101) 89%

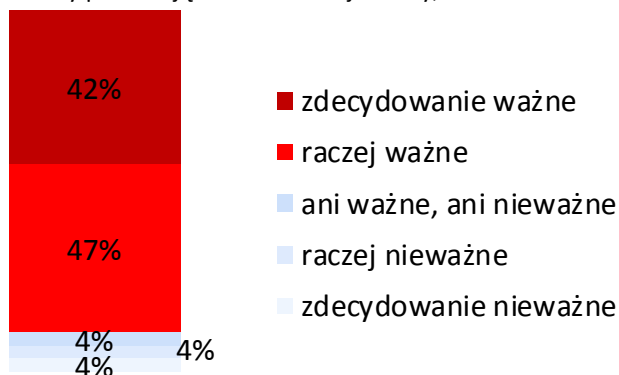
- Z telefonów stacjonarnych i internetu korzysta znacznie większy odsetek dużych firm niż mikroprzedsiębiorstw.
- W przypadku telefonów komórkowych większe wykorzystanie deklarują firmy mniejsze.
- Telefony stacjonarne i dostęp do internetu są najczęściej wykorzystywane w firmach i instytucjach sektora publicznego.

Ważność posiadania poszczególnych usług

Telefon stacjonarny

A1. Proszę ocenić, jak ważne jest dla Pana(i) posiadanie telefonu stacjonarnego.

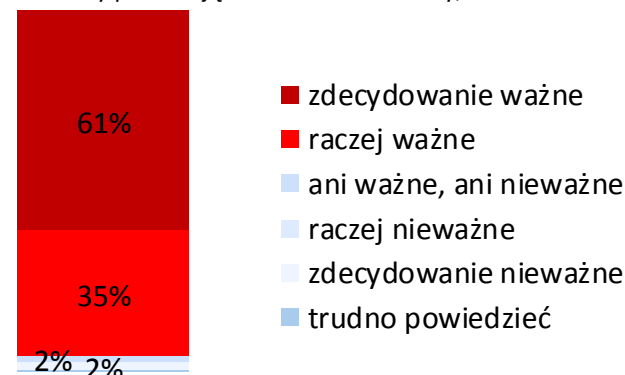
Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285



Telefon komórkowy

D1. Proszę ocenić, jak ważne jest dla Pana(i) posiadanie telefonu komórkowego.

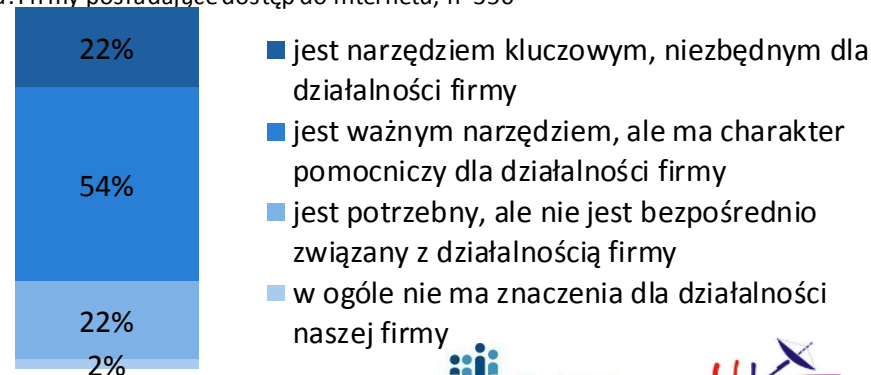
Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=358



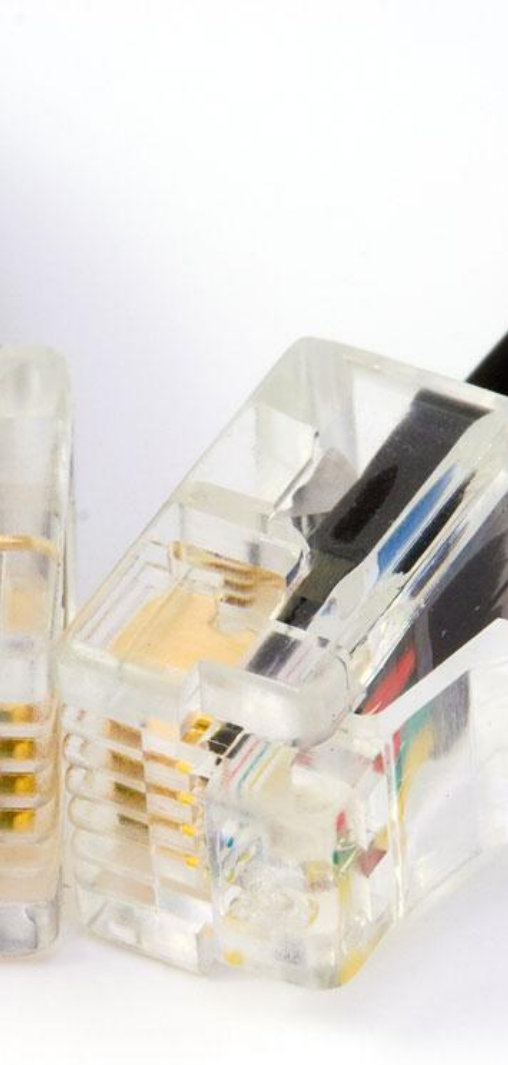
Internet

H3. Jakie jest znaczenie internetu w działalności Państwa firmy?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu, n=350



- *Najważniejszym narzędziem telekomunikacyjnym w firmach jest telefon komórkowy, który za zdecydowanie ważny uznaje większość badanych podmiotów.*
- *Pozostałe usługi są również uważane za ważne, ale rzadziej są kluczowe dla działalności firmy.*



Rynek internetu stacjonarnego i mobilnego

ROZDZIAŁ 2



Korzystanie i dostęp do internetu - ogółem

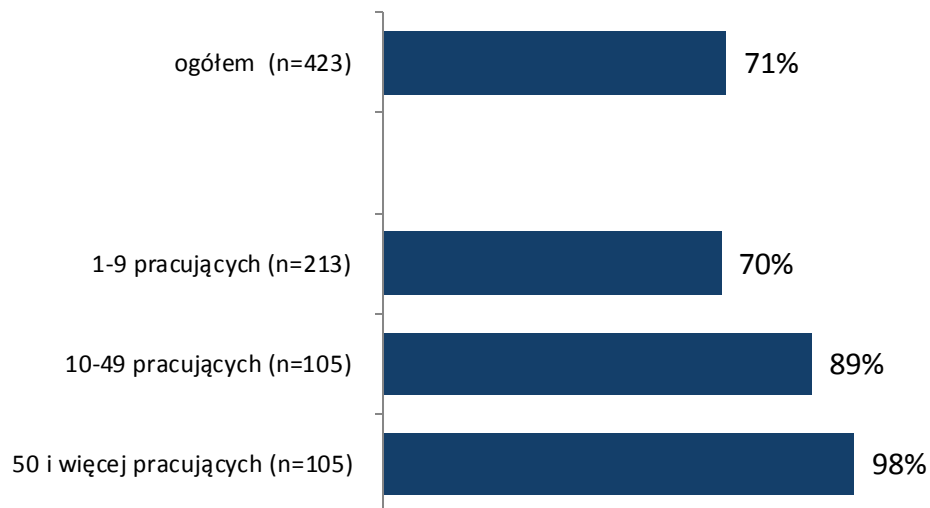
ROZDZIAŁ 2.1

Korzystanie z internetu

Dostęp do usług w populacji firm

P2. Czy posiadają Państwo w firmie dostęp do internetu?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



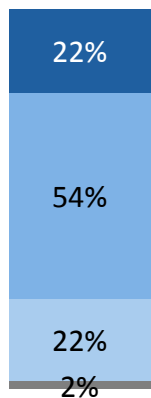
- Z usługi dostępu do internetu korzysta łącznie 71% badanych klientów instytucjonalnych.
- Najwyższa penetracja jest wśród dużych przedsiębiorstw – dostęp do sieci posiadają prawie wszystkie z badanych firm.

Ważność posiadania internetu

H3. Jakie jest znaczenie internetu w działalności Państwa firmy?

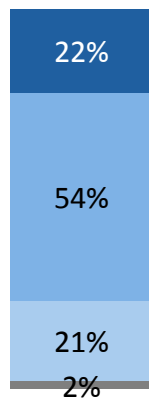
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu

Firmy ogółem



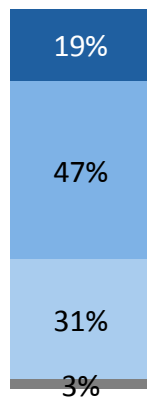
n= 350

Firmy wg liczby zatrudnionych



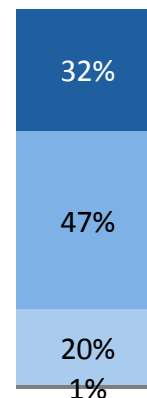
1-9 prac.

n=156



10-49 prac.

n=91



50 i więcej prac.

n=103

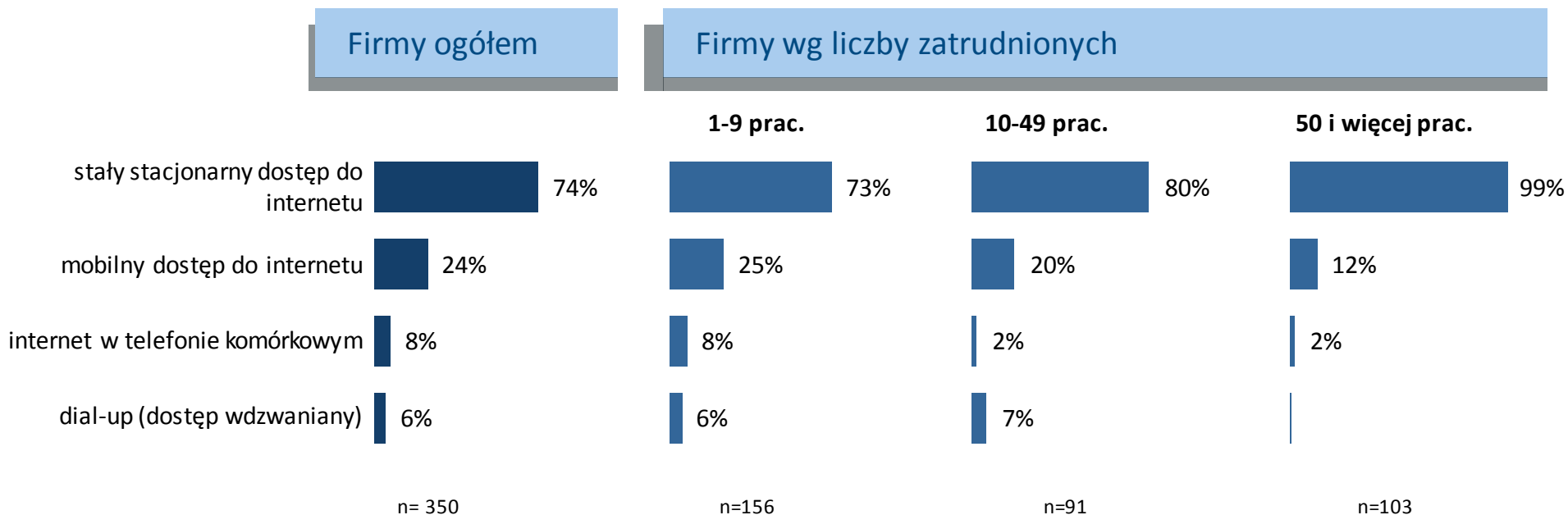
- jest narzędziem kluczowym, niezbędnym dla działalności firmy
- jest ważnym narzędziem, ale ma charakter pomocniczy dla działalności firmy
- jest potrzebny, ale nie jest bezpośrednio związany z działalnością firmy
- w ogóle nie ma znaczenia dla działalności naszej firmy

- *Znaczenie internetu w działalności większości badanych jest istotne, ale nie kluczowe. Niezależnie od wielkości firmy, największa grupa uznaje internet za ważne narzędzie, jednak mające charakter tylko pomocniczy w jej działalności.*

Rodzaj dostępu do internetu

H1. W jaki sposób uzyskują Państwo dostęp do internetu w firmie?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu

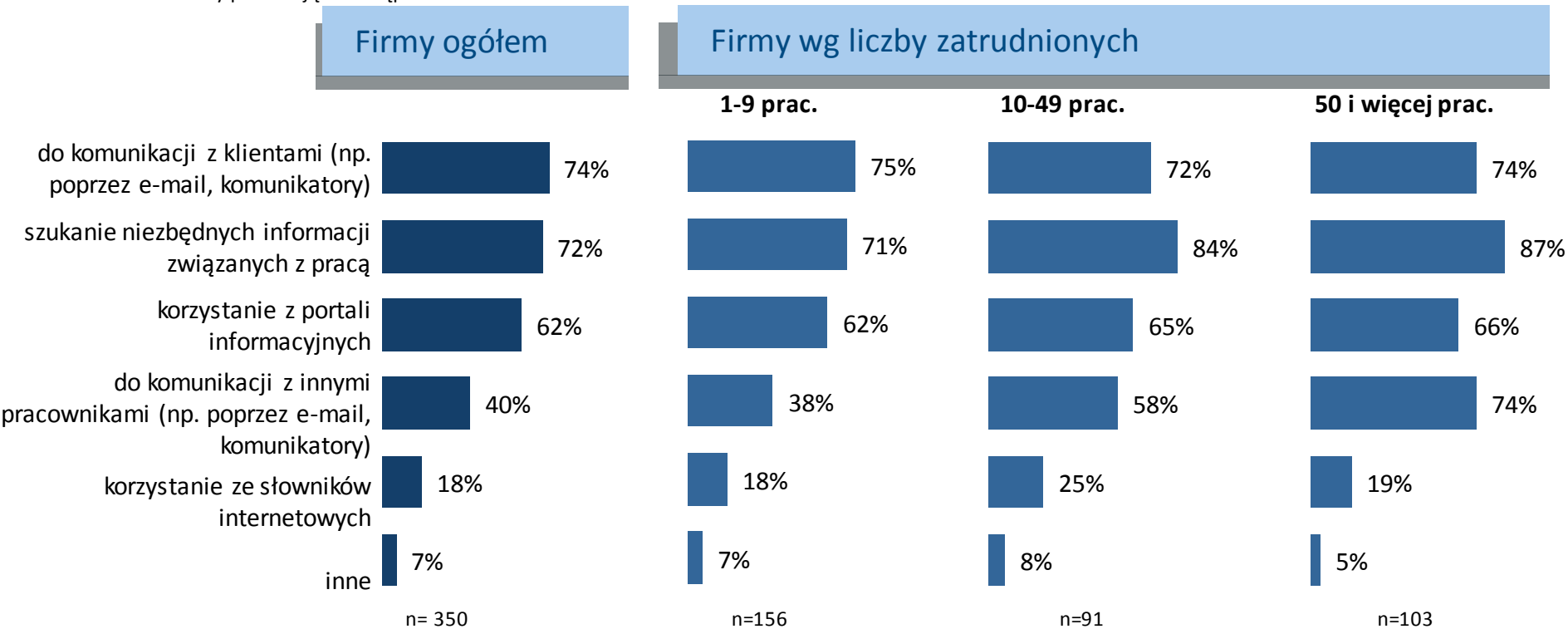


- Trzy czwarte użytkowników internetu posiada dostęp stacjonarny, a jedna czwarta mobilny.
- Stosunkowo niewiele badanych deklaruje korzystanie z opcji łączenia się z internetem przez telefon komórkowy – głównie są to mikrofirmy.
- Usługa wdzwaniana (dial-up) jest w zaniku – zwłaszcza w największych firmach.

Funkcje i usługi wykorzystywane w internecie

H2. Do jakich celów wykorzystują internet pracownicy w Pana(i) firmie?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu

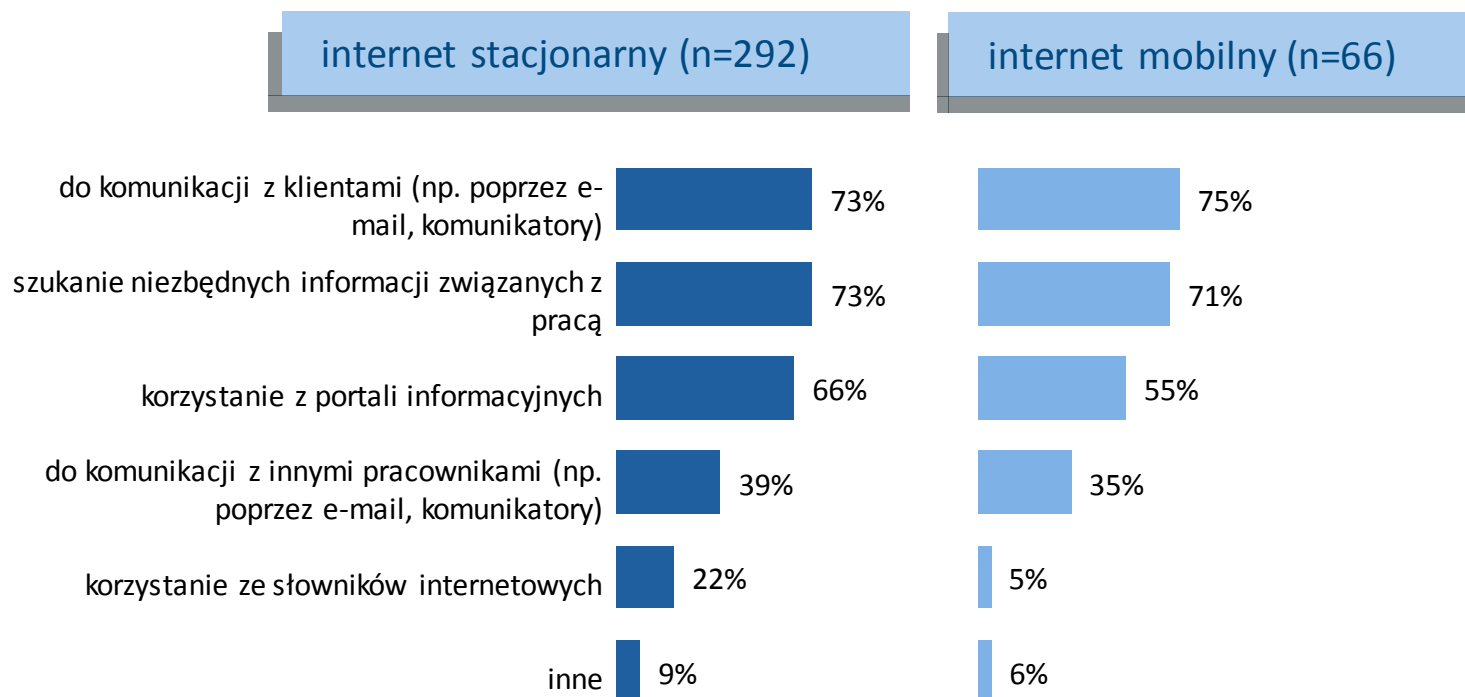


- *Najistotniejsze cele wykorzystywania internetu w firmach to poszukiwanie informacji związanych z wykonywaną pracą (głównie podmioty zatrudniające 10 i więcej pracowników) oraz komunikacja z klientami (głównie firmy mikro).*
- *Wraz ze wzrostem wielkości firmy wyraźnie rośnie znaczenie wewnętrznej komunikacji pracowników.*

Funkcje i usługi wykorzystywane w internecie wg rodzaju dostępu do internetu

H2. Do jakich celów wykorzystują internet pracownicy w Pana(i) firmie?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu



- Cele do jakich wykorzystywany jest internet stacjonarny i mobilny są podobne.
- Istotna różnica dotyczy jedynie korzystania ze słowników internetowych w firmie, do której częściej służy internet stacjonarny.

Profil użytkowników internetu mobilnego i stacjonarnego

internet stacjonarny

Ogółem

ogółem (n=423) 53%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) 52%

10-49 pracujących (n=105) 72%

50 i więcej pracujących (n=105) 97%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) 51%

handel (n=105) 51%

usługi, transport i telekom (n=116) 49%

sektor publiczny (n=101) 76%

internet mobilny

Ogółem

ogółem (n=423) 17%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) 17%

10-49 pracujących (n=105) 17%

50 i więcej pracujących (n=105) 12%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) 21%

handel (n=105) 13%

usługi, transport i telekom (n=116) 19%

sektor publiczny (n=101) 12%

- Posiadanie stacjonarnego dostępu do internetu różni się znacząco w zależności od wielkości podmiotu. Odsetek użytkowników jest najniższy w firmach mikro (1-9 prac.), wśród których tylko nieco połowa ma stałe łącze. Wśród małych przedsiębiorstw (10-49 prac.) z dostępu stacjonarnego korzysta prawie trzy czwarte, zaś wśród zatrudniających ponad 50 prac. prawie każda ma stałe łącze.
- W przypadku internetu mobilnego brak jest zróżnicowania w jego wykorzystaniu ze względu na wielkość przedsiębiorstwa.

A computer mouse is positioned on top of an open book. The book has blue covers and visible text on its pages. The mouse is silver and black with two buttons and a scroll wheel. The background is a plain, light color.

Internet stacjonarny

ROZDZIAŁ 2.2

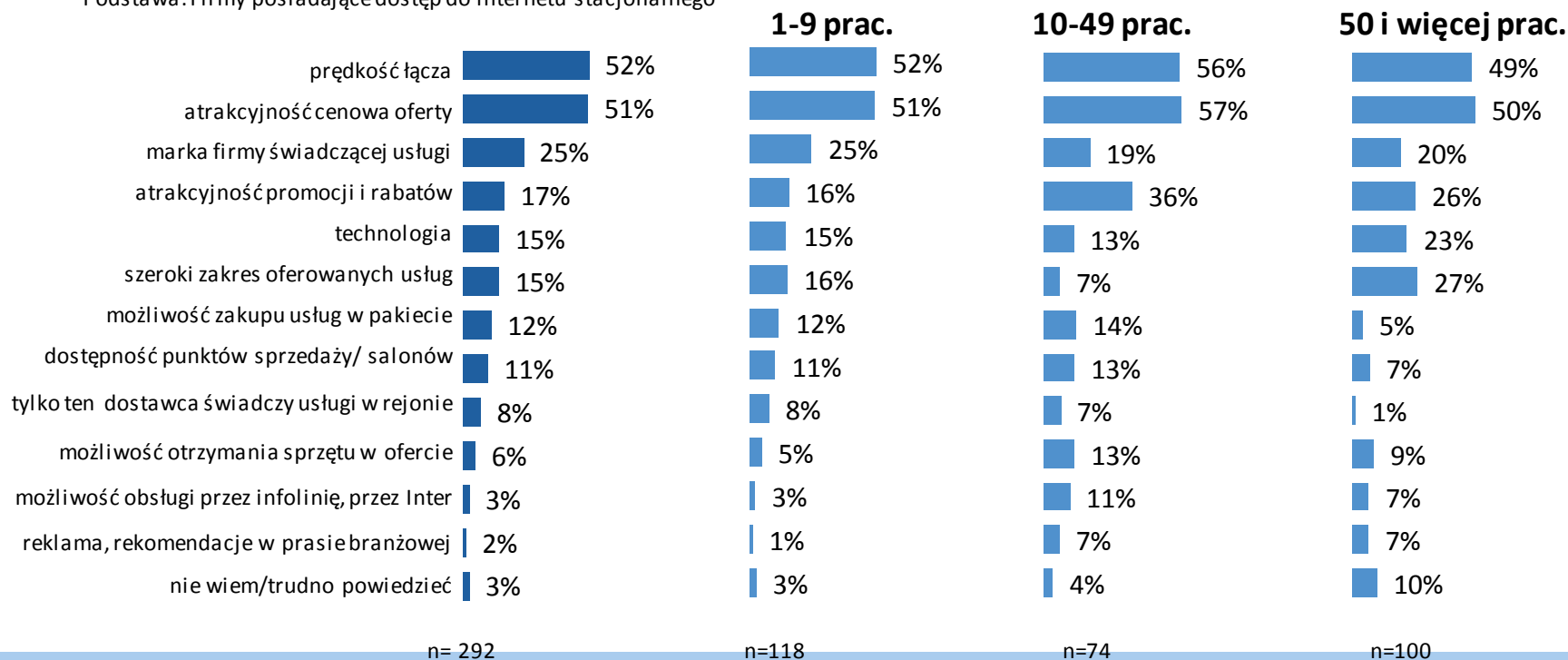
Czynniki wyboru dostawcy

Firmy ogółem

Firmy wg liczby zatrudnionych

J2. Co brali Państwo pod uwagę przy wyborze dostawcy internetu, z którego usług Państwo obecnie korzystają?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego

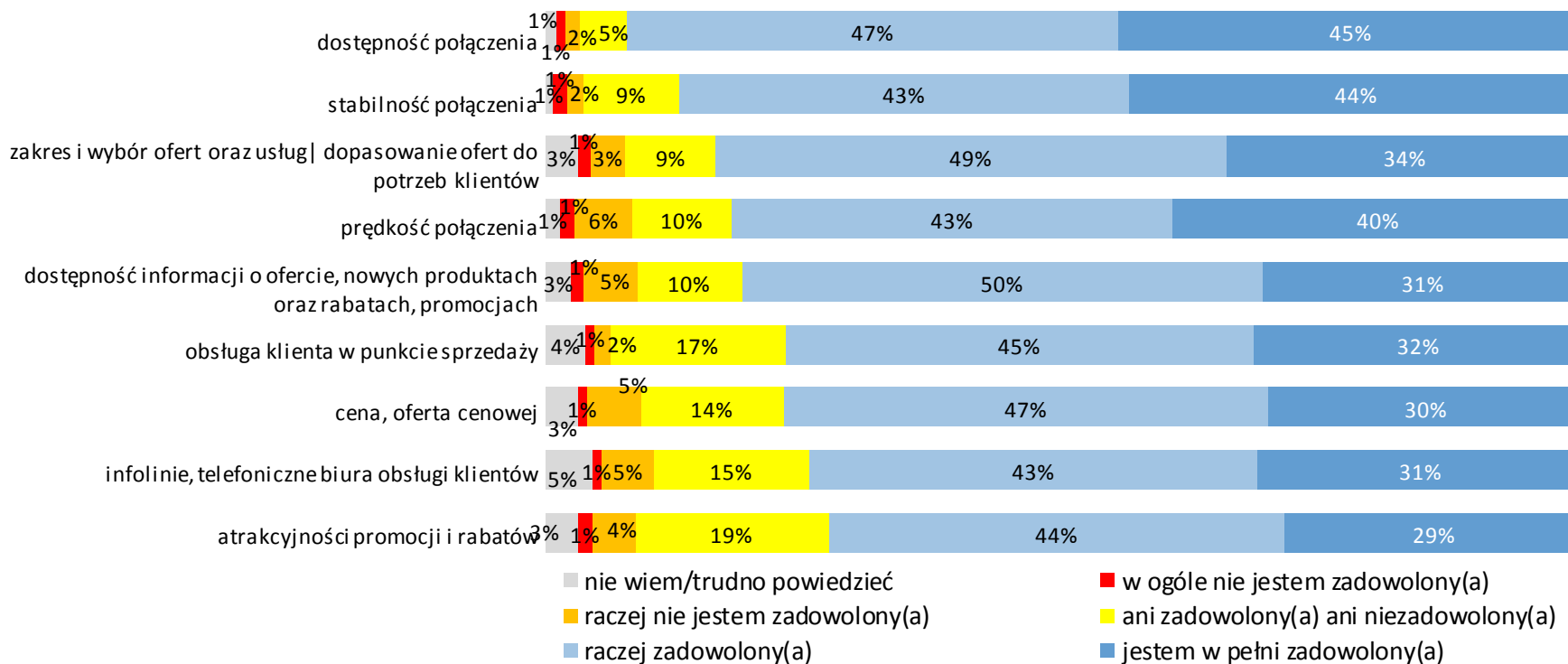


- Kluczowym kryterium wyboru dostawcy internetu stacjonarnego jest prędkość oferowanego łącza oraz atrakcyjność cenowa oferty. Oba czynniki są najczęściej wskazywane bez względu na wielkość firmy.
- Wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa obserwujemy wyraźny wzrost znaczenia atrakcyjności promocji i rabatów.

