



**Opinia na temat rynku telekomunikacyjnego
i ocena UKE
w 2011 roku
Klienci instytucjonalni**

**Raport z badania konsumenckiego
przeprowadzonego przez
PBS DGA sp. z o.o. i CBM INDICATOR sp. z o.o.**

grudzień 2011

Spis treści:

1	Podstawowe informacje o badaniu.....	3
1.1	Cele badawcze.....	3
1.2	Metoda badawcza	4
1.3	Próba badawcza	4
1.4	Czas badania	5
2	Konstatacje i wnioski.....	6
3	Wyniki	7
4	Podstawowe informacje o firmach	16

1 Podstawowe informacje o badaniu

1.1 Cele badawcze

Głównym celem badania było poznanie opinii użytkowników biznesowych/firm w zakresie funkcjonowania usług telekomunikacyjnych.

Szczegółowe cele badawcze zostały określone w ramach następujących zagadnień dotyczących:

1. Ogólna ocena rynku telekomunikacyjnego

- ocena rynku;
- znajomość Urzędu Komunikacji Elektronicznej;
- problemy występujące na rynku;
- pożądane działania na rynku;

2. Telefonia stacjonarna i ruchoma (wyniki zostały przedstawione w oddzielnym dokumencie)

3. Dostęp do Internetu (wyniki zostały przedstawione w oddzielnym dokumencie)

4. Podstawowe informacje o użytkownikach biznesowych

1.2 Metoda badawcza

Badanie zostało przeprowadzone metodą indywidualnych zestandaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych (PAPI). Polegała ona na osobistej, bezpośredniej (*face-to-face*) rozmowie z respondentem - osobą podejmującą lub współpodejmującą decyzje dotyczące zakupu/użytkowania usług telekomunikacyjnych w firmie.

Rozmowa została przeprowadzona przez przeszkolonych ankieterów z zastosowaniem specjalnie przygotowanego, zestandaryzowanego kwestionariusza. Pytania skonstruowano tak, aby zrealizować cele badawcze. Uporządkowane zostały w bloki tematyczne odnoszące się do 1) telefonii stacjonarnej, 2) telefonii komórkowej, 3) przenośności numerów, 4) Internetu. W trakcie wywiadu prezentowano materiały pomocnicze, takie jak Karty Respondenta, ułatwiające zrozumienie pytania i udzielenie odpowiedzi.

Kwestionariusz wywiadu składał się z pytań badawczych oraz części metryczkowej, odpowiadającej za charakterystykę firm.

1.3 Próba badawcza

Próba badawcza liczyła N=403 wywiady. Badanie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych zostało przeprowadzone na losowej reprezentatywnej próbie firm. Maksymalny błąd oszacowania wyniósł 4,9%. Dobór firm do badania odbywał się z wykorzystaniem schematu dwustopniowego w warstwach. Zmiennymi warstwującymi były:

- region geograficzny (makroregiony GUS - 6)
- typ miejscowości (wsie, miasta do 50tys, miasta 50-200tys, miasta powyżej 200tys)
- wielkość zatrudnienia (4 grupy)
- branża (4 grupy)

W pierwszym etapie doboru wylosowane zostały gminy. Dobór przeprowadzony został wg schematu prostego z jednakowym prawdopodobieństwem doboru w warstwach zdefiniowanych przez region geograficzny oraz typ miejscowości,

proporcjonalnie do liczby podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze Regon.

W drugim etapie doboru wylosowane zostały podmioty. Losowanie firm odbywało się niezależnie w każdej z warstw zdefiniowanych przez opisane wcześniej 4 zmienne warstwujące (region, typ miejscowości, wielkość zatrudnienia i branżę).

Respondentem w badaniu była osoba podejmująca lub współpodejmująca decyzje w firmie dotyczące zakupu i użytkowania usług telekomunikacyjnych (telefon stacjonarny, telefon komórkowy, dostęp do Internetu). Głównie byli to właściciele lub współwłaściciele firm, dyrektorzy lub kierownicy oraz samodzielni specjaliści posiadający w swoim zakresie obowiązków dostarczenie usług telekomunikacyjnych do firmy.

1.4 Czas badania

Badanie zrealizowano w dniach 24 listopada - 2 grudnia 2011 roku na terenie całego kraju.

2 Konstatacje i wnioski

- Wśród klientów biznesowych dominuje pozytywna ocena polskiego rynku telekomunikacyjnego pod kątem jego funkcjonowania. Najlepiej oceniany jest rynek telefonii komórkowej, któremu 87,