Zadowolenie z usług

J1. Przeczytam teraz Panu(i) elementy funkcjonowania usługi dostępu do internetu. Proszę ocenić Państwa zadowolenie z tych elementów w przypadku Pana(i) dostępu stacjonarnego.

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego, n=292



- Poziom zadowolenia z usług dostępu do internetu stacjonarnego jest wysoki.
- Źródłem największego zadowolenia są aspekty stricte techniczne: dostępność połączenia i jego stabilność. Na dalszych miejscach znajduje się zakres i wybór ofert oraz prędkość łącza, zaś najniżej oceniane są kryteria związane z ceną i rabatami oraz działaniem infolinii.

Zadowolenie z usług wg wielkości firmy

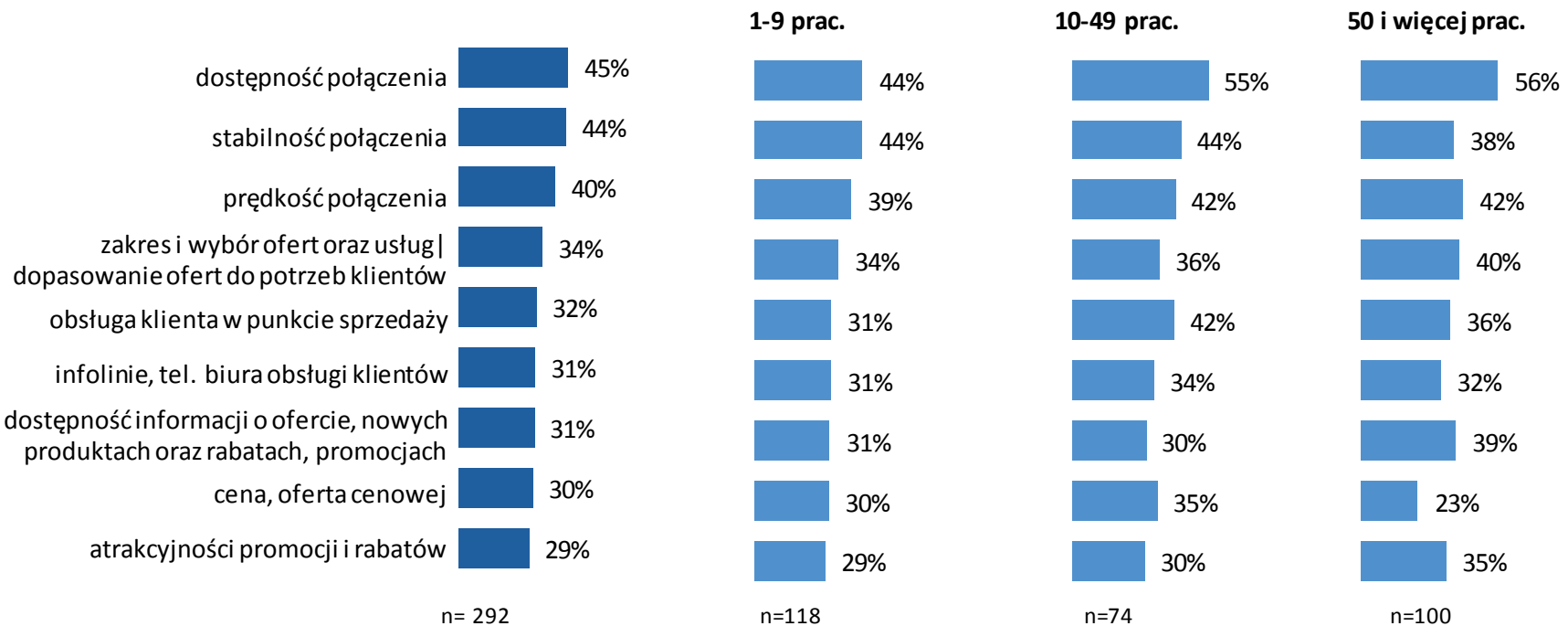
Firmy ogółem

Firmy wg liczby zatrudnionych

J1. Przeczytam teraz Panu(i) elementy funkcjonowania usługi dostępu do internetu. Proszę ocenić Państwa zadowolenie z tych elementów w przypadku Pana(i) dostępu stacjonarnego

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego

% odpowiedzi „W pełni zadowolony”



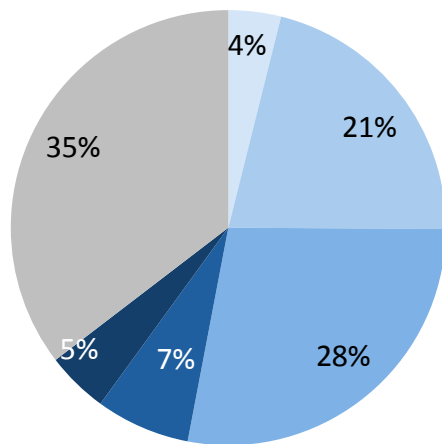
- *Największe zadowolenie z usługi deklarują duże firmy. Dotyczy to zwłaszcza: dostępności i prędkości połączenia oraz zakresu ofert, a także dostępności informacji o ofercie.*
- *Najniższy poziom zadowolenia wykazują mikroprzedsiębiorstwa.*

Maksymalna prędkość łącza internetowego

J3. Jaka jest maksymalna ustalona w umowie z operatorem prędkość stacjonarnego łącza internetowego w Państwa firmie?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego

Firmy ogółem

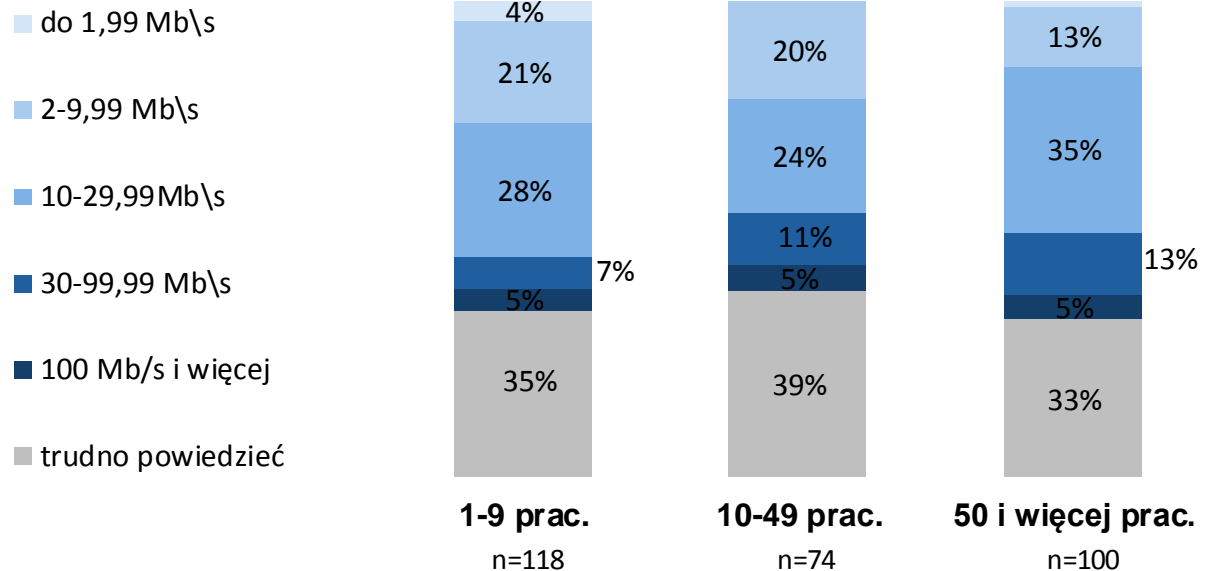


n=292

Średnia: 23 Mb/s

Mediana: 10 Mb/s

Firmy wg liczby zatrudnionych



1-9 prac.

n=118

Średnia: 22 Mb/s

Mediana: 10 Mb/s

10-49 prac.

n=74

Średnia: 30 Mb/s

Mediana: 10 Mb/s

50 i więcej prac.

n=100

Średnia: 25 Mb/s

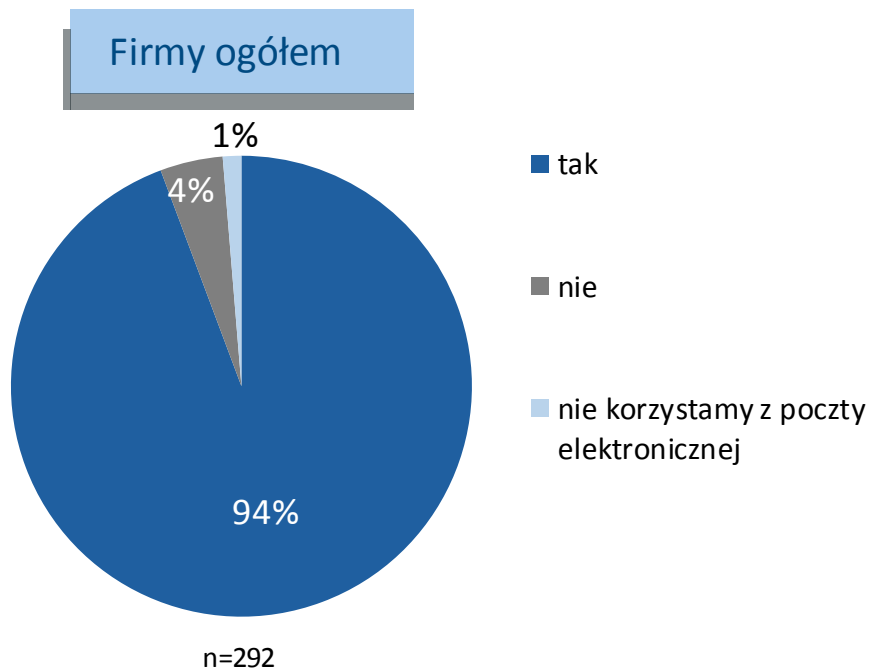
Mediana: 10 Mb/s

- Duży odsetek firm wykazuje brak wiedzy w zakresie podstawowych parametrów technicznych posiadanej usługi – dotyczy to przeszło jednej trzeciej badanych.
- Przeciętna (mediana) podana szybkość łącza to 10 Mb/s.

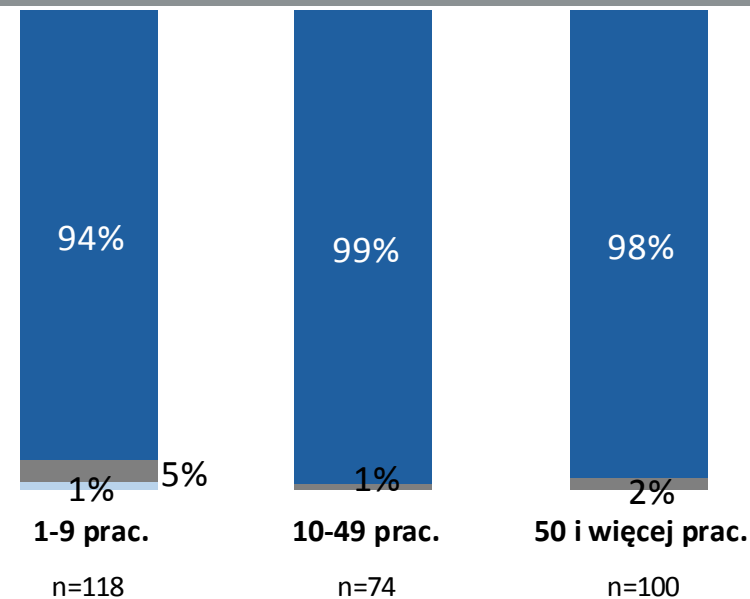
Funkcjonalność dostępu stacjonarnego

J3a. Czy usługa dostępu do internetu, którą Państwo posiadają, pozwala na sprawne korzystanie z poczty elektronicznej (odbieranie i wysyłanie wiadomości e-mail)?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego



Firmy wg liczby zatrudnionych

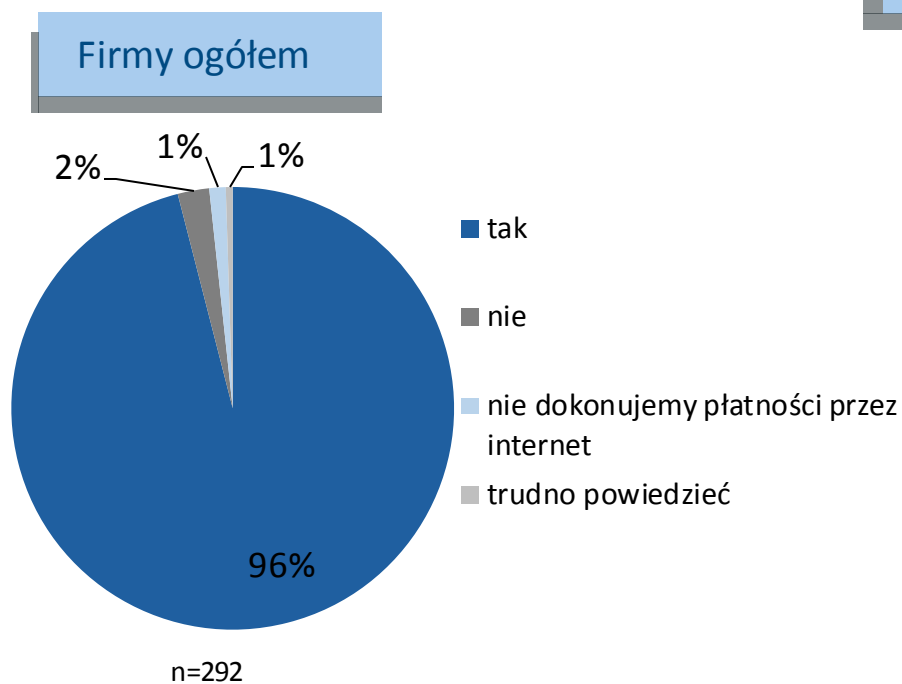


- Posiadane łącze umożliwia sprawne korzystanie z poczty elektronicznej niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa.

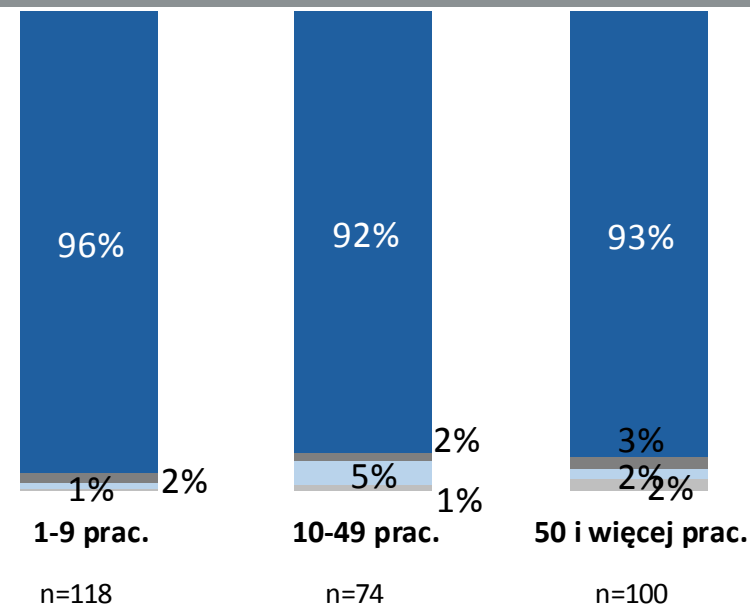
Funkcjonalność dostępu stacjonarnego, cd.

J3b. Czy usługa dostępu do internetu, którą Państwo posiadają, pozwala na sprawne dokonywanie płatności przez internet

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego



Firmy wg liczby zatrudnionych



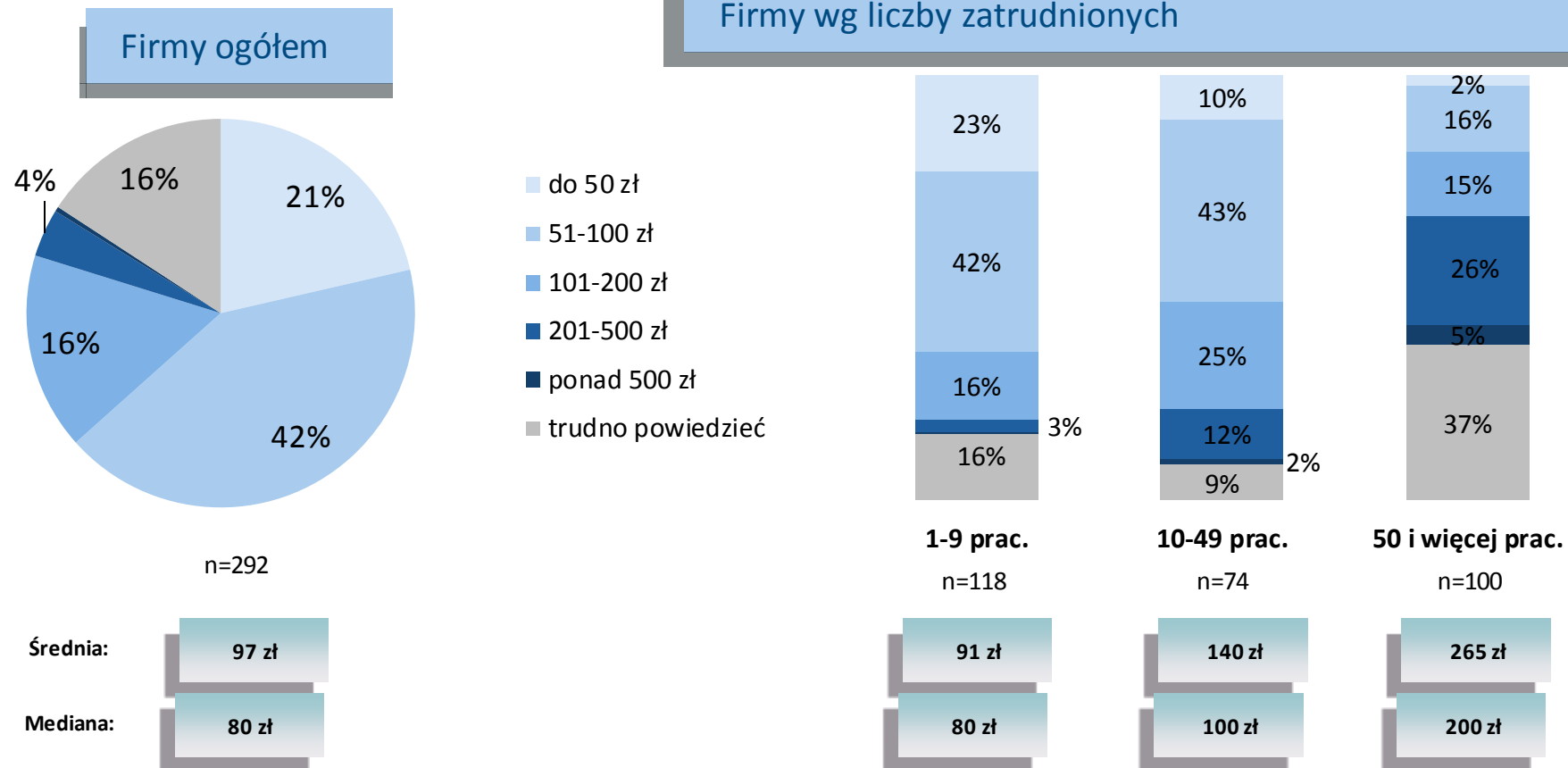
- Posiadane przez firmy łącza stacjonarne pozwalają na sprawne dokonywanie płatności przez internet.

Wydatki klientów internetu stacjonarnego

J4. Jaka jest Państwa przeciętna miesięczna wysokość rachunku za korzystanie z internetu stacjonarnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego

Firmy wg liczby zatrudnionych

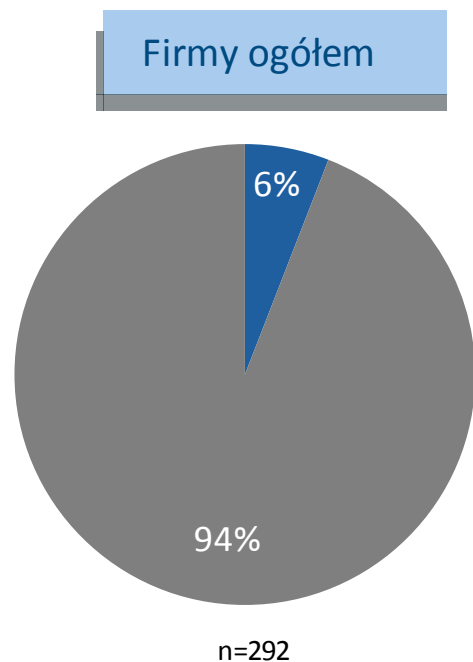


- Wydatki na internet stacjonarny są ściśle powiązane z wielkością przedsiębiorstwa, stąd też ich duże zróżnicowanie. Firmy mikro wydają miesięcznie na usługę średnio 91 zł; małe - 140 zł, a podmioty zatrudniające powyżej 50 pracowników 265 zł.

Zmiana dostawcy usług

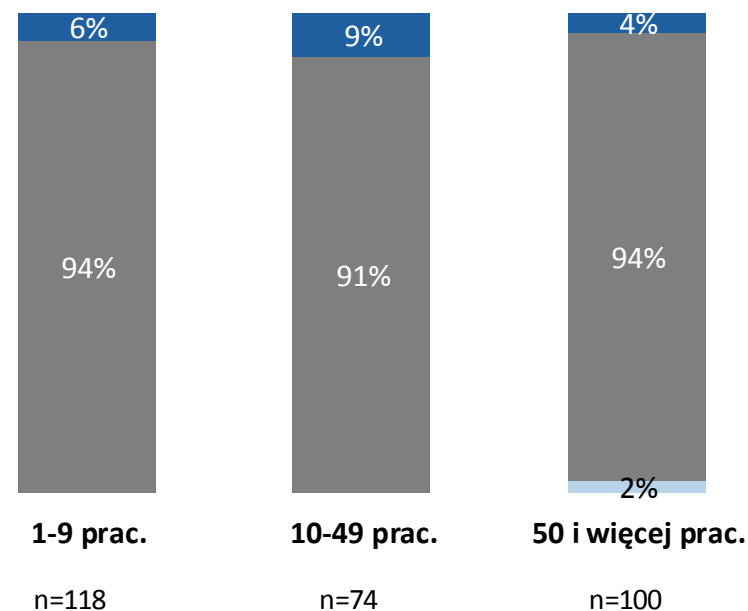
J4.1. Czy w ciągu ostatniego roku zmienili Państwo dostawcę usług internetu stacjonarnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego



■ tak, zmienialiśmy dostawcę
■ nie

Firmy wg liczby zatrudnionych



- Tylko 6% ogółu badanych firm zmieniło w ciągu ostatniego roku dostawcę internetu stacjonarnego.

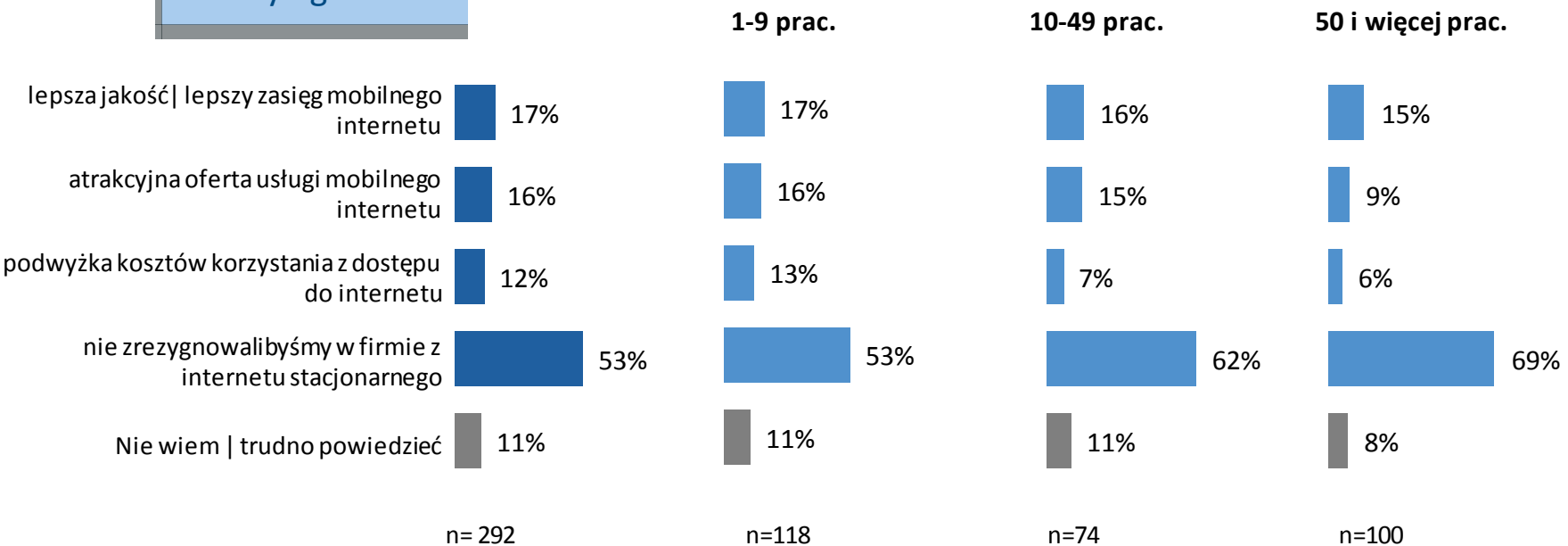
Substytucja internetu stacjonarnego

J5. Proszę powiedzieć, co mogłoby Pana (-ią) skłonić do rezygnacji z usługi stacjonarnego dostępu do internetu na rzecz internetu mobilnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu stacjonarnego

Firmy ogółem

Firmy wg liczby zatrudnionych

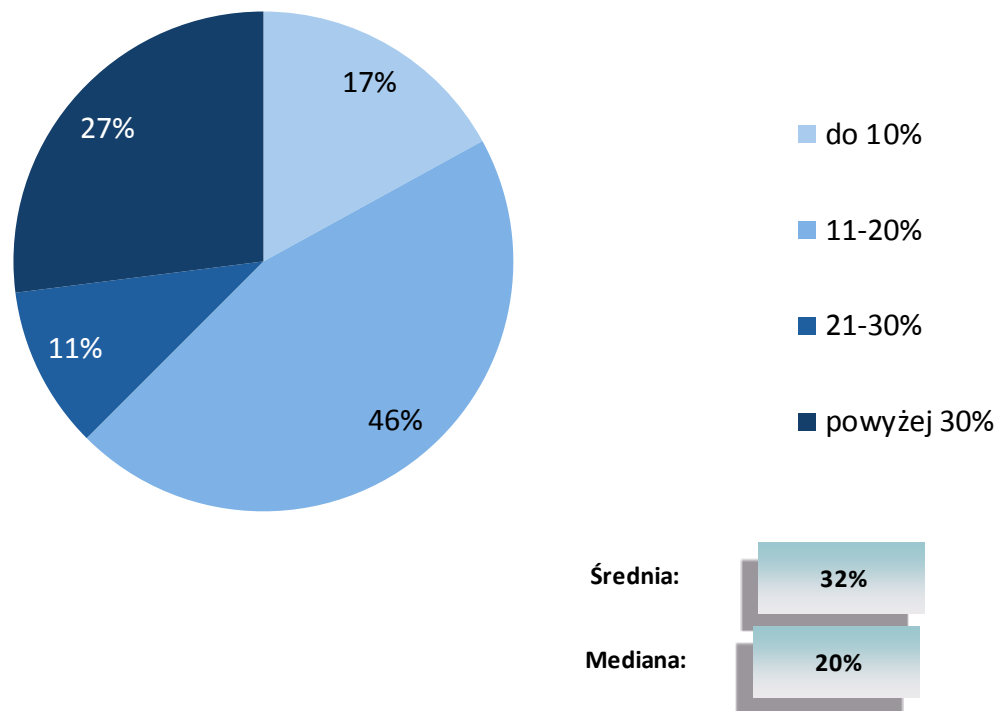


- Skłonność do rezygnacji z internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego wykazuje około jednej trzeciej firm. Gotowość do rezygnacji maleje wraz z wielkością przedsiębiorstwa. Wszystkie wymienione motywy zmiany są brane pod uwagę w podobnym stopniu.

Substytucja internetu stacjonarnego, cd.

J5a. Proszę określić w procentach, jaka podwyżka kosztów korzystania z internetu stacjonarnego skłoniłaby Państwa do rezygnacji z usługi.

Podstawa: Firmy skłonne do rezygnacji z usług przy podwyżce kosztów internetu stacjonarnego, n=29 MAŁA PODSTAWA



- *Prawie dwie trzecie firm, które byłyby skłonne do rezygnacji z internetu stacjonarnego deklaruje, że uczyni to przy podwyżce kosztów do 20%, dla niecałej jednej trzeciej wzrost cen musiałby wynieść co najmniej 30%.*



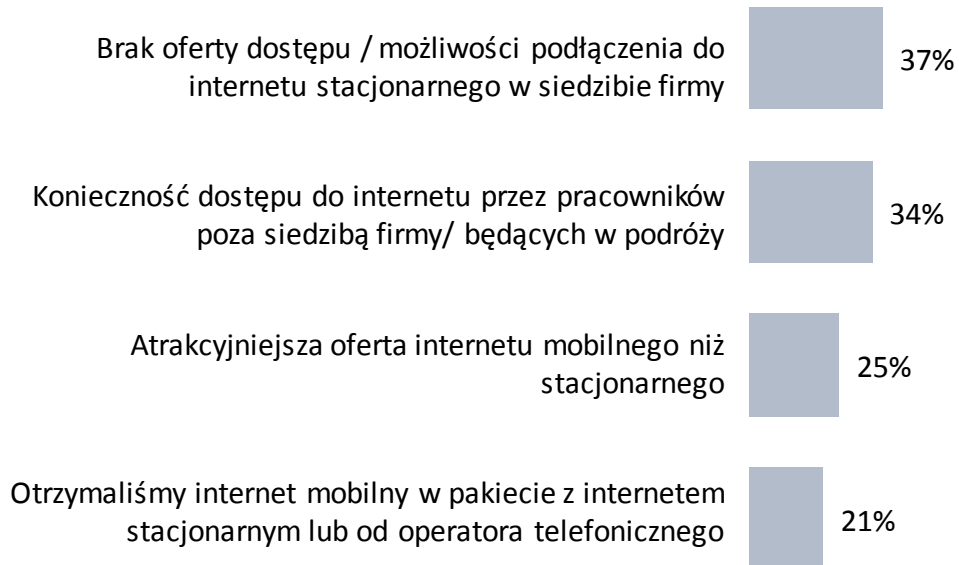
Internet mobilny

ROZDZIAŁ 2.3

Powody wyboru internetu mobilnego

K1a. Z jakich powodów zdecydowali się Państwo na korzystanie z internetu mobilnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66

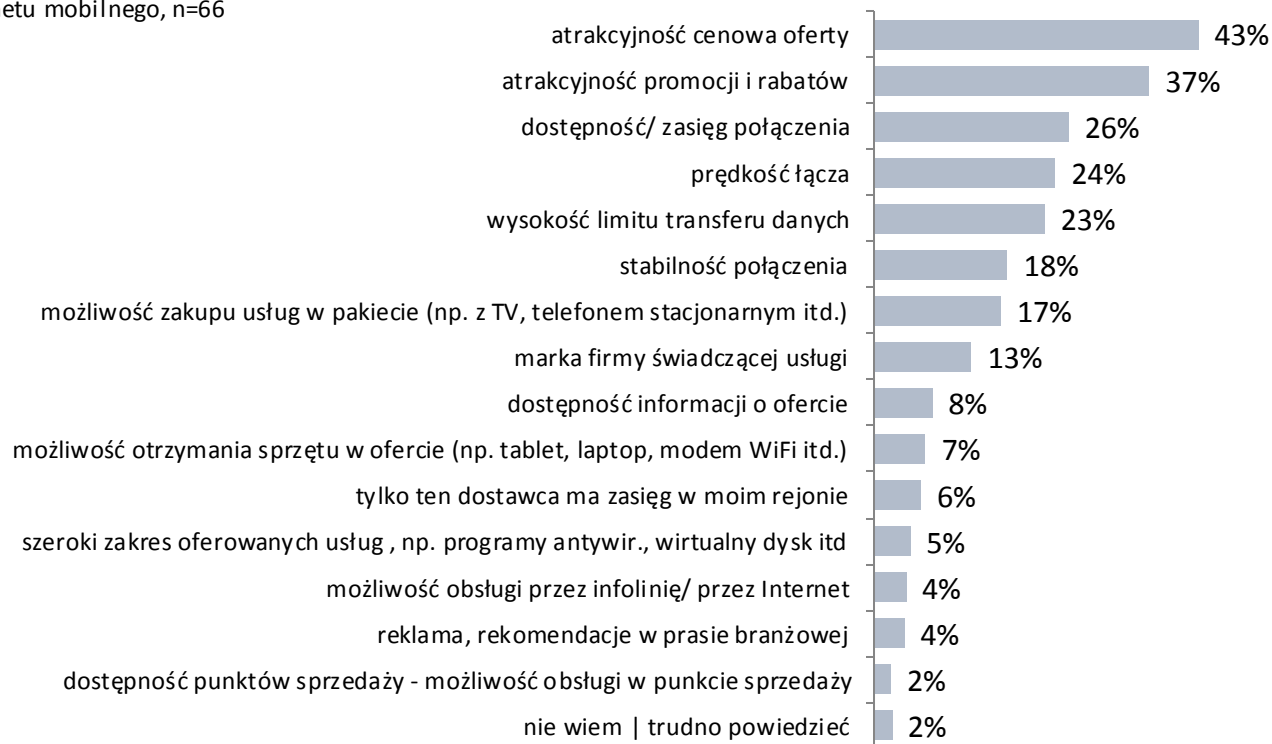


- *Główne motywy korzystania z internetu mobilnego to brak możliwości uzyskania stałego łącza (37%) oraz konieczność dostępu do internetu poza siedzibą firmy (34%).*
- *Ponadto dla jednej czwartej firm istotne jest to, że oferta internetu mobilnego jest atrakcyjniejsza niż dostępu stacjonarnego.*

Czynniki wyboru dostawcy

K2. Co brali Państwo pod uwagę przy wyborze dostawcy internetu mobilnego, z którego usług Państwo obecnie korzystają?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66

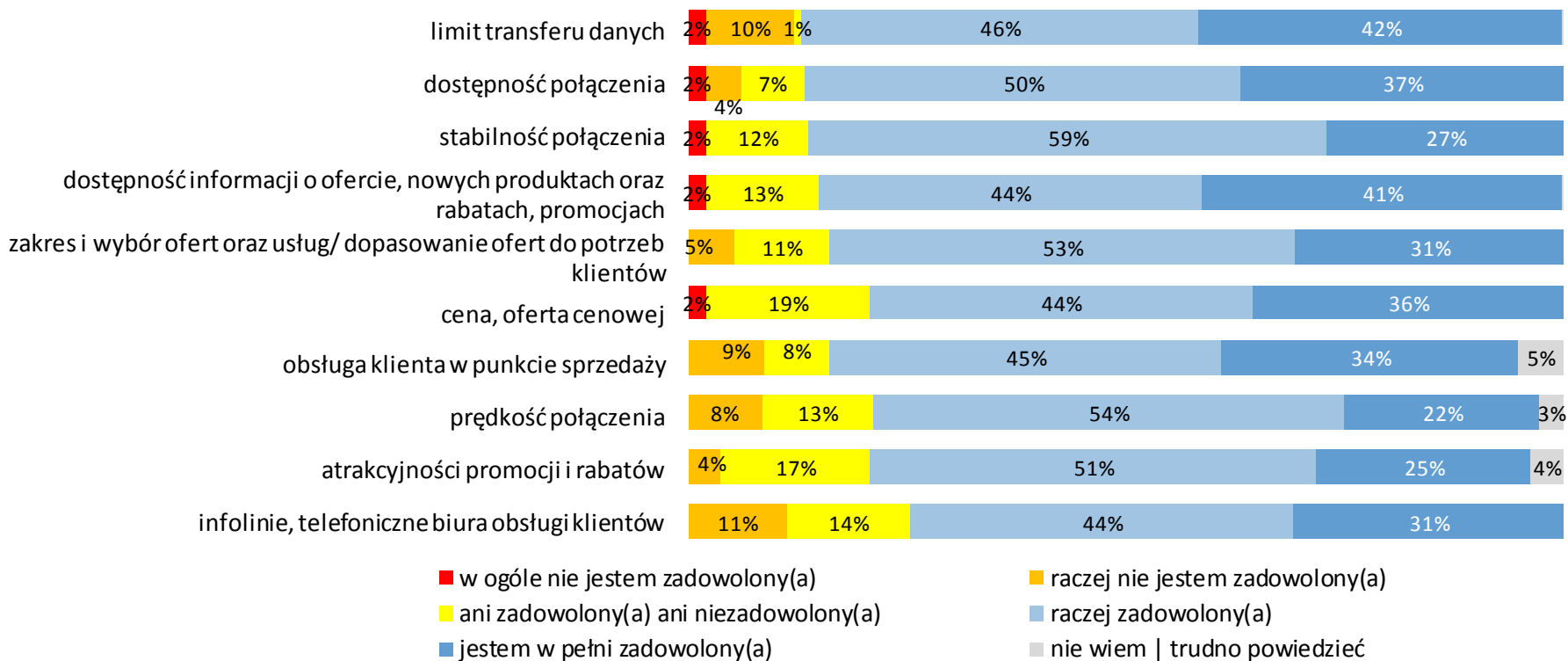


- Kryteria wyboru oferty internetu mobilnego i stacjonarnego różnią się. W przypadku usługi mobilnej kluczowa jest atrakcyjność cenowa takiego rozwiązania (dla internetu stacjonarnego była to prędkość łącza).
- Na drugim miejscu znajdują się atrakcyjność promocji i rabatów.

Zadowolenie z usług

K1. Proszę ocenić Państwa zadowolenie z wymienionych elementów funkcjonowania usługi mobilnego dostępu do internetu

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66

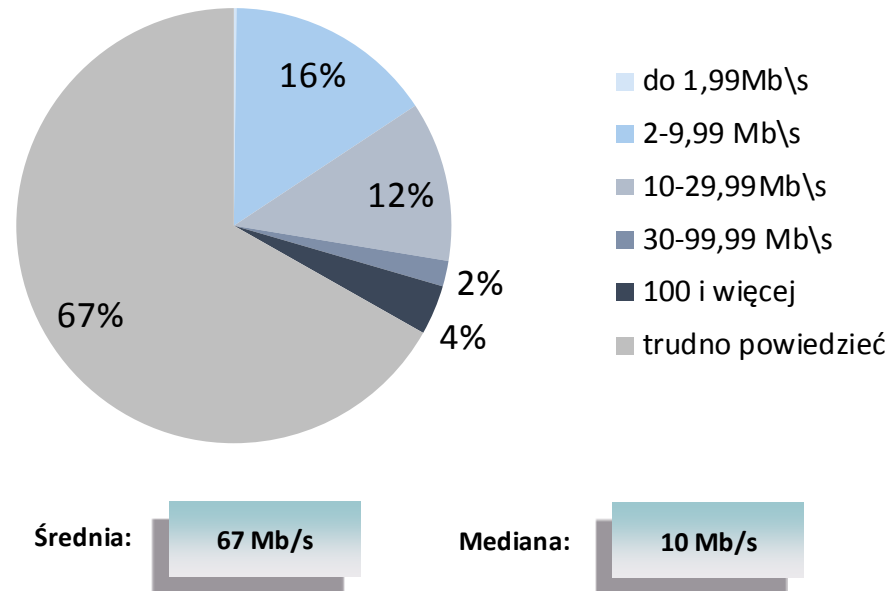


- Wśród badanych firm poziom zadowolenia z usług dostępu do internetu mobilnego jest raczej wysoki.
- Źródłem największego zadowolenia są następujące aspekty: limit transferu danych, dostępność połączenia i jego stabilność.

Maksymalna prędkość dostępu

K3. Jaka jest maksymalna ustalona w umowie z operatorem prędkość Państwa internetu mobilnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66



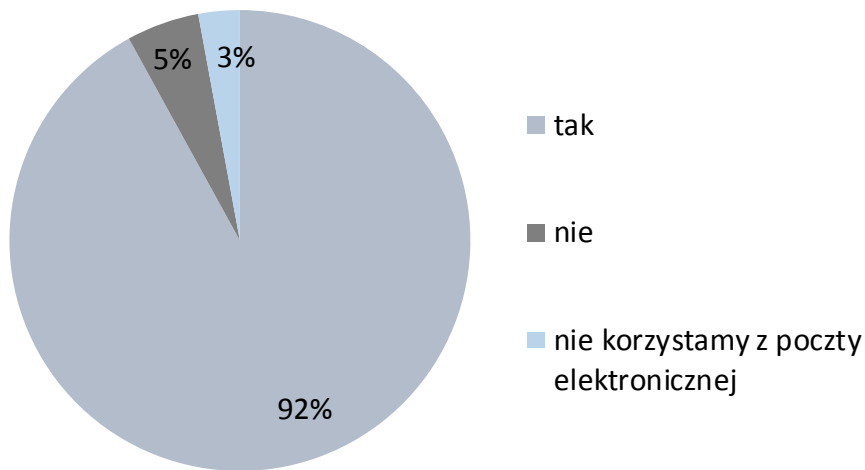
- Wiedza o maksymalnej prędkości dostępu mobilnego jest wśród użytkowników biznesowych niska – dwie trzecie z nich nie jest w stanie jej podać. Wśród tych firm, które były w stanie podać informację o parametrach, średnia prędkość wyniosła 10 Mb/s.

Funkcjonalność dostępu mobilnego

Sprawne korzystanie z e-mail

K3a. Czy usługa dostępu do internetu, którą Państwo posiadają, pozwala na sprawne korzystanie z poczty elektronicznej (odbieranie i wysyłanie wiadomości e-mail)?

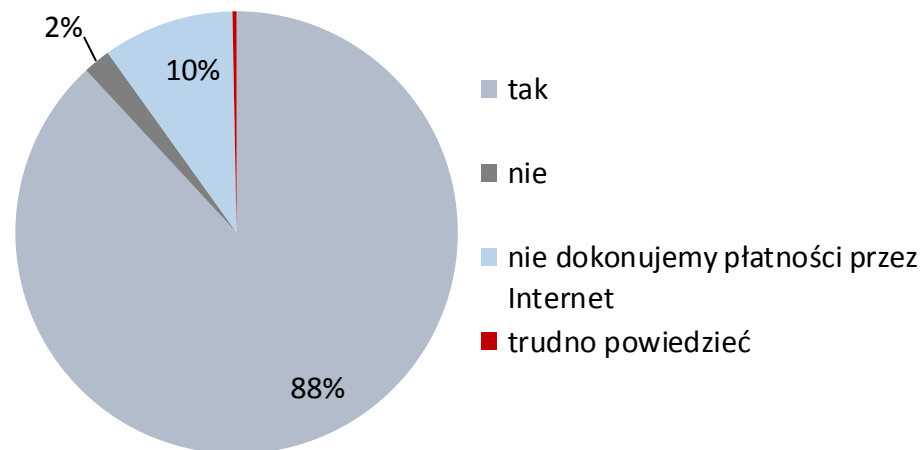
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66



Sprawne płatności przez internet

K3b. Czy usługa dostępu do internetu, którą Państwo posiadają, pozwala na sprawne dokonywanie płatności przez internet?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66



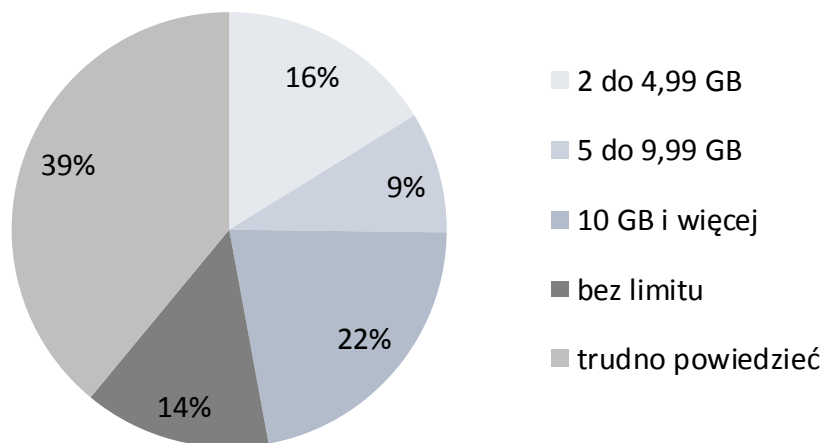
- W ocenie zdecydowanej większości firm posiadany internet mobilny pozwala na sprawne korzystanie z poczty elektronicznej i płatności przez internet.
- Warto zwrócić uwagę, że 10% przedsiębiorstw korzystających z internetu mobilnego nie dokonuje płatności przez internet.

Limit transferu danych

Wielkość limitu

K5. Jaki mają Państwo limit transmisji danych. Jeśli korzystają Państwo z kilku dostępów mobilnych, proszę uwzględnić ten, którego używa Państwo najczęściej.

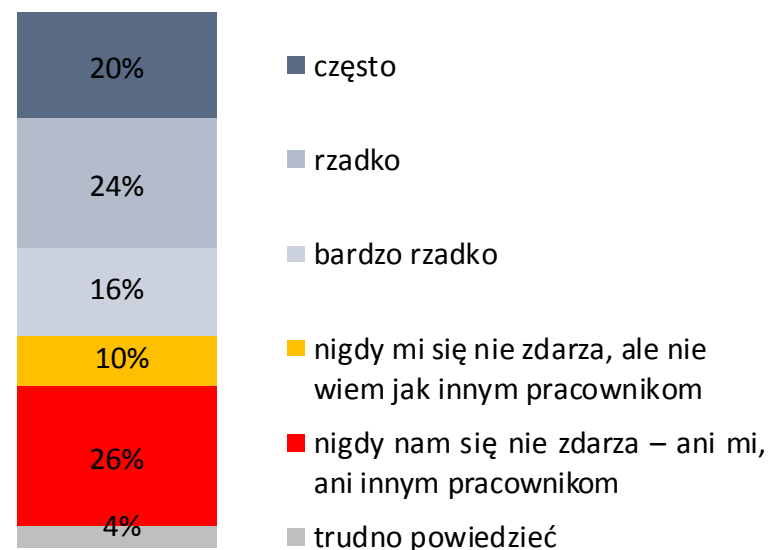
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66



Przekraczanie limitu

K5a. Jak często zdarza się Państwu przekraczać ustalony w umowie limit pobieranych danych, przez co następuje obniżenie prędkości pobierania?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego i ustalony limit transferu, n=58

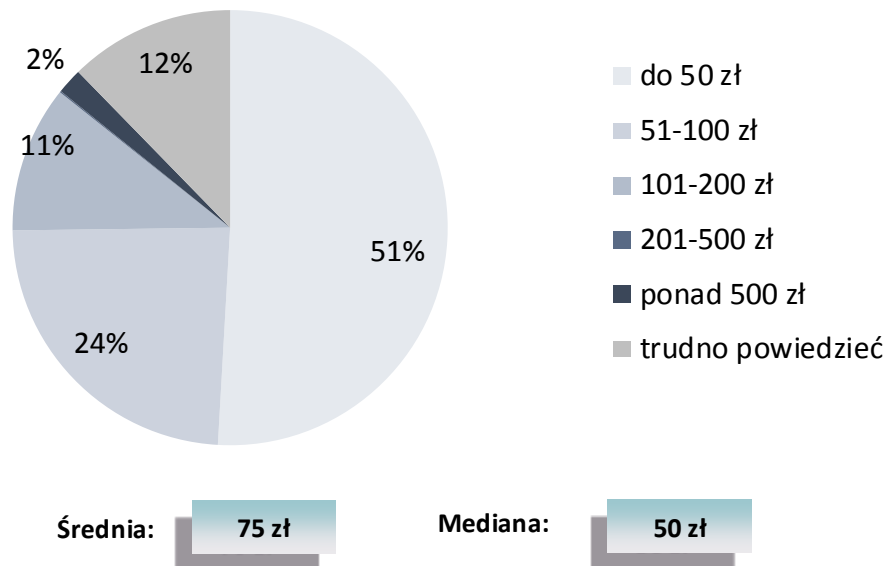


- Prawie połowa (47%) firm posiadających dostęp do internetu mobilnego podała wielkość limitu transmisji danych, dwie piąte (39%) respondentów nie była w stanie wskazać konkretnej wartości.
- 60% badanych przedsiębiorstw posiadających limit transferu danych przyznaje, że zdarza się go im przekraczać.

Wydatki klientów internetu mobilnego

K4. Jaka jest Państwa przeciętna miesięczna wysokość rachunku za korzystanie z internetu mobilnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=68

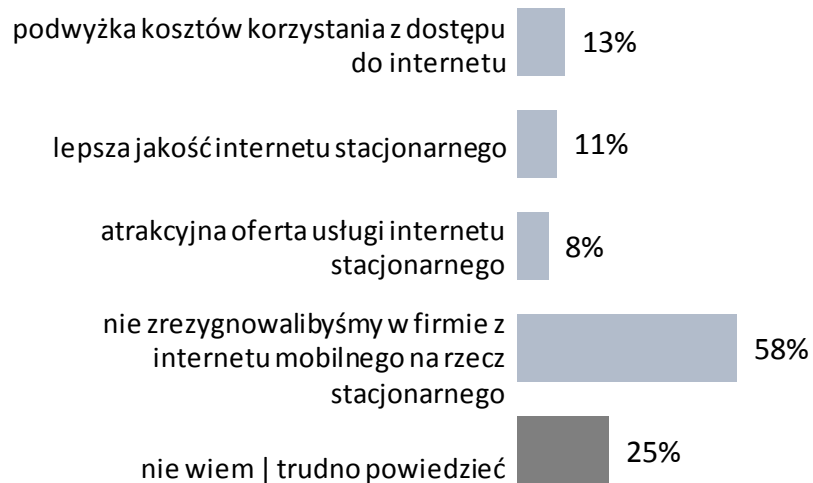


- Średnia wydatków na korzystanie z internetu mobilnego wynosi 75 zł. Połowa firm płaci niskie rachunki – niższe niż 50 zł.

Substytucja internetu mobilnego

K7. Co mogłoby Państwa skłonić do rezygnacji z usługi internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, n=66



- *Gotowość do rezygnacji z internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego jest niewielka (łącznie deklaruje to 17% badanych posiadających tę usługę).*



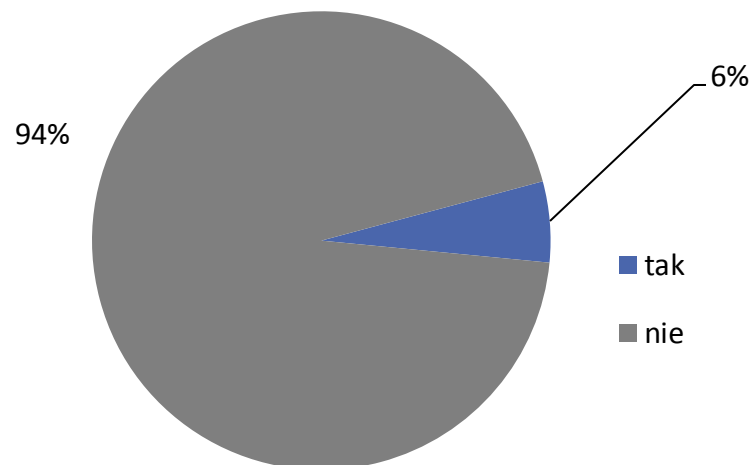
Dostęp dial-up

ROZDZIAŁ 2.4

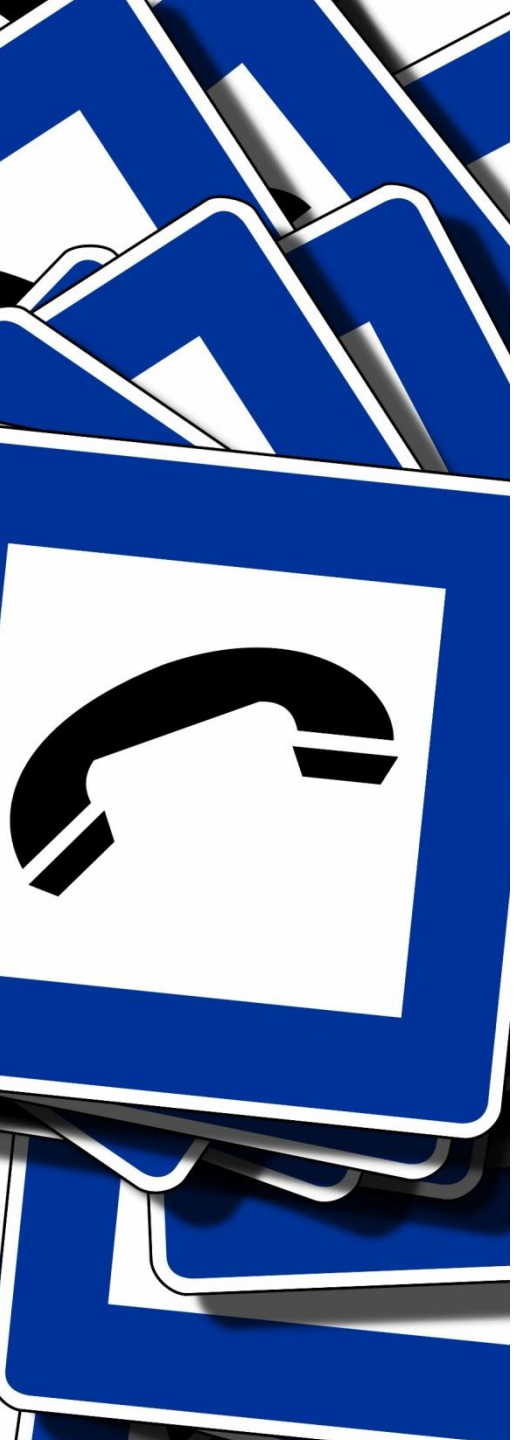
Korzystanie z internetu dial-up

H1. Czy firma korzysta z internetu dial-up?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu, n=350



- *Wdzwaniany dostęp do internetu jest usługą zanikającą, korzysta z niego zaledwie 6% badanych podmiotów.*



Telefonia

ROZDZIAŁ 3



Korzystanie z telefonii ogółem

ROZDZIAŁ 3.1

Korzystanie z usług telefonii stacjonarnej i komórkowej

Dostęp do usług w populacji generalnej

P1. Czy Pana(i) firma korzysta....?

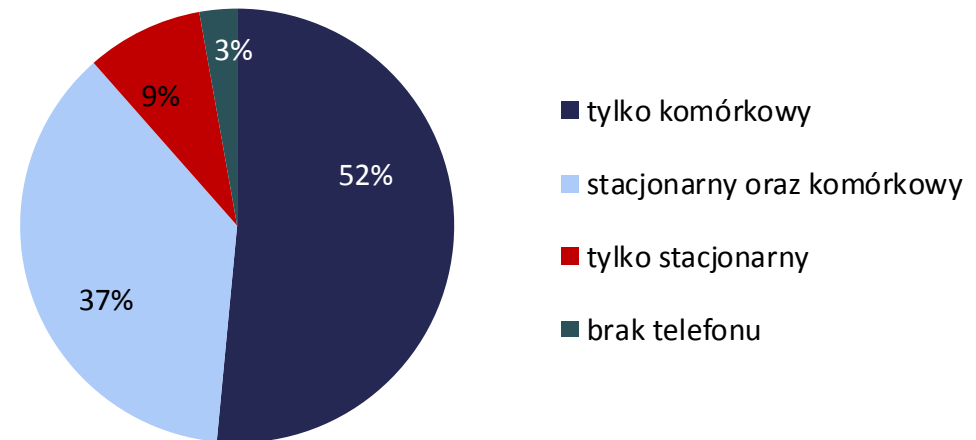
Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



Współkorzystanie z usług - typologia

P1. Czy Pana(i) firma korzysta....?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



- Zdecydowana większość badanych firm korzysta z telefonii komórkowej. Telefon stacjonarny posiada prawie połowa podmiotów.
- Jedynie 9% podmiotów ogranicza się tylko do telefonu stacjonarnego, połowa posiada obydwa rodzaje, a ponad jedna trzecia korzysta wyłącznie z telefonu komórkowego.

Profil użytkowników (1/2)

Odsetek użytkowników tylko telefony stacjonarne

Ogółem

firmy ogółem (n=423) ■ 9%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) ■ 8%

10-49 pracujących (n=105) ■ 14%

50 i więcej pracujących (n=105) ■ 24%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) ■ 3%

handel (n=105) ■ 9%

usługi, transport i telekom (n=116) ■ 6%

sektor publiczny (n=101) ■ 30%

...tylko telefony komórkowe

Ogółem

firmy ogółem (n=423) ■ 52%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) ■ 53%

10-49 pracujących (n=105) ■ 23%

50 i więcej pracujących (n=105) ■ 2%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) ■ 60%

handel (n=105) ■ 39%

usługi, transport i telekom (n=116) ■ 62%

sektor publiczny (n=101) ■ 26%

- Tradycyjny model korzystania tylko z telefonów stacjonarnych jest najczęstszy w firmach zatrudniających 50 i więcej pracowników oraz w sektorze publicznym.
- Korzystanie tylko z telefonu komórkowego to z kolei domena przedsiębiorstw najmniejszych, a także produkcyjnych (w tym budowlanych) i usługowych.

Profil użytkowników (2/2)

Odsetek użytkujących telefony stacjonarne i komórkowe

Ogółem

firmy ogółem (n=423) 37%

Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=213) 36%

10-49 pracujących (n=105) 62%

50 i więcej pracujących (n=105) 74%

Branża

produkcja i budownictwo (n=101) 37%

handel (n=105) 46%

usługi, transport i telekom (n=116) 29%

sektor publiczny (n=101) 44%

- *Korzystanie z obu rodzajów telefonii jest charakterystyczne dla największych podmiotów.*



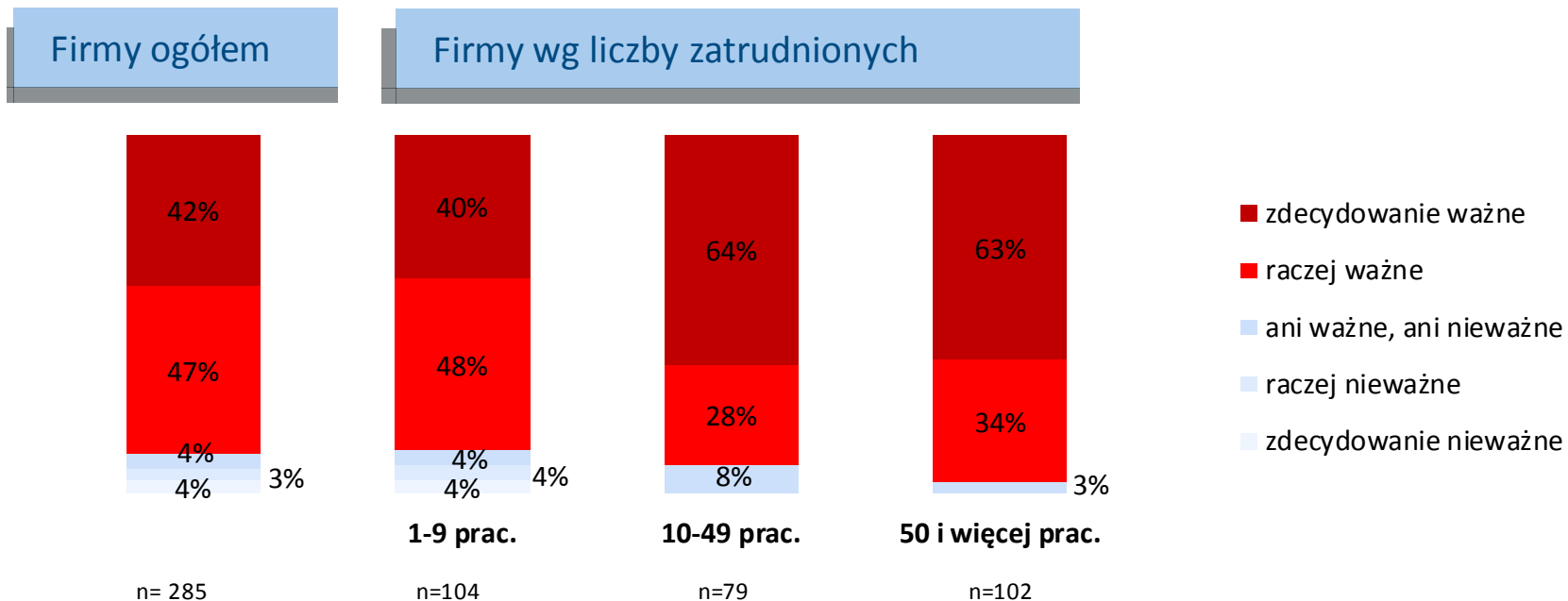
Telefonia stacjonarna

ROZDZIAŁ 3.2

Ważność posiadania telefonu stacjonarnego

A1. Proszę ocenić, jak ważne jest dla Pana(i) firmy posiadanie telefonu stacjonarnego.

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285

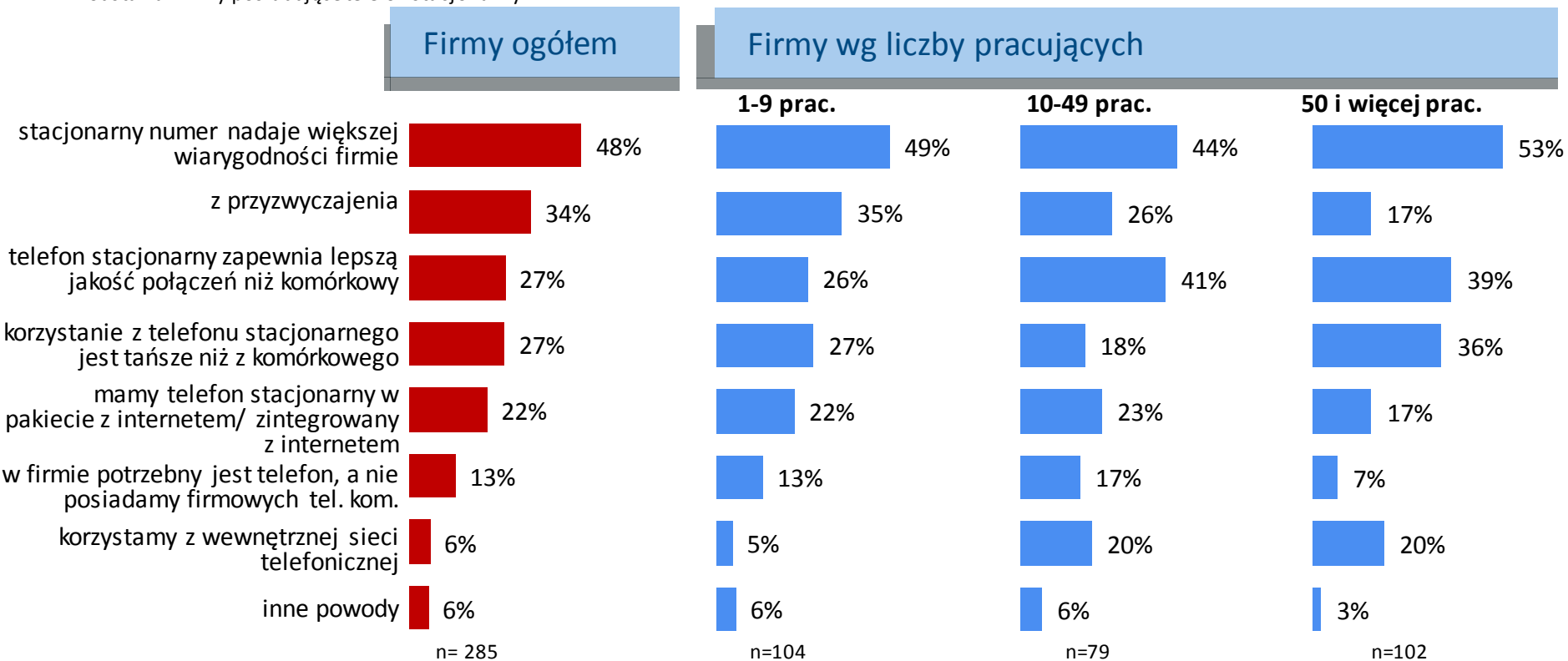


- Posiadanie przez firmę telefonu stacjonarnego jest oceniane jako zdecydowanie ważne przez ponad dwie piąte badanych.
- Znaczenie dostępu do telefonii stacjonarnej rośnie w przypadku podmiotów zatrudniających większą liczbę osób.

Powody korzystania z telefonii stacjonarnej

A2. Dlaczego w Pana(-i) firmie korzysta się z telefonu stacjonarnego?

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny



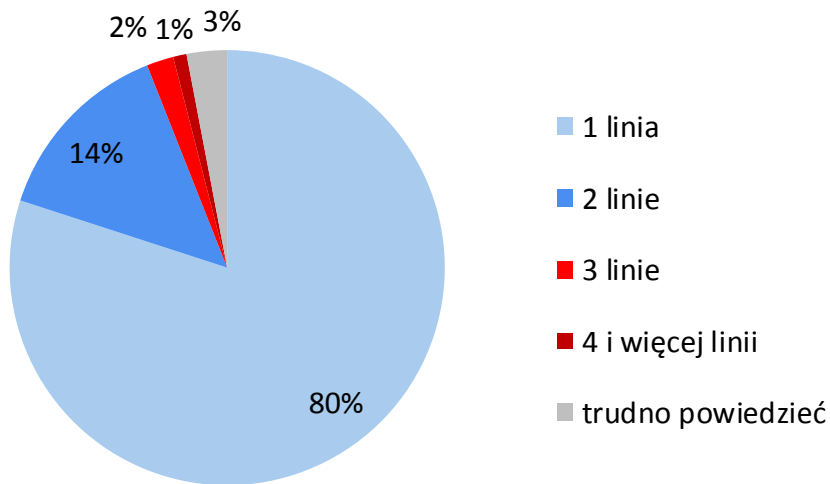
- Najważniejszym powodem korzystania z telefonu stacjonarnego jest utrzymanie wiarygodności firmy. Jest to kluczowy powód niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa. Ważną rolę, zwłaszcza w najmniejszych podmiotach, odgrywa przyzwyczajenie. W największych organizacjach istotnym powodem jest też lepsza jakość połączeń oraz niskie koszty.

Liczba posiadanych linii telefonicznych

A4. Ile linii telefonicznych (niezależnych numerów stacjonarnych) posiada Pana(-i) firma?

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285

Firmy ogółem

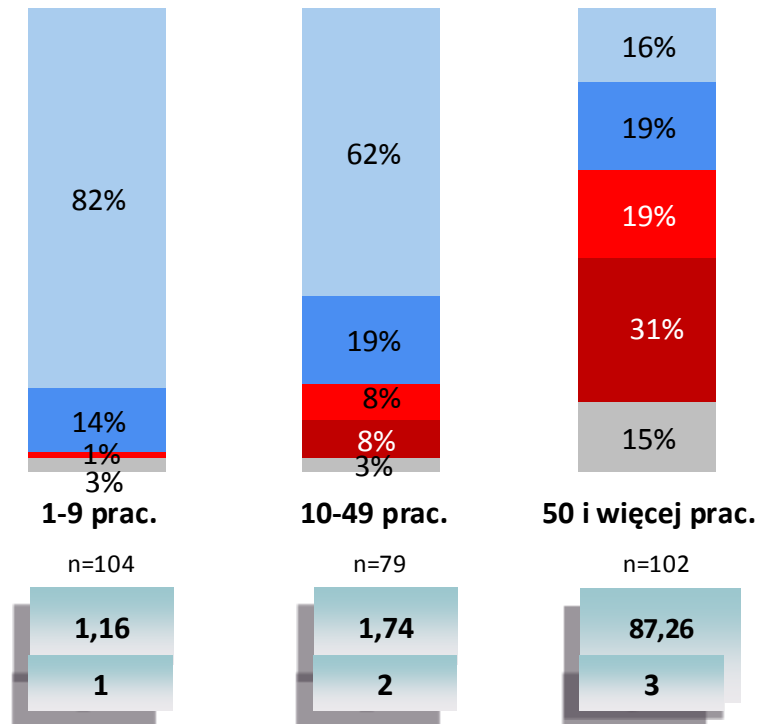


n=285

Średnia: **2,78**

Mediana: **1**

Firmy wg liczby zatrudnionych



1-9 prac.

n=104

Średnia: **1,16**

Mediana: **1**

10-49 prac.

n=79

Średnia: **1,74**

Mediana: **2**

50 i więcej prac.

n=102

Średnia: **87,26**

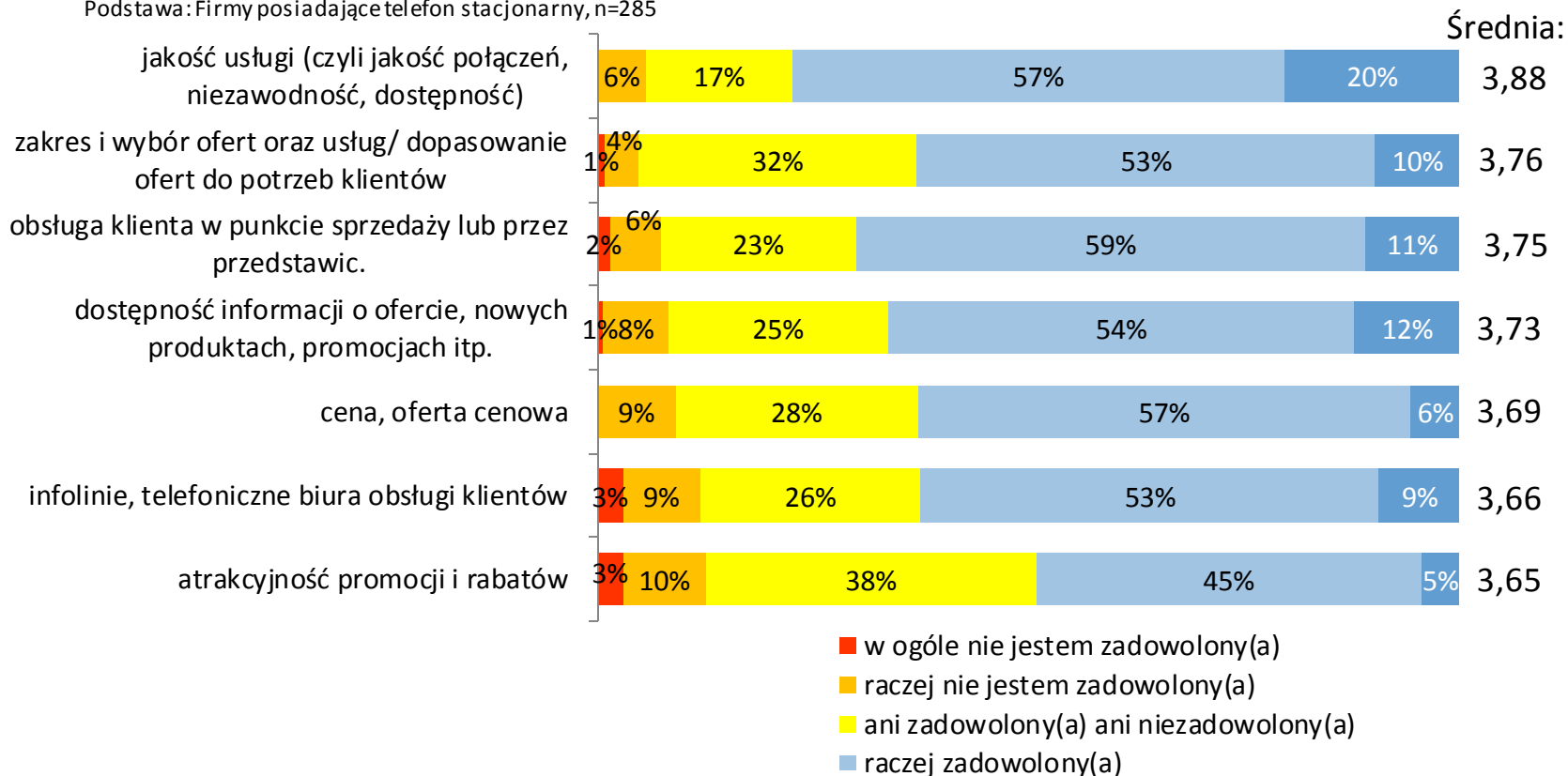
Mediana: **3**

- Liczba posiadanych linii zależy od wielkości firmy. Zdecydowana większość mikroprzedsiębiorstw korzysta z jednej linii (82%), a w firmach zatrudniających 10-49 pracowników odsetek ten wynosi prawie dwie trzecie (62%). Średnie i duże przedsiębiorstwa korzystają z telefonii stacjonarnej w szerszym zakresie, największy odsetek z nich (31%) posiada cztery lub więcej linii.

Zadowolenie z usług operatora

A3. Jak ocenia Pan(i) poniższe elementy usługi telefonii stacjonarnej z perspektywy Pana(i) firmy?

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285



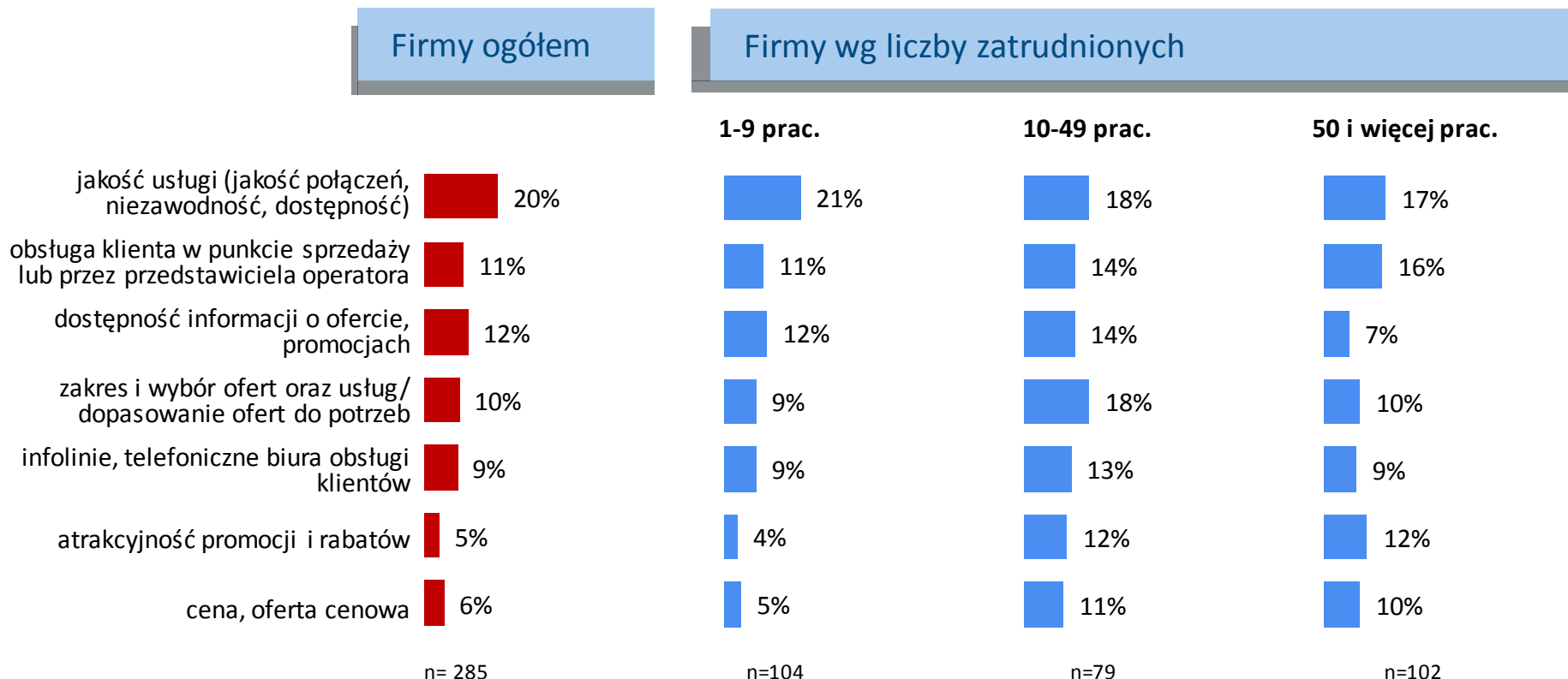
- Najwyżej ocenianym elementem usługi telefonii stacjonarnej jest jej jakość, w drugiej kolejności – zakres i wybór ofert oraz usług.
- Relatywnie najniżej ocenianym elementem jest atrakcyjność promocji i rabatów.

Zadowolenie z usług operatora

A3. Jak ocenia Pan(i) poniższe elementy usługi telefonii stacjonarnej z perspektywy Pana(i) firmy?

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285

% odpowiedzi „W pełni zadowolony”



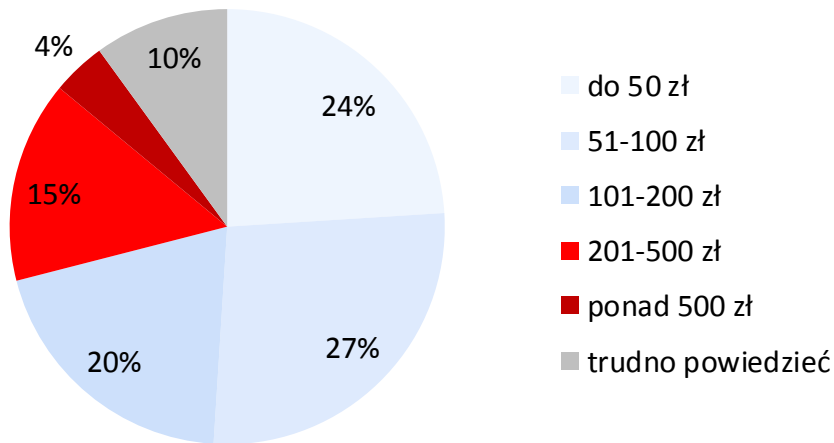
- Małe firmy (zatrudniające 10-49 osób) częściej wyrażają pełne zadowolenie z poszczególnych elementów usługi telefonii stacjonarnej, szczególnie z jakości usług i zakresu oferty. Mikrofirmy cenią wysoką jakość usług, a przedsiębiorstwa średnie i duże jakość usług oraz obsługę klienta przez przedstawiciela operatora.

Wydatki klientów telefonii stacjonarnej

A6. Ile przeciętnie miesięcznie Państwa(-i) firma płaci za telefon stacjonarny?

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285

Firmy ogółem

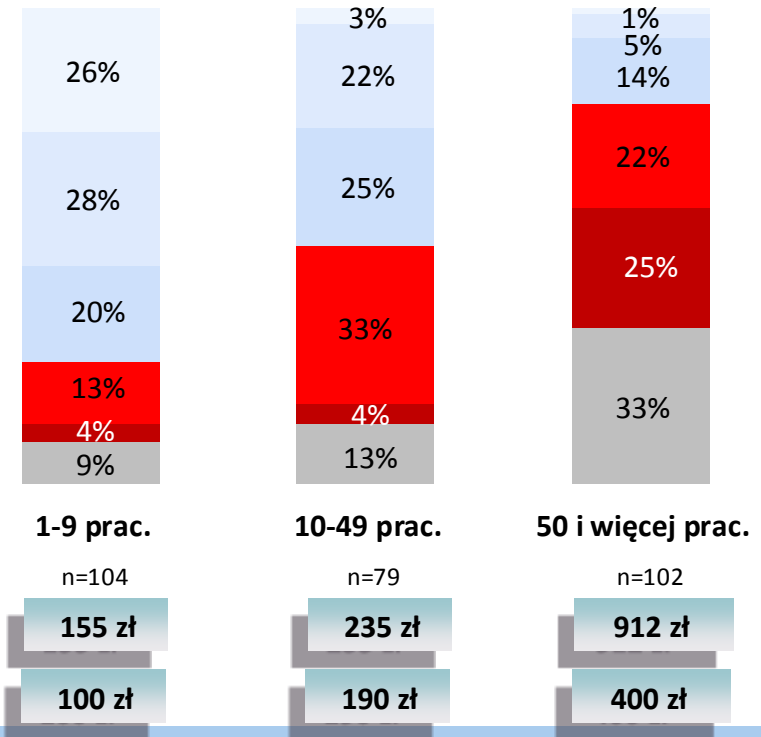


n=285

Średnia: 172 zł

Mediana: 100 zł

Firmy wg liczby zatrudnionych



1-9 prac.

n=104

155 zł

100 zł

10-49 prac.

n=79

235 zł

190 zł

50 i więcej prac.

n=102

912 zł

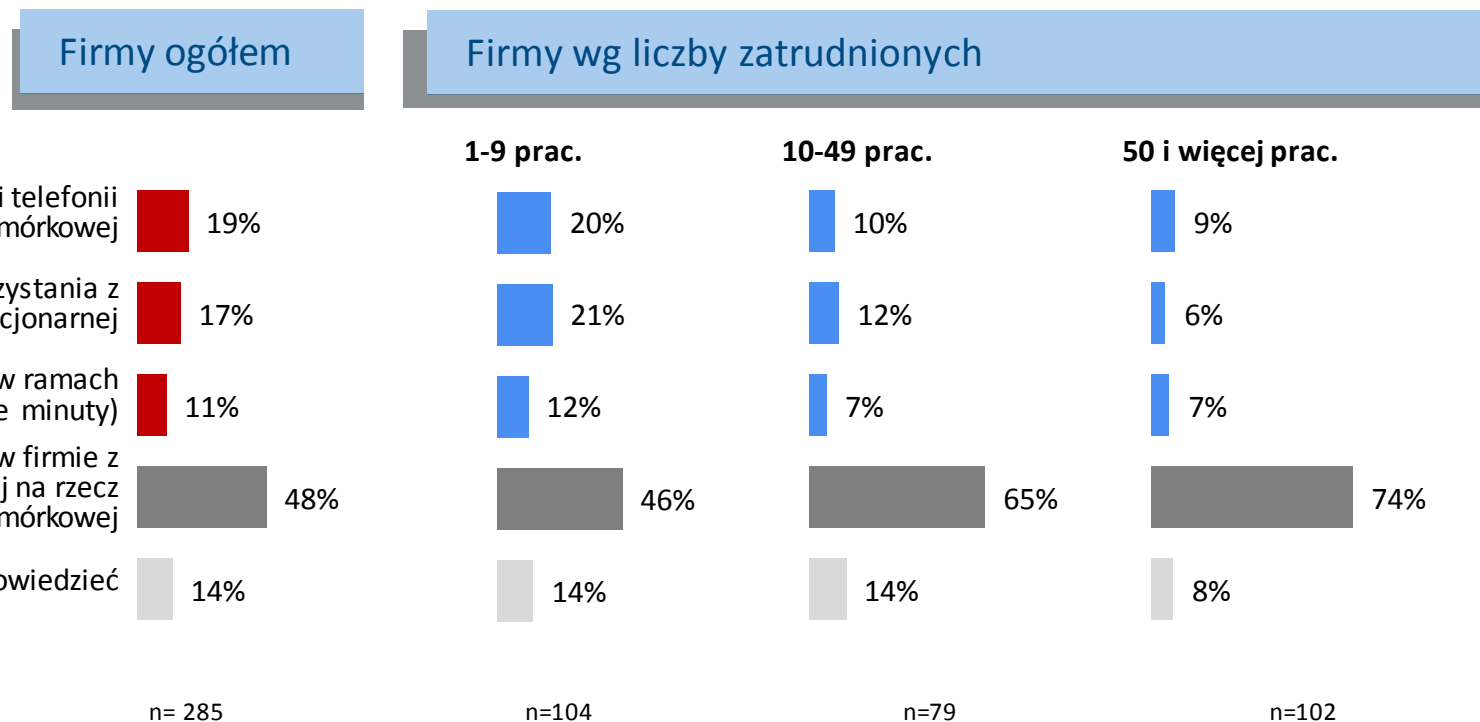
400 zł

- Przeciętne (mediana) wydatki są zależne od wielkości firmy i wahają się od 100 zł (sektor mikro) do 400 zł (zatrudniający minimum 50 pracowników).

Substytucja telefonii stacjonarnej

A7. Proszę powiedzieć, co mogłoby skłonić Państwa firmę do rezygnacji z telefonii stacjonarnej na rzecz telefonii komórkowej? Chodzi o całkowitą rezygnację z usługi, nie zaś zmianę operatora.

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285

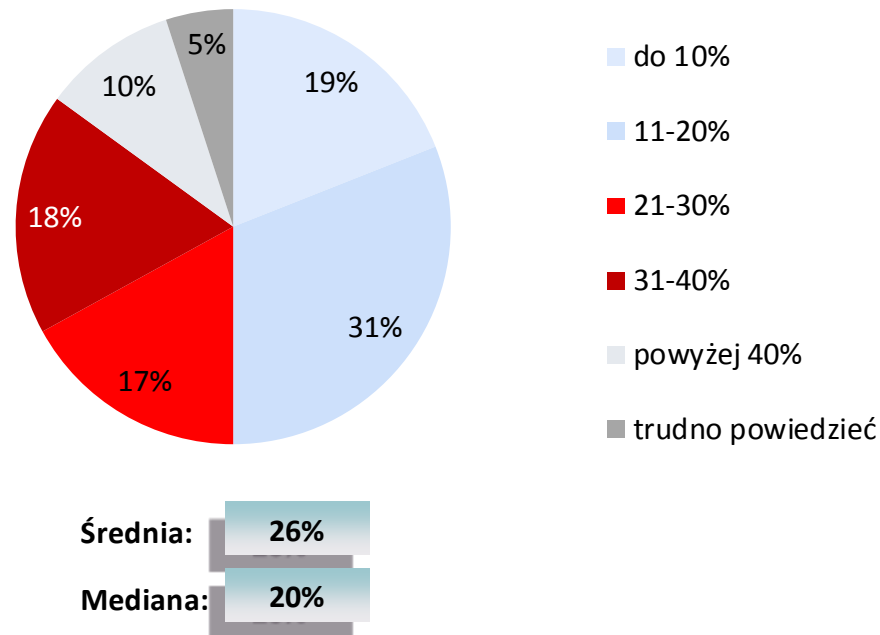


- Skłonność do rezygnacji z telefonii stacjonarnej na rzecz telefonii komórkowej jest niska, szczególnie w przypadku największych podmiotów.
- Ogółem jedna piąta firm rozważałaby rezygnację w przypadku atrakcyjniejszej oferty usługi telefonii komórkowej.

Substytucja telefonii stacjonarnej, cd.

A7a. Proszę określić w procentach, jaka podwyżka kosztów korzystania z telefonu stacjonarnego skłoniłaby Państwa do rezygnacji z usługi.

Podstawa: Firmy skłonne do rezygnacji przy podwyżce kosztów telefonii stacjonarnej, n=36

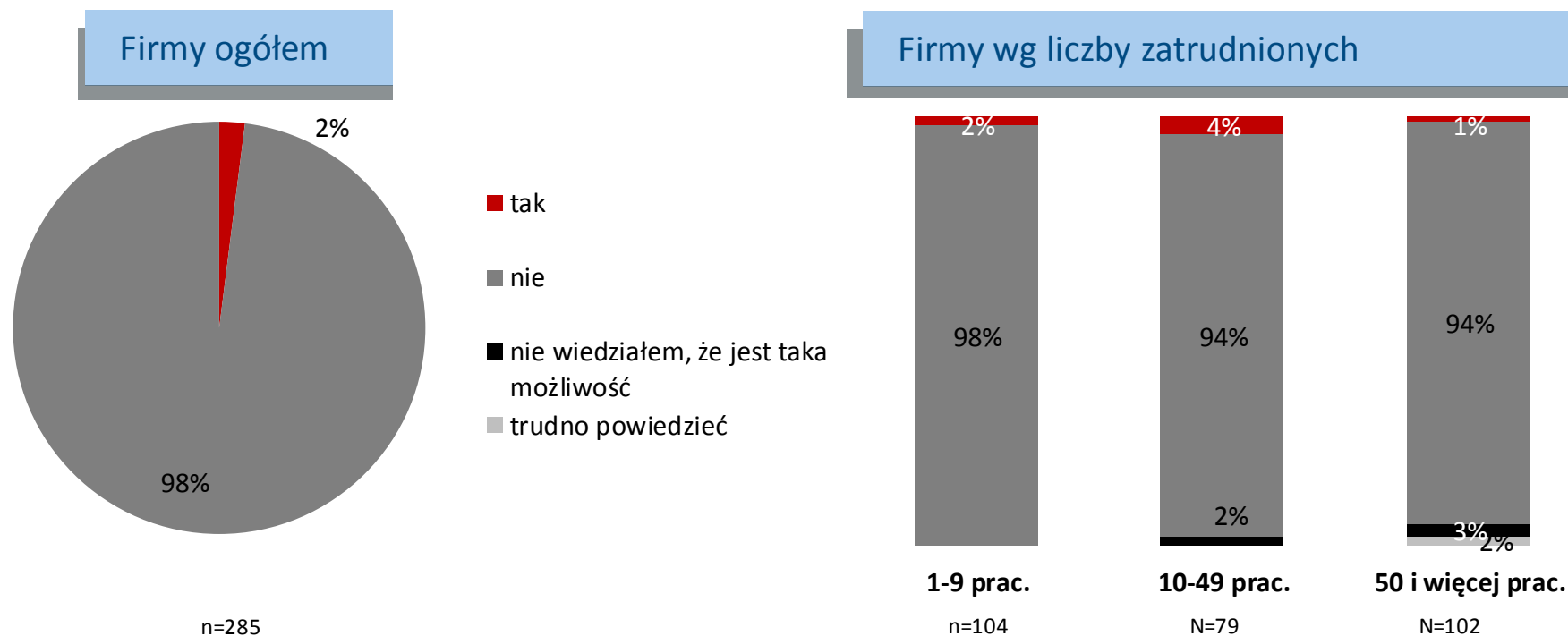


- Firmy skłonne zrezygnować z usług telefonii stacjonarnej w przypadku podwyżek cen, jako średnią wartość podają wzrost ceny o 26%.

Zmiana operatora

A8. Czy w ciągu ostatniego roku zmieniali Państwo operatora telefonii stacjonarnej?

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=285



- Znikomy odsetek badanych firm zmieniał operatora telefonii stacjonarnej w ciągu ostatniego roku.
- Niemal wszyscy badani reprezentanci firm wiedzą o możliwości zmian operatora.



VoIP

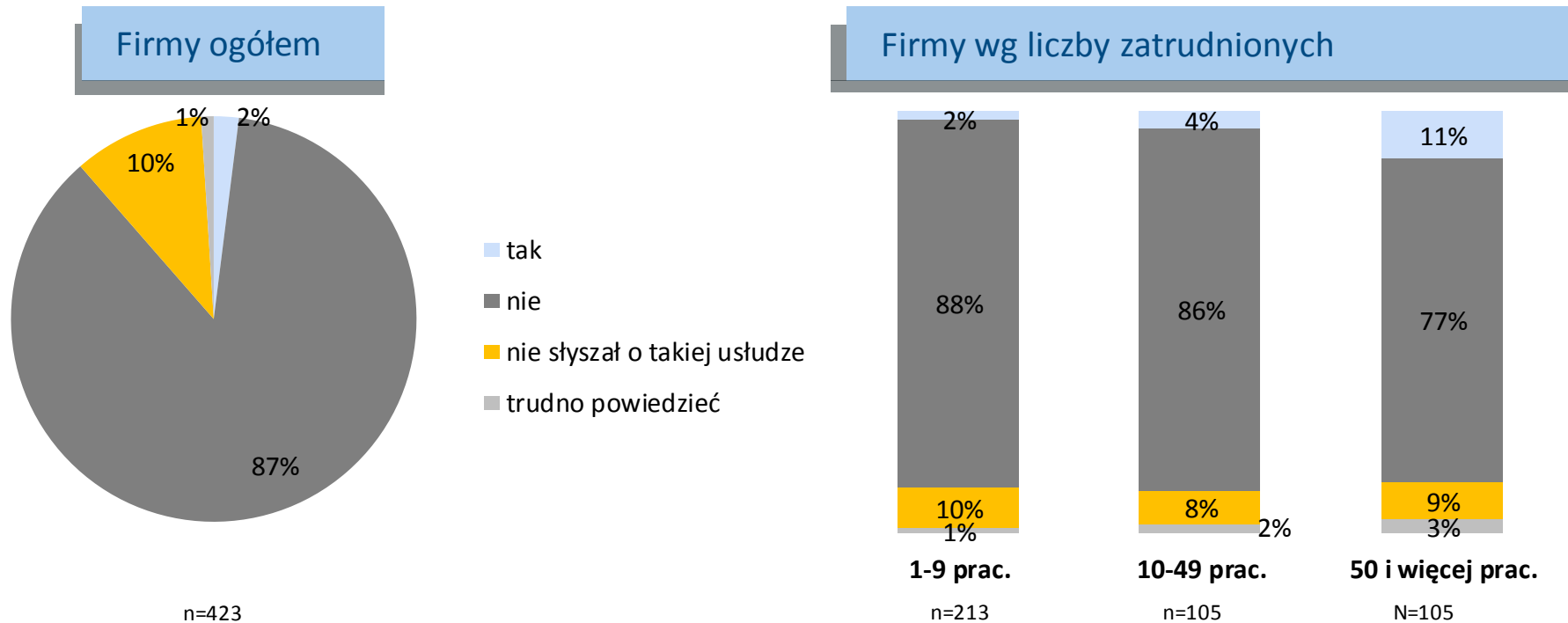
ROZDZIAŁ 3.3



Korzystanie z telefonii VoIP

G1. Czy w Pana(-i) firmie korzysta się z telefonu/ telefonów internetowych VoIP lub wykorzystywana jest technologia VoIP ?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



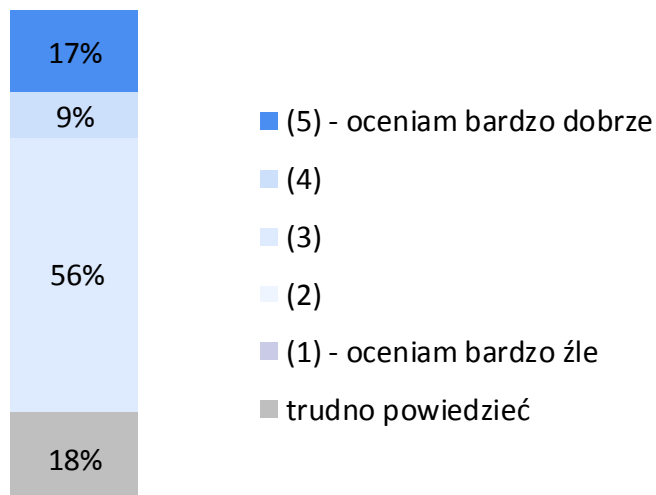
- Usługi VoIP cieszą się niewielką popularnością – korzysta z nich zaledwie 2% badanych firm. Jednocześnie co dziesiąty przedstawiciel badanych przedsiębiorstw nigdy nie słycał o takiej usłudze.

Ocena jakości połączeń. Obecny dostawca usług VoIP

Ocena jakości połączeń

G2. Jak Państwo oceniają jakość połączeń w technologii VoIP w Państwa firmie?

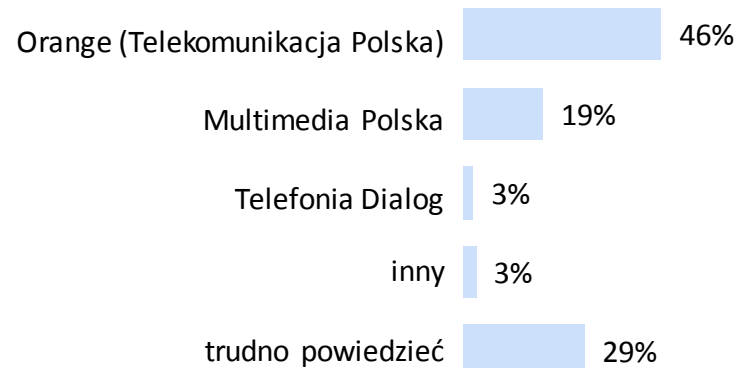
Podstawa: Firmy posiadające technologię VoIP, n=20 MAŁA PODSTAWA



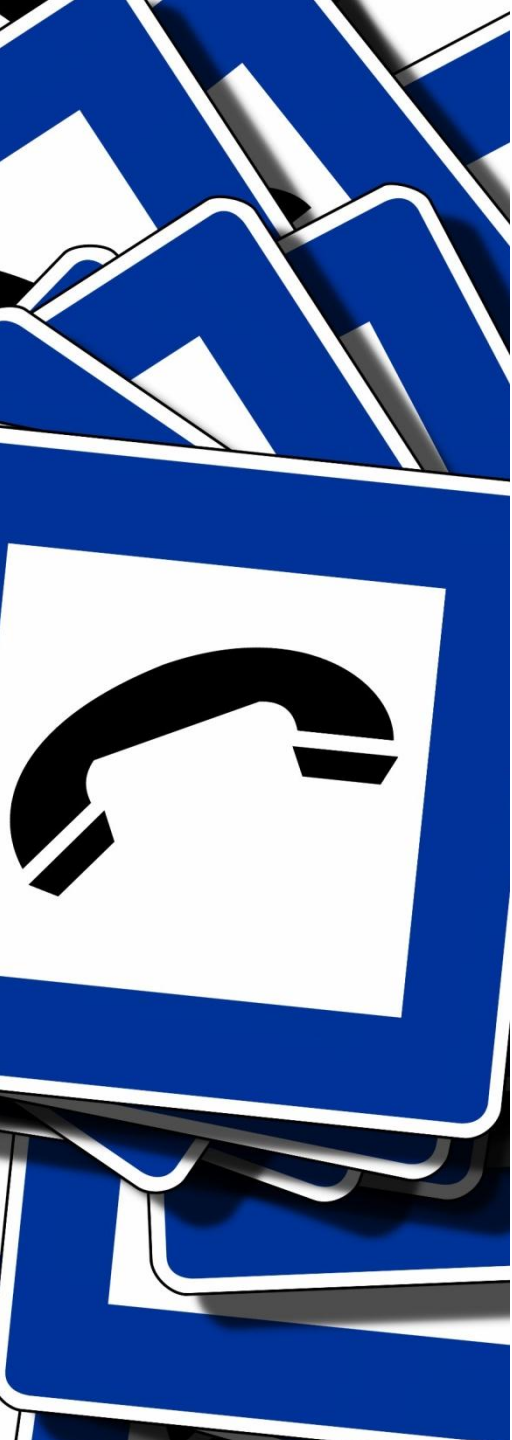
Dostawca usług VoIP

G3. Z jakiego dostawcy usług VoIP Państwo korzystają?

Podstawa: Firmy posiadające technologię VoIP, n=20 MAŁA PODSTAWA



- Firmy korzystające z usługi VoIP średnio oceniają jakość połączeń w tej technologii.
- Wśród niewielkiej liczby badanych używających VoIP najczęściej wykorzystywanym dostawcą jest Orange.



Elementy usługi powszechniej – OBN, OSA, faks

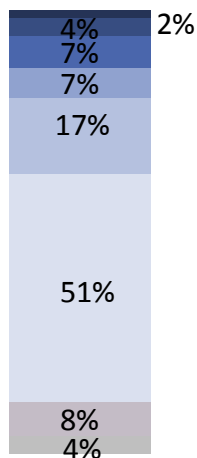
ROZDZIAŁ 3.4

Ogólnokrajowe Biuro Numerów - korzystanie

C1. Jak często w ciągu ostatniego roku Pan/i lub Państwa pracownicy korzystali z Ogólnokrajowego Biura Numerów (118 913) w celu uzyskania informacji o potrzebnym numerze?

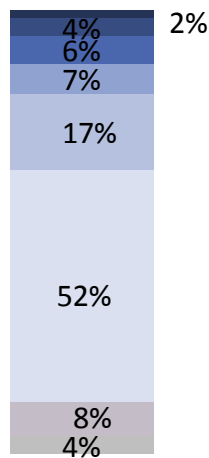
Podstawa: Wszystkie firmy, n=423

Firmy ogółem



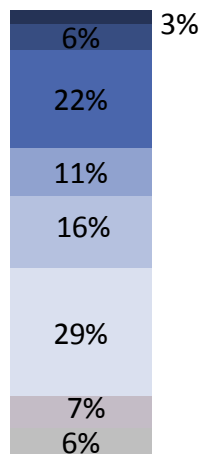
n= 423

Firmy wg liczby zatrudnionych



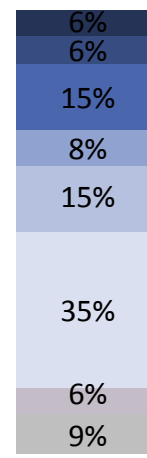
1-9 prac.

n=213



10-49 prac.

n=105



50 i więcej prac.

n=105

- codziennie
- kilka razy w tygodniu
- kilka razy w miesiącu
- kilka razy w półroczu
- kilka razy w roku
- nie korzystaliśmy w ogóle
- nie słyszeliśmy o takiej usłudze
- trudno powiedzieć

- Co piąty podmiot przynajmniej raz w roku korzysta z OBN. Wskaźnik ten jest zdecydowanie wyższy wśród średnich i dużych przedsiębiorstw.

Ogólnokrajowy Spis Abonentów - korzystanie

C2. Czy Pan/i lub Państwa pracownicy korzystali w ciągu ostatniego roku z Ogólnokrajowego Spisu Abonentów?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423

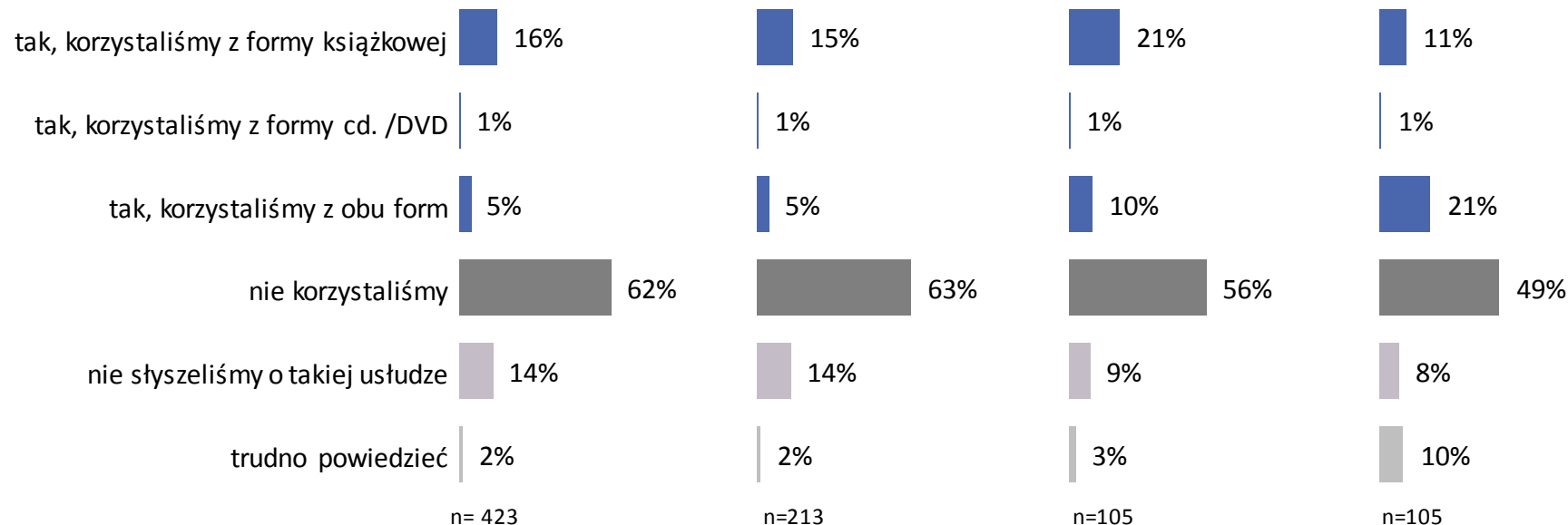
Firmy ogółem

Firmy wg liczby zatrudnionych

1-9 prac.

10-49 prac.

50 i więcej prac.

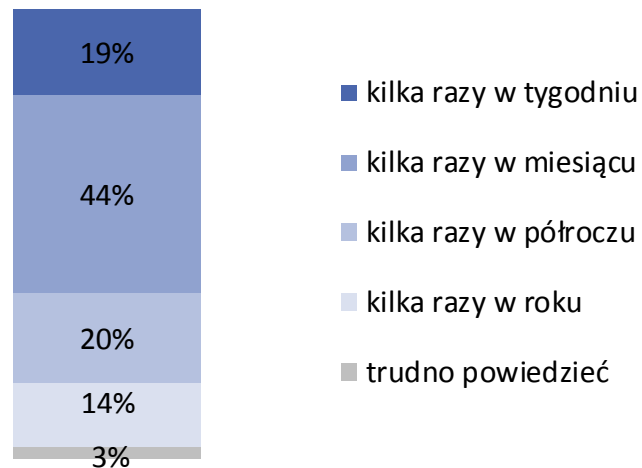


- *Korzystanie ze wszystkich dostępnych form Spisu Abonentów deklaruje 22% firm.*
- *Z narzędzia tego częściej korzystają przedsiębiorstwa średnie i duże (pow. 50 prac.) – wśród takich podmiotów odsetek użytkowników sięga 33%.*

Ogólnokrajowy Spis Abonentów – częstotliwość korzystania

C2a. Jak często w ciągu ostatniego roku korzystali Państwo z tych spisów, niezależnie od formy ?

Podstawa: Firmy korzystające z OSA, n=113



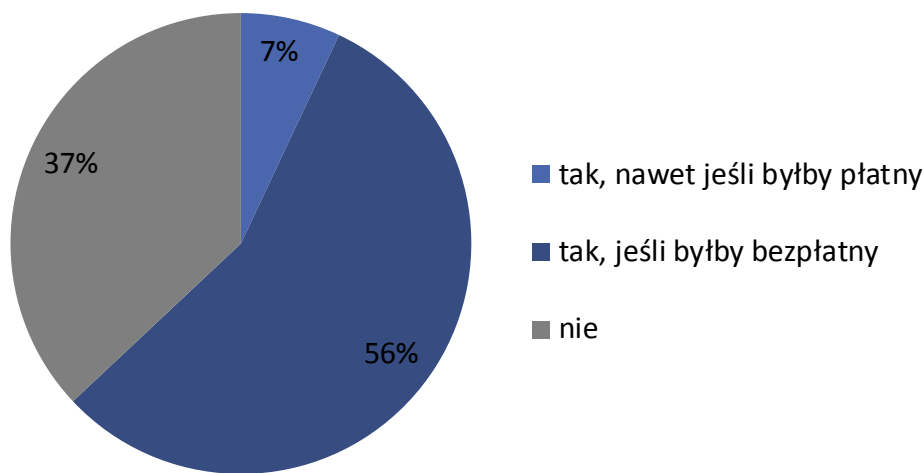
- *Ponad połowa korzystających sięga po Spis Abonentów co najmniej kilka razy w miesiącu.*

Ogólnokrajowy Spis Abonentów – potencjał spisu zamieszczonego na stronie internetowej

C3. Czy korzystaliby Państwo z formy spisu zamieszczonego na stronie internetowej zamiast dotychczas dostępnych form spisu (tj. klasyczna książka i płyta CD / DVD), gdyby taki spis internetowy istniał?

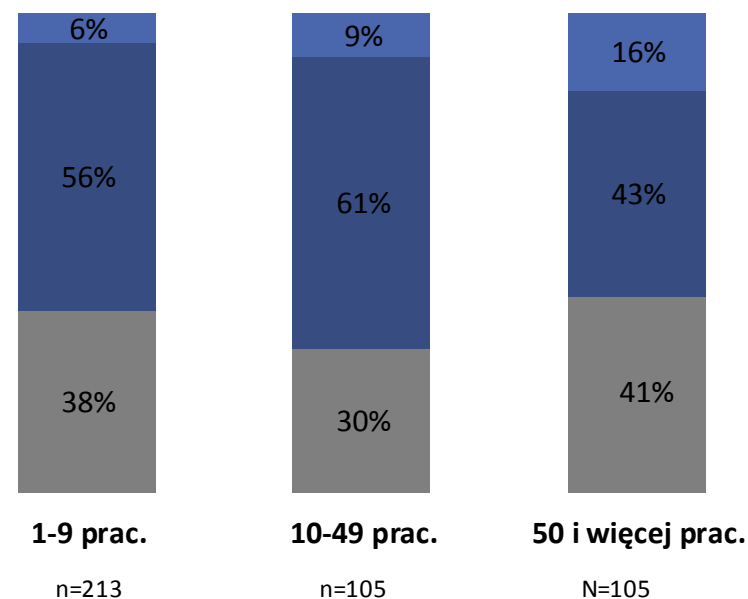
Podstawa: Wszystkie firmy

Firmy ogółem



n=423

Firmy wg liczby zatrudnionych

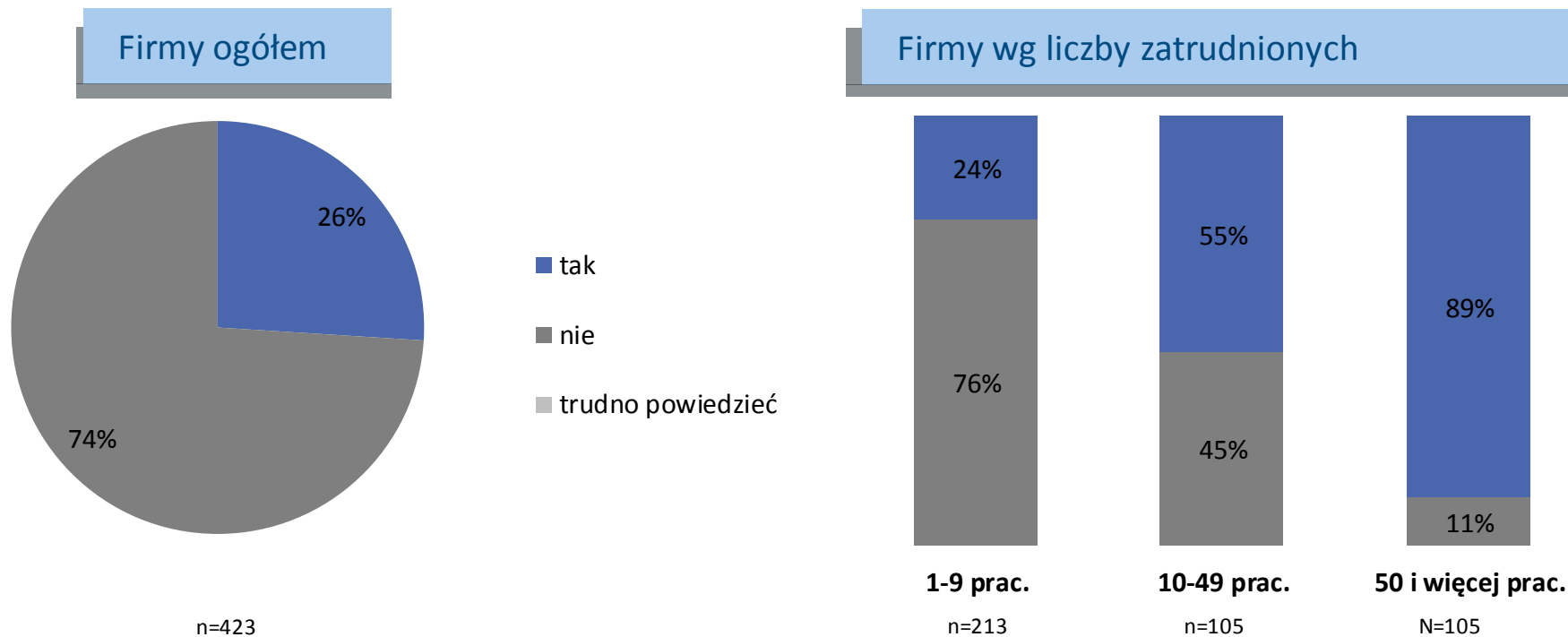


- Zainteresowanie OSA w formie internetowej jest duże. Chęć korzystania z niego deklaruje połowa badanych, przy czym w zdecydowanej większości tylko w przypadku, gdy spis byłby bezpłatny.
- Szczególnie wysokie zainteresowanie internetową wersją OSA jest charakterystyczne dla przedsiębiorstwa zatrudniające 10-49 pracowników.

Faks - korzystanie

C4. Czy w Pańskiej firmie wykorzystywany jest faks?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423

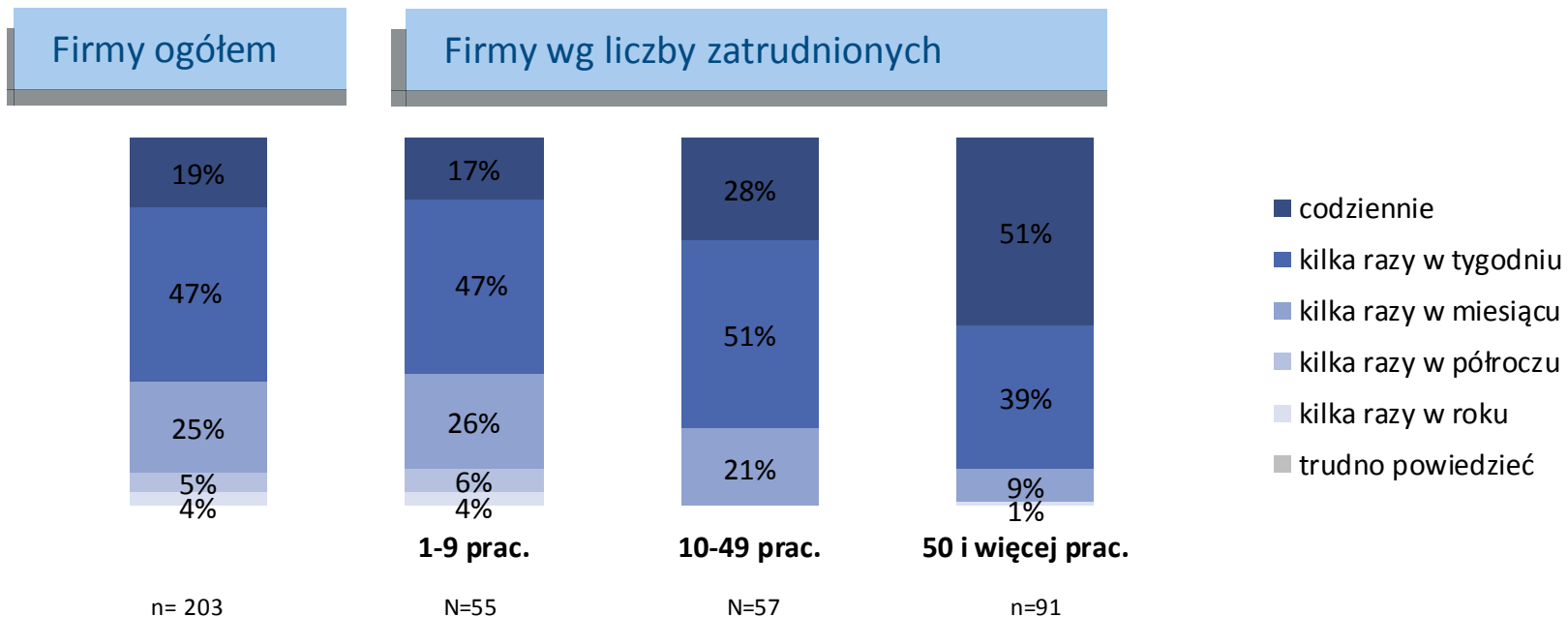


- Z faksu korzysta co trzecia spośród ogółu badanych firm, jest to nadal powszechna usługa w większych przedsiębiorstwach.

Faks – częstotliwość korzystania

C4a. Jak często w Pana(-i) firmie korzysta się z faksu?

Podstawa: Firmy, w których korzysta się z faksu

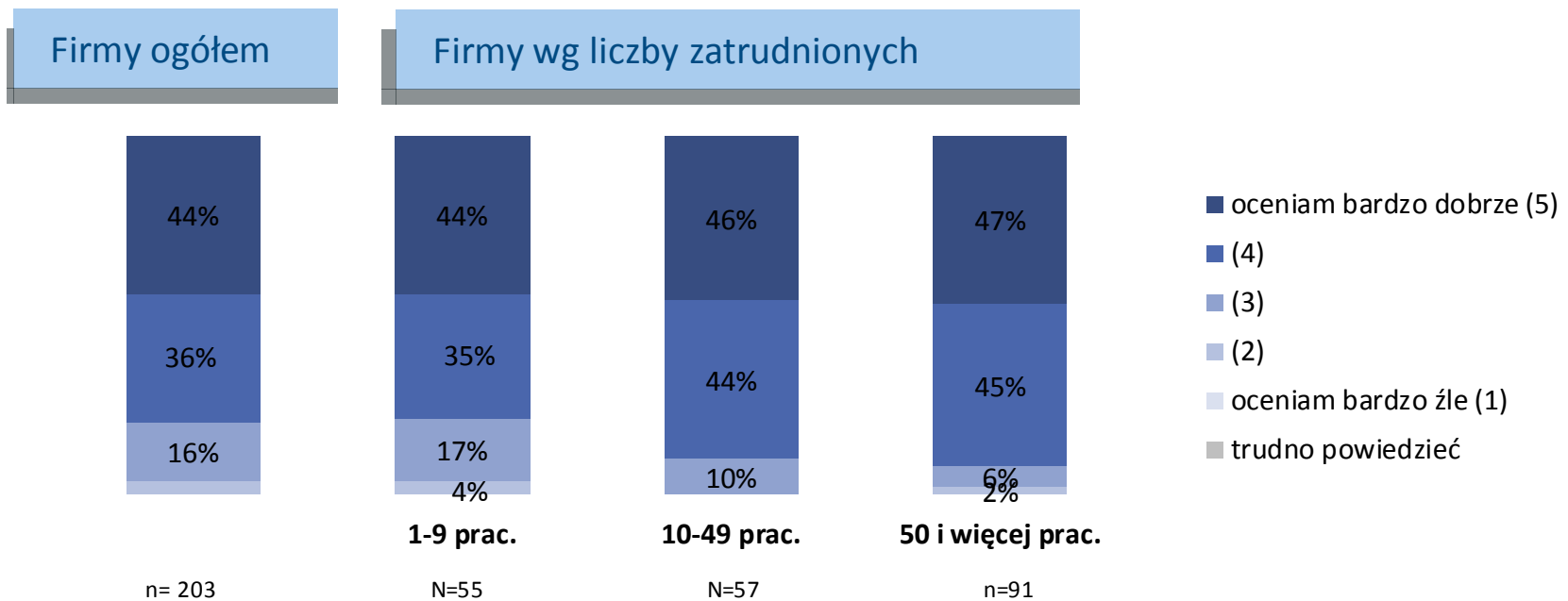


- Firmy posiadające fakсы korzystają z nich dosyć intensywnie – 2/3 używa ich co najmniej kilka razy w tygodniu.

Faks – ocena jakości połączenia

C4b. Jak ocenia Pan(-i) jakość połączeń za pomocą faksu, czyli skuteczność nawiązania połączenia, przestanie i odbiór połączeń faksowych?

Podstawa: Firmy, w których korzysta się z faksu, n=203



- oceniam bardzo dobrze (5)
- (4)
- (3)
- (2)
- oceniam bardzo źle (1)
- trudno powiedzieć

- *Klienci instytucjonalni nie mają problemów z jakością i skutecznością połączeń faksowych – niemal 9 na 10 badanych podmiotów ocenia je dobrze lub bardzo dobrze.*



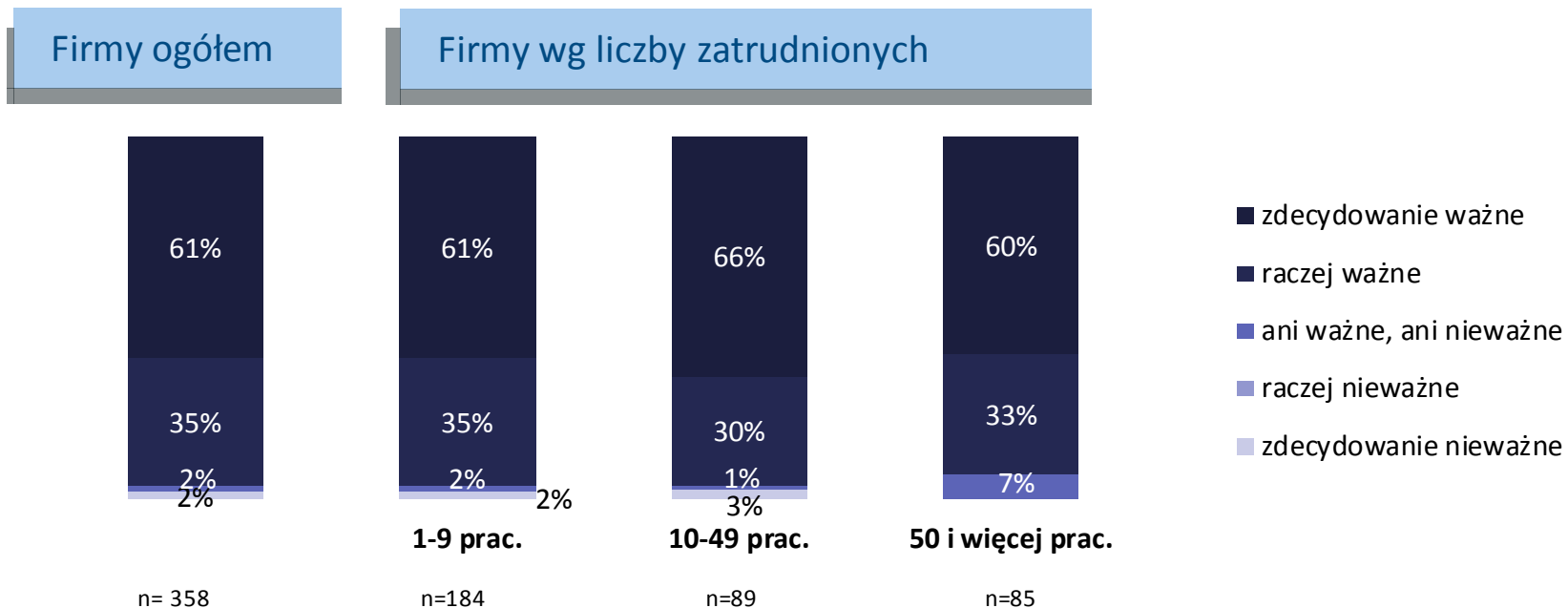
Telefonia komórkowa

ROZDZIAŁ 3.5

Ważność posiadania telefonu komórkowego

D1. Proszę ocenić, jak ważne jest dla Pana(i) firmy posiadanie telefonu komórkowego/ telefonów komórkowych.

Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=358

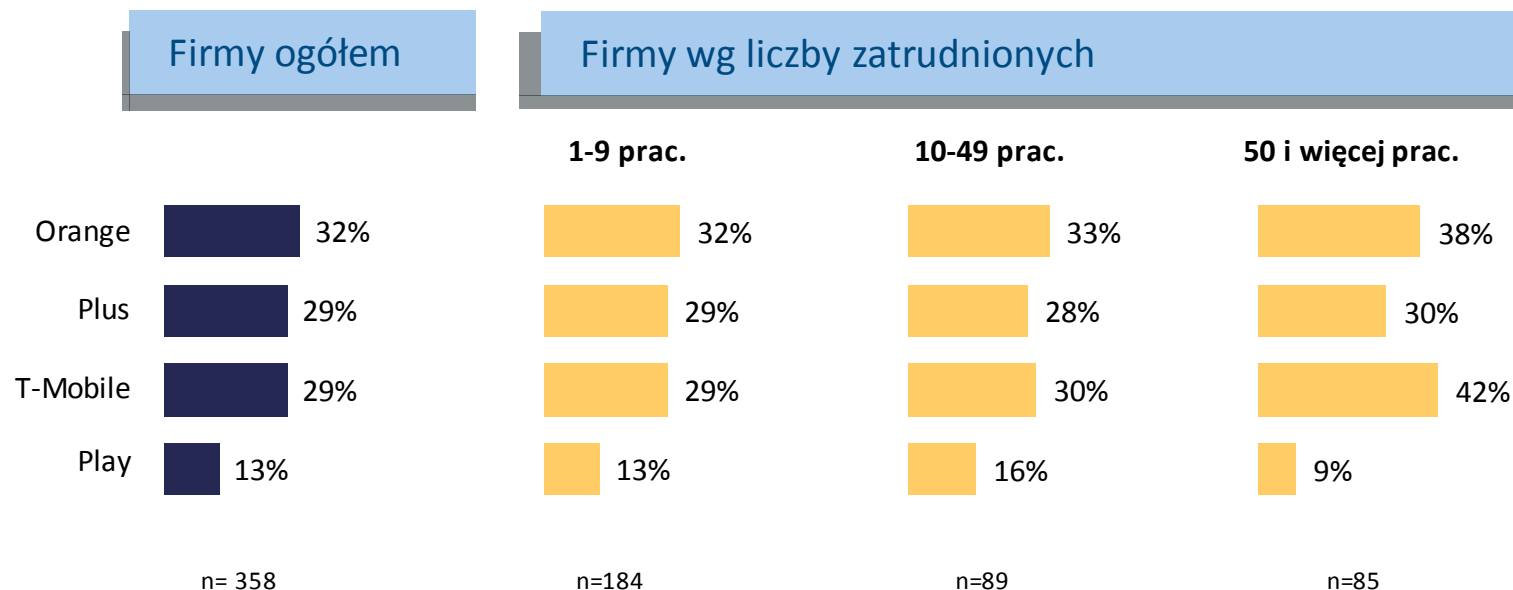


• *Telefony komórkowe są dla prawie wszystkich klientów instytucjonalnych bardzo ważnym narzędziem komunikacji.*

Operator telefonii komórkowej

D4. Z usług jakiego operatora telefonii komórkowej korzysta Pana(i) firma? Jeśli korzystają Państwo z usług więcej niż jednego operatora, proszę wymienić wszystkich.

Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=358

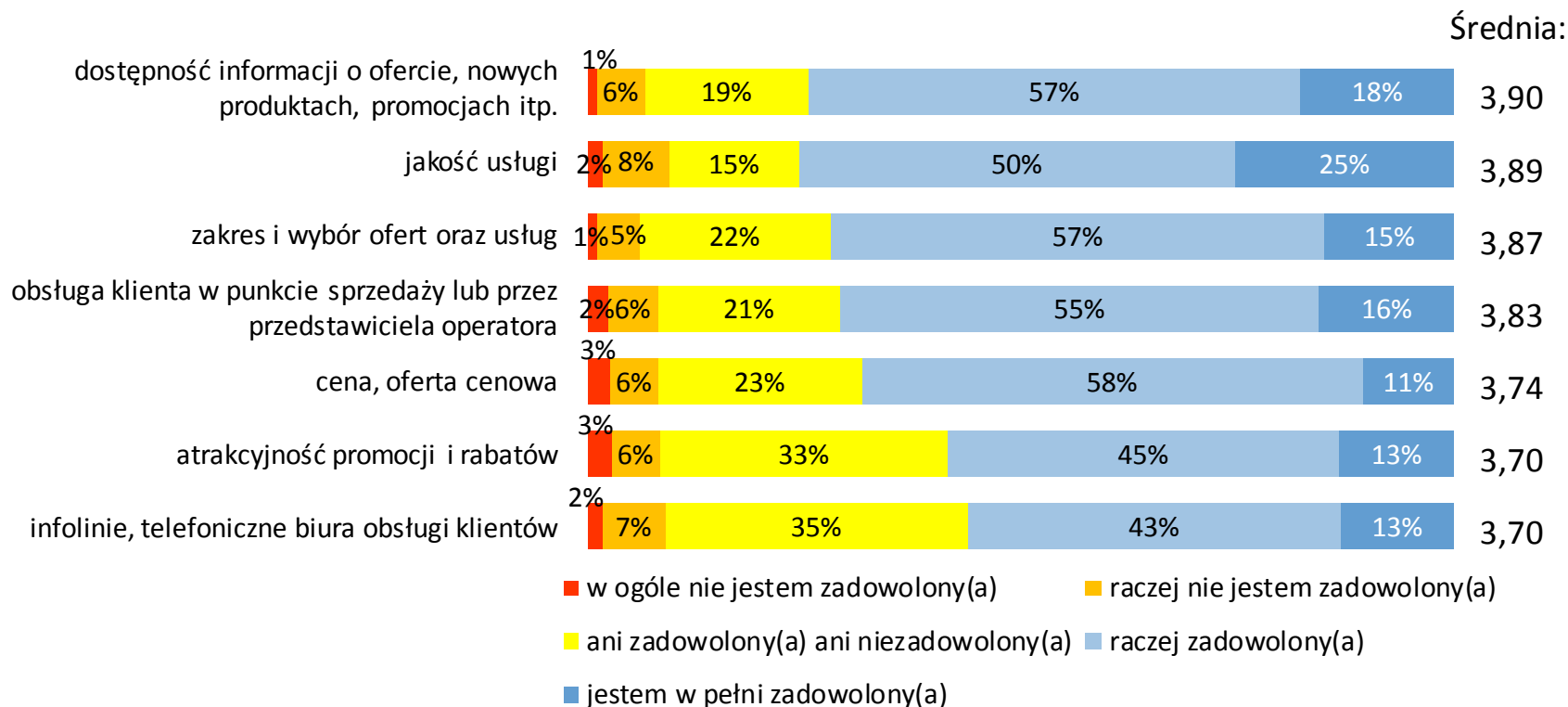


- Wśród klientów instytucjonalnych najbardziej popularnym operatorem komórkowym jest PTK Centertel, właściciel marki Orange. Jedna trzecia firm korzysta z jego usług.
- Przewaga tego operatora występuje w podmiotach zatrudniających do 49 pracowników – wśród większych przedsiębiorstw silniejszą pozycję ma T-Mobile.

Zadowolenie z usług telefonii komórkowej

D2. Jak Pan(i) ocenia poniższe elementy usługi telefonii komórkowej z perspektywy Pana(i) firmy?

Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=358



- Zadowolenie klientów z usług telefonii komórkowej jest wysokie. Najwyżej oceniana jest dostępność informacji o ofercie, nowych produktach i promocjach, również jakość usług oraz zakres i wybór ofert i usług.
- Najniżej oceniane są infolinie i telefoniczne biura obsługi klientów.

Zadowolenie z usług operatora telefonii komórkowej wg wielkości firmy

D2. Jak Pan(i) ocenia poniższe elementy usługi telefonii komórkowej z perspektywy Pana(i) firmy?

Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=358

% odpowiedzi „W pełni zadowolony”

Firmy ogółem

Firmy wg liczby zatrudnionych

1-9 prac.

10-49 prac.

50 i więcej prac.

jakość usługi 25%

26%

20%

13%

dostępność informacji o ofercie,
nowych produktach, promocjach 18%

18%

19%

20%

obsługa klienta w punkcie sprzedaży
lub przez przedstawiciela operatora 16%

16%

13%

13%

zakres i wybór ofert oraz usług 15%

15%

23%

13%

atrakcyjność promocji i rabatów 13%

13%

16%

15%

infolinie, telefoniczne biura obsługi
klientów 13%

13%

17%

16%

cena, oferta cenowa 11%

11%

11%

15%

n= 358

n=184

n=89

n=85

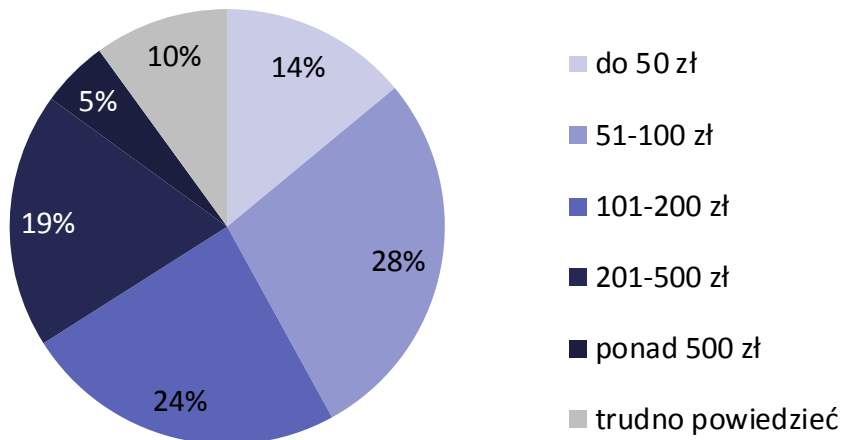
- Poziom zadowolenia w firmach jest zbliżony, niezależnie od wielkości organizacji. Wśród największych podmiotów najbardziej ceniona jest dostępność informacji o ofertach i nowych produktach, natomiast średnie firmy najbardziej doceniają zakres i wybór ofert oraz usług.

Wydatki klientów telefonii komórkowej

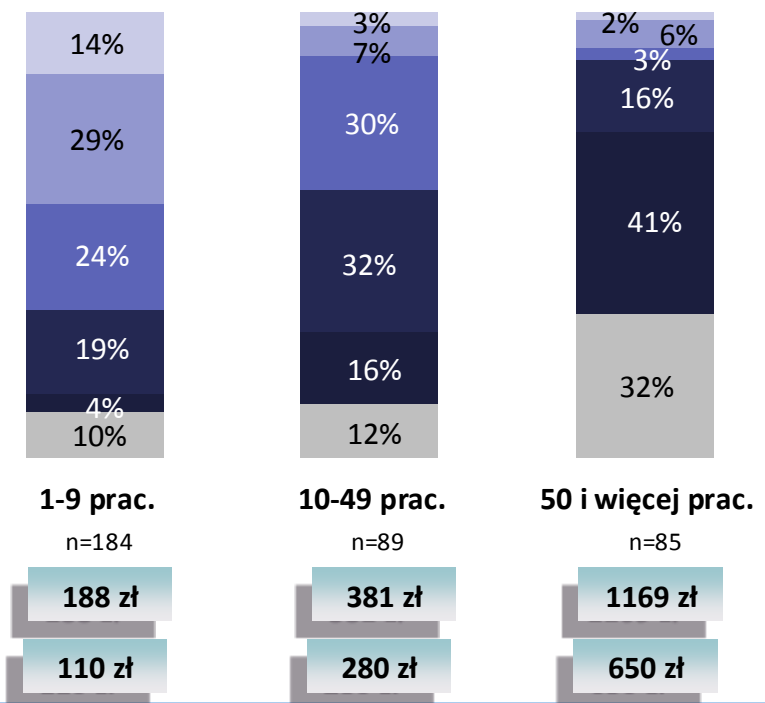
D5. Jaka jest Państwa przeciętna miesięczna wysokość rachunku za korzystanie z telefonu/-ów komórkowego/-ych w firmie?

Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=358

Firmy ogółem



Firmy wg liczby zatrudnionych



n=358

Średnia: 201 zł

Mediana: 120 zł

1-9 prac.

n=184

188 zł

110 zł

10-49 prac.

n=89

381 zł

280 zł

50 i więcej prac.

n=85

1169 zł

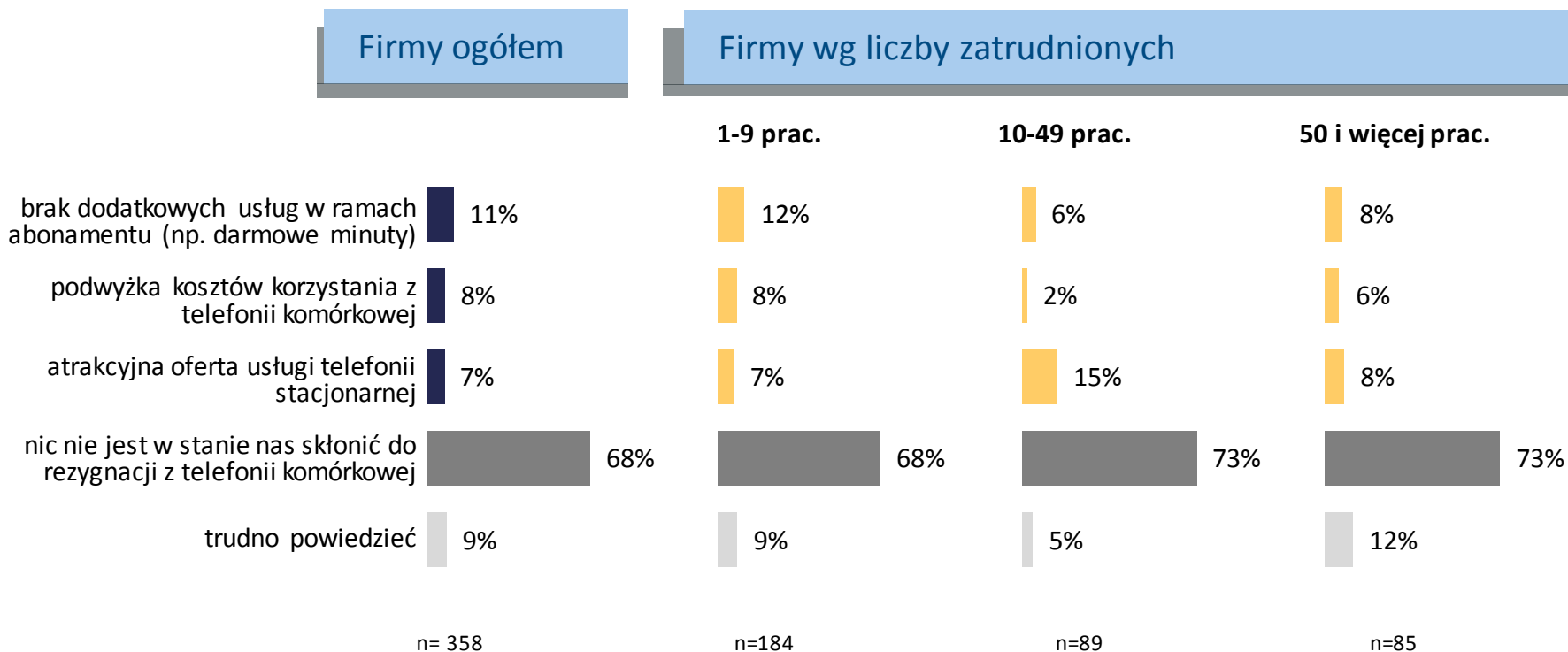
650 zł

- Średnie wydatki na telefonię komórkową są bardzo zróżnicowane w zależności od wielkości firmy. W firmach mikro jest to 188zł, w małych 381zł a w średnich i dużych 1169zł.

Substytucja telefonii komórkowej na rzecz stacjonarnej

D6. Proszę powiedzieć, co mogłoby Państwa skłonić do rezygnacji z usług telefonii komórkowej na rzecz telefonii stacjonarnej?

Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=358

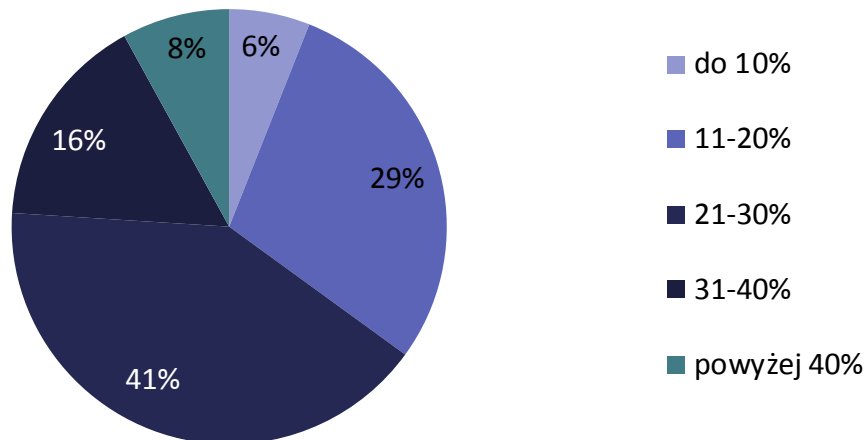


- Przeważająca część firm w ogóle nie byłaby skłonna zrezygnować z usług telefonii komórkowej na rzecz stacjonarnej.

Wielkość podwyżki kosztów telefonu komórkowego skłaniająca do rezygnacji z usług

D6a. Proszę określić w procentach, jaka podwyżka kosztów korzystania z telefonu komórkowego skłoniłaby Państwa do rezygnacji z usługi.


Podstawa: Firmy skłonne do rezygnacji przy podwyżce kosztów telefonii komórkowej, n=24



Średnia: 27%

Mediana: 30%

- Podwyżka skłaniająca do rezygnacji z telefonii komórkowej to dla większości firm 27%.

A close-up, vertical view of the metal spiral binding of a notebook, showing the coils and the edges of the pages. The notebook is positioned on the left side of the frame, against a plain, light-colored background.

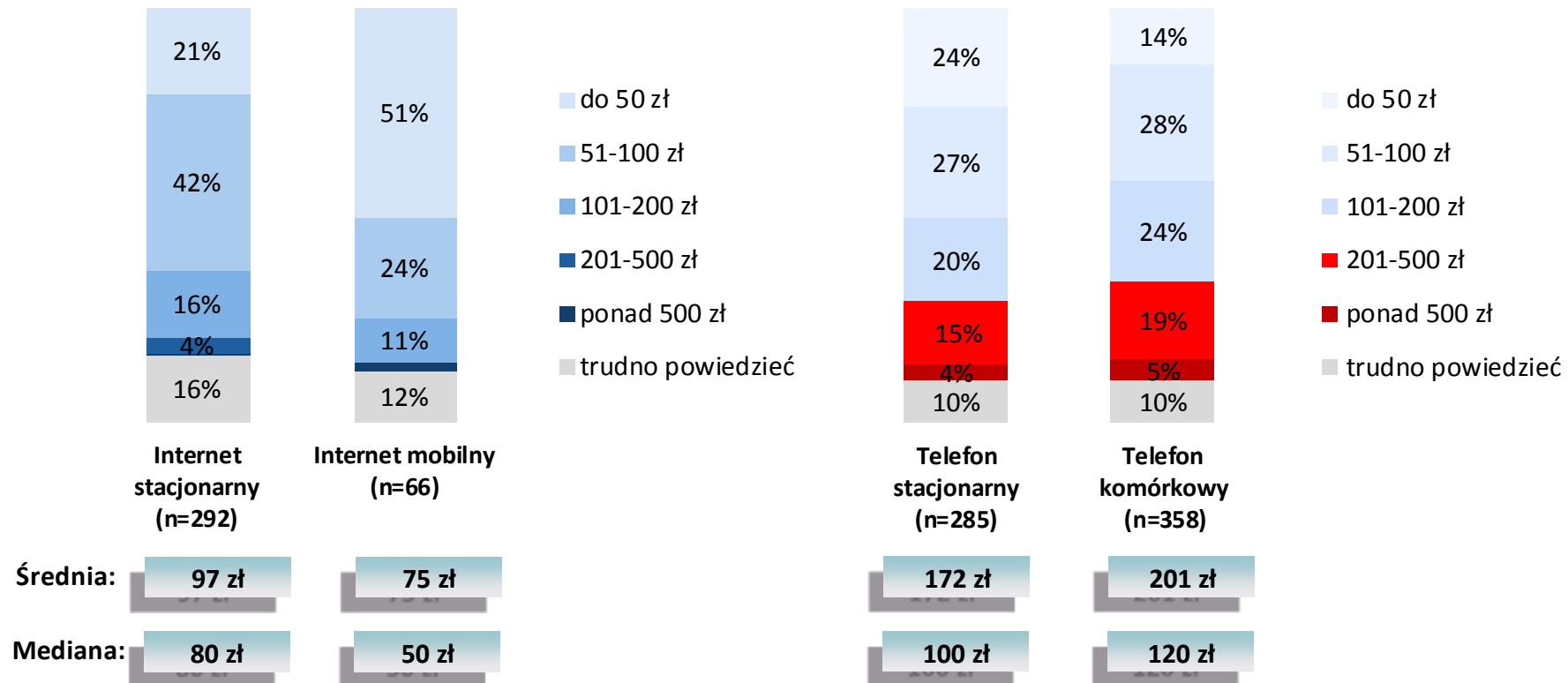
Porównanie usług telekomunikacyjnych – najważniejsze wskaźniki

ROZDZIAŁ 4

Wielkość wydatków

A6/D6/J4/K4. Jaka jest Pana(i) przeciętna miesięczna wysokość rachunku za ...

Podstawa: Firmy posiadające poszczególne usługi



- Najniższe wydatki firmy ponoszą za dostęp mobilny do internetu. Nieco wyższe są koszty użytkowania internetu stacjonarnego. Wydatki na usługi głosowe są wyższe niż na internet – w szczególności dotyczy to wydatków na telefonię komórkową.

Zadowolenie z usług telefonicznych

A3/D2. Jak Pan/i ocenia następujące elementy usługi ...?

Podstawa: Firmy posiadające poszczególne usługi

% odpowiedzi „W pełni zadowolony” oraz „Raczej zadowolony”

Telefonia stacjonarna (n=285)

Telefonia komórkowa (n=358)

jakość usługi (czyli jakość połączeń, niezawodność, dostępność) 77%

75%

obsługa klienta w punkcie sprzedaży 70%

71%

dostępność informacji o ofercie, nowych produktach, promocjach 66%

75%

zakres i wybór ofert oraz usług 63%

72%

cena, oferta cenowa 63%

68%

infolinie, telefoniczne biura obsługi klientów 62%

56%

atrakcyjność promocji i rabatów 49%

58%

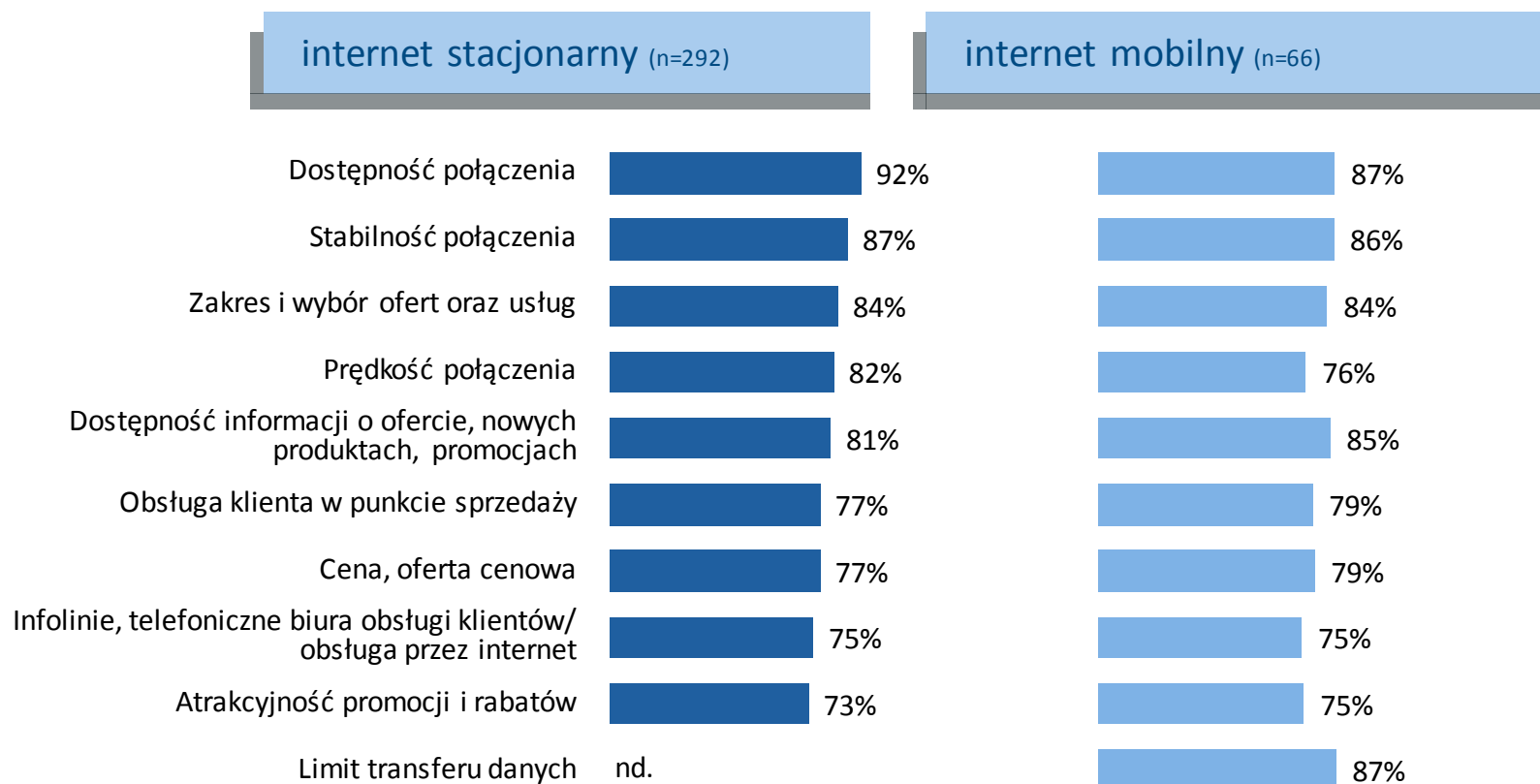
- Usługi telefonii komórkowej są oceniane wyżej niż stacjonarnej – dotyczy to zwłaszcza zakresu i wyboru ofert i usług oraz dostępności informacji o ofercie. Jakość usług oceniana jest podobnie wysoko.
- W przypadku telefonii stacjonarnej najniżej ocenianym elementem jest atrakcyjność promocji i rabatów, a użytkownicy telefonii komórkowej najmniej zadowoleni są z infolinii i telefonicznych biur obsługi klienta.

Zadowolenie z usług internetowych

J1/K1. Jak Pan/i ocenia następujące elementy usługi ...?

Podstawa: Firmy posiadające poszczególne usługi

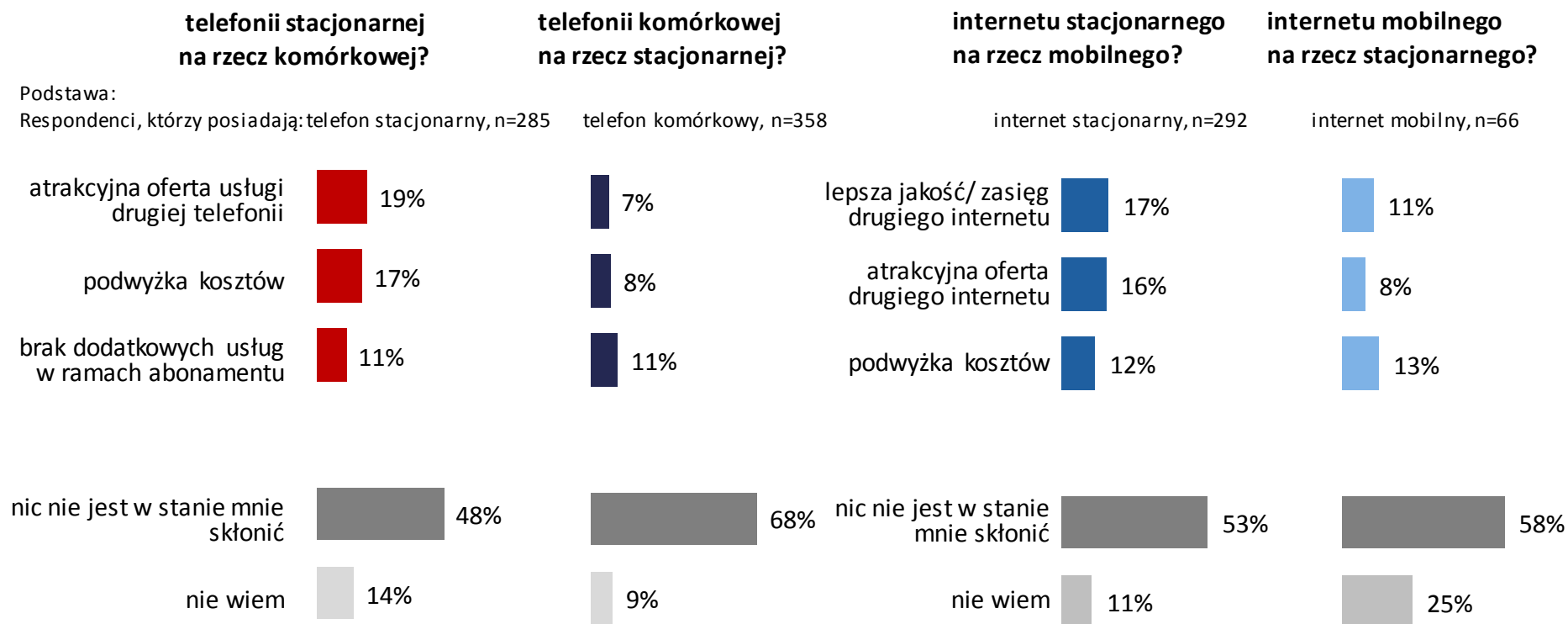
% odpowiedzi „W pełni zadowolony” oraz „Raczej zadowolony”



- Zadowolenie firm korzystających z internetu stacjonarnego jest porównywalne z satysfakcją użytkowników dostępu mobilnego.
- W obu usługach najbardziej cenione są elementy techniczne – dostępność oraz stabilność połączenia.

Skłonność do substytucji telefonii oraz internetu

A8/D8/J5/K7. Co mogłoby skłonić do rezygnacji z usług:



- *Najmniejsza skłonność do rezygnacji dotyczy telefonii komórkowej, największa natomiast telefonii stacjonarnej.*
- *Skłonność do substytucji w przypadku usługi internetu jest podobna dla obydwu rodzajów dostępu, choć nieco mniejsza dla dostępu mobilnego.*



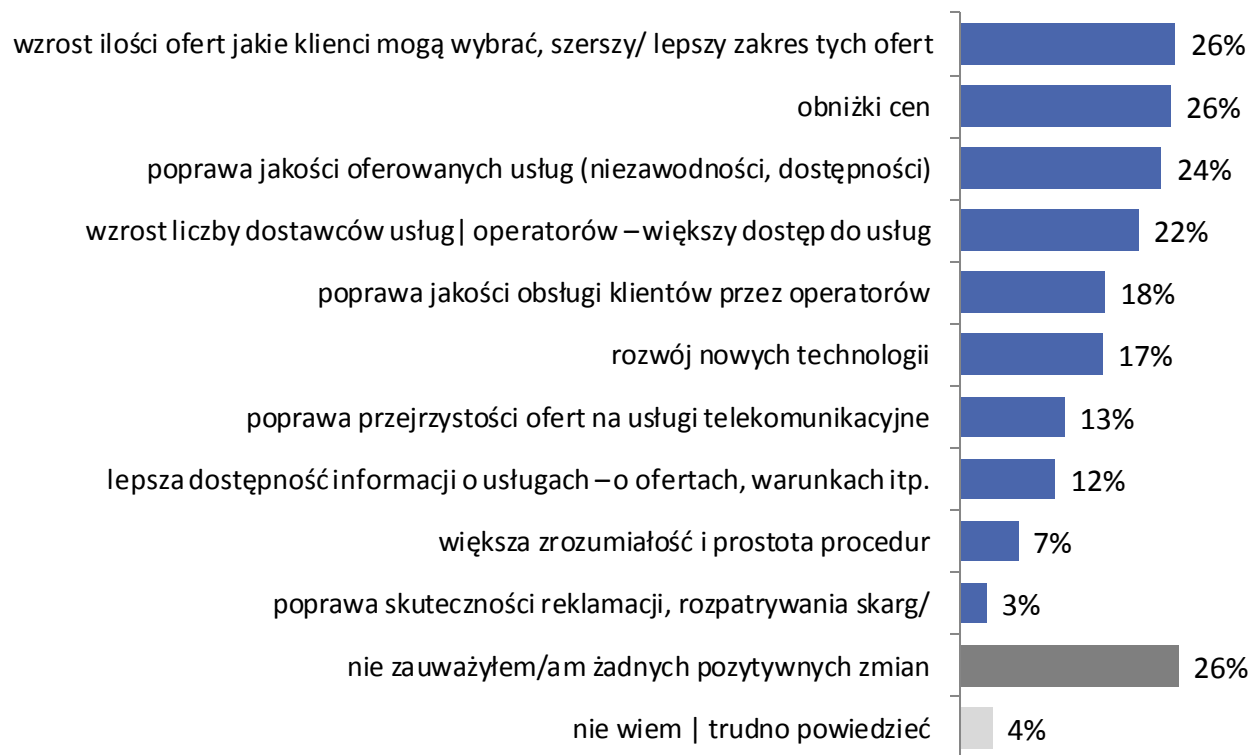
Ocena funkcjonowania ryнку telekomunikacyjnego

ROZDZIAŁ 5

Pozytywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym

O2. Jakie pozytywne zmiany zauważyli Państwo na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423

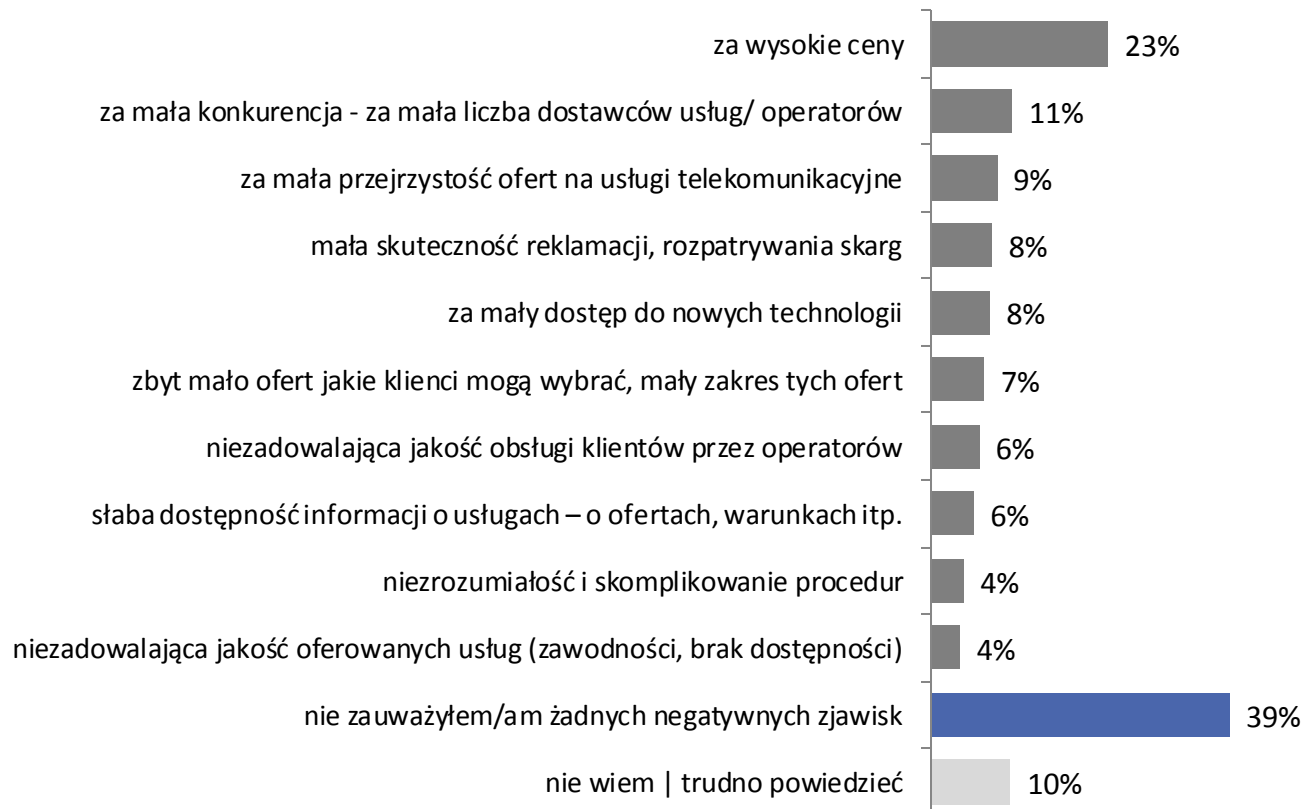


- Mimo relatywnie niskiego zadowolenia z kosztów usług telekomunikacyjnych, klienci dostrzegają obniżki cen na tym rynku i jest to jedno z najczęściej wymienianych pozytywnych zjawisk.
- Najczęściej wskazywaną pozytywną zmianą jest wzrost liczby dostępnych ofert, poprawa jakości usług oraz ich większa dostępność.

Negatywne zjawiska na rynku telekomunikacyjnym

O3. Jakie negatywne zjawiska zauważyli Państwo na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



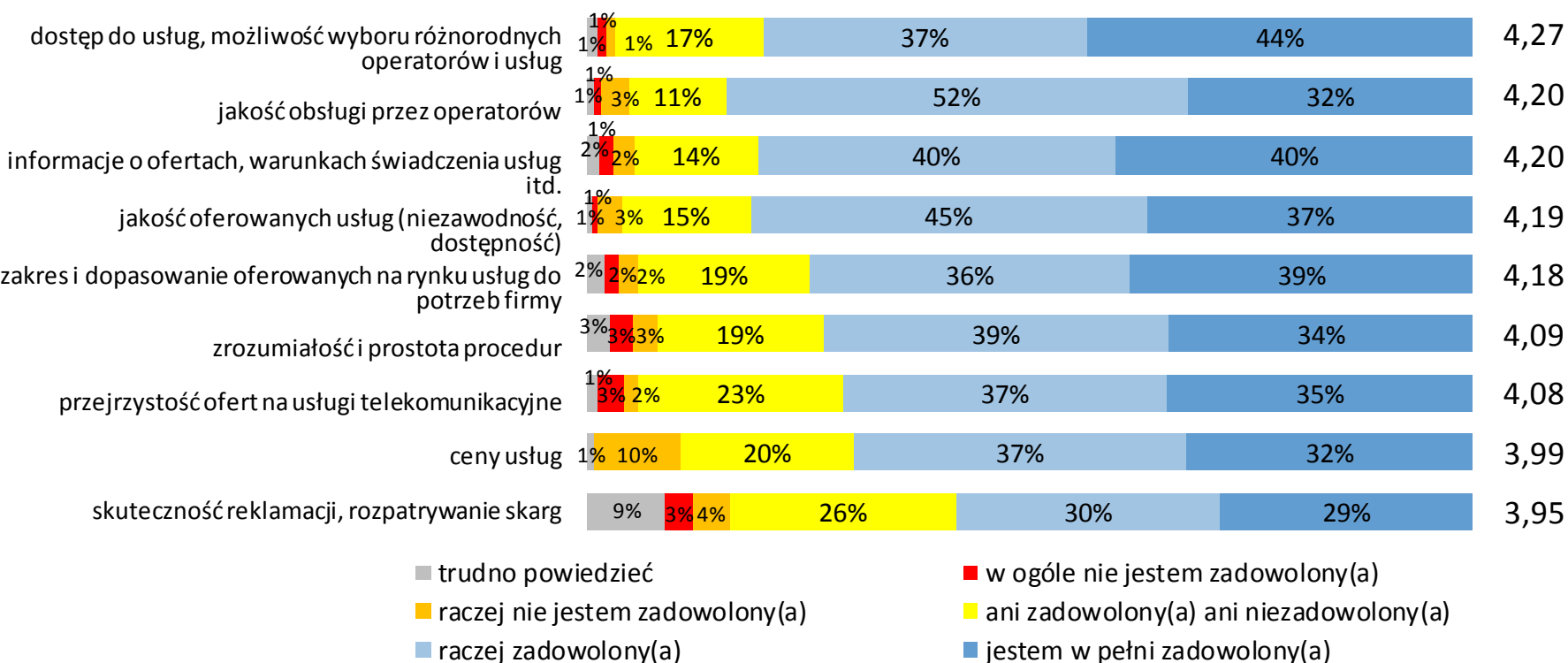
- Prawie jedna trzecia firm za negatywne zjawisko zaobserwowane w ciągu ostatniego roku uznała zbyt wysokie ceny.

Ogólna ocena funkcjonowania rynku

O1. Jak, jako firma, oceniają Państwo następujące aspekty polskiego rynku telekomunikacyjnego (telefonia stacjonarna, komórkowa, internet, telewizja).

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423

Średnia:

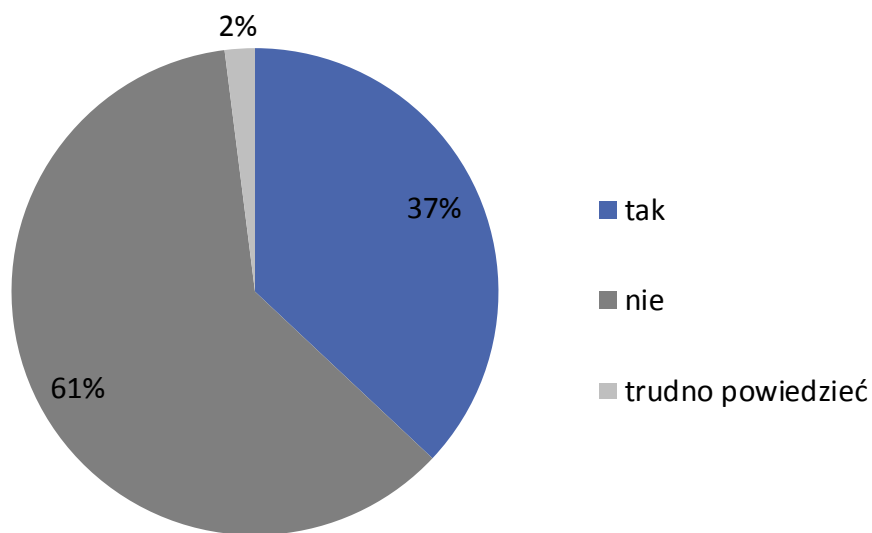


- Najlepiej oceniane aspekty polskiego rynku telekomunikacyjnego to dostępność i różnorodność ofert operatorów oraz jakość obsługi klienta, a także dostępność informacji o ofertach i przejrzyste warunki świadczenia usług.
- Najmniej satysfakcjonującym aspektem działania polskiego rynku jest skuteczność rozpatrywania skarg i reklamacji.

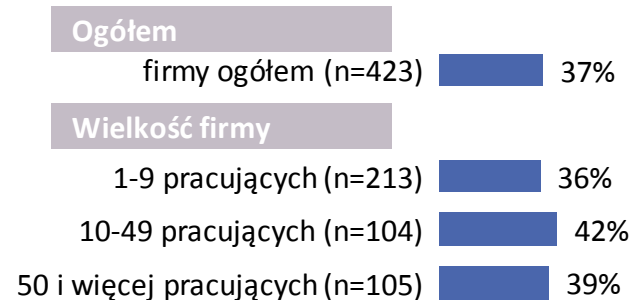
Znajomość UKE

O5. Czy słyszeli Państwo o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



Znający UKE

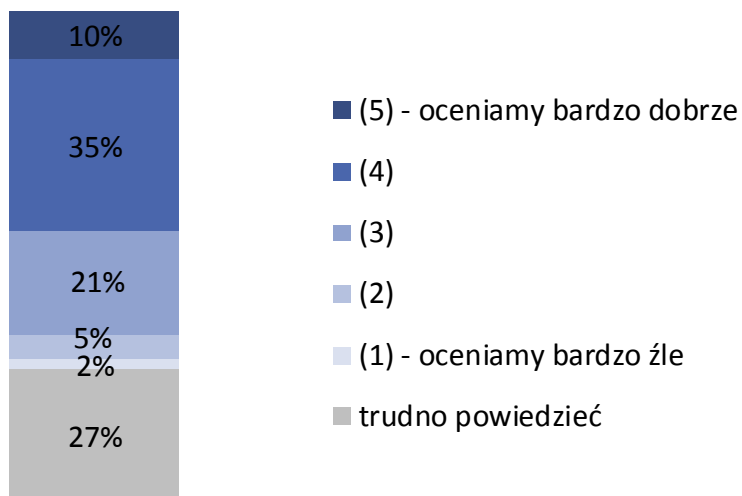


- Ponad jedna trzecia przedstawicieli firm słyszała o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej.
- Znajomość UKE jest najwyższa wśród średnich przedsiębiorstw – zatrudniających od 10 do 49 pracowników.

Ocena działalności UKE

O5a. Jak oceniają Państwo dotychczasową działalność Urząd Komunikacji Elektronicznej?

Podstawa: Firmy, które słyszały o działalności UKE, n=170



- Prawie połowa osób, które słyszały o działalności UKE, ma pozytywną opinię o Urzędzie. Jedna czwarta badanych nie potrafi ocenić działalności Urzędu.*



Podstawowe informacje o firmach

ROZDZIAŁ 6

Podstawowe informacje o firmach

Branża

S3. W jakiej branży działa firma?

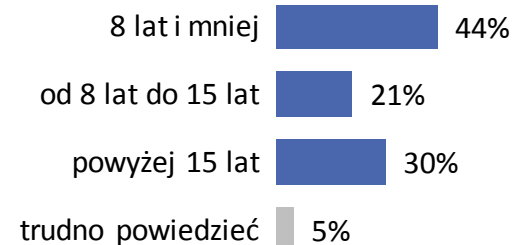
Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



Staż firmy na rynku

Jak długo istnieje firma, w której Pan(i) pracuje?

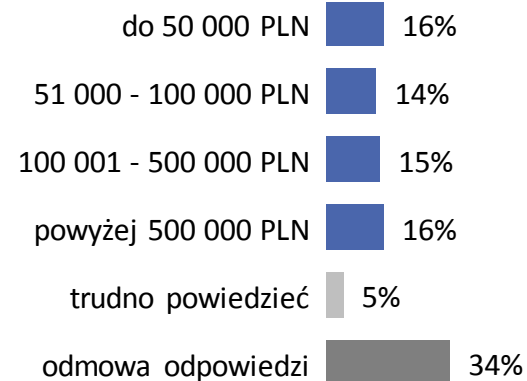
Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



Obroty

Z2. W którym przedziale mieści się przybliżona wielkość rocznych obrotów firmy za rok 2011?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



Podstawowe informacje o firmach - respondent

Stanowisko zajmowane w firmie

S4. Jakie stanowisko zajmuje Pan(i) w firmie?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423



Stanowisko respondenta wg wielkości firmy:

	1-9 prac.	10-49 prac.	>50 prac.
właściciel\ współwłaściciel	87%	47%	18%
dyrektor\ kierownik	6%	17%	45%
z-ca dyrektora\ kierownika	1%	5%	7%
samodzielny specjalista	6%	27%	28%
inne	-	4%	2%
Podstawa: Wszystkie firmy, n=	213	105	105

Wykształcenie

Z3. Proszę powiedzieć, jakie jest Pana(i) wykształcenie?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=423





**Raport prezentuje dane i wnioski z wyników badań przeprowadzonych
na zlecenie Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej przez
konsorcjum firm PBS oraz Centrum Badań Marketingowych
INDICATOR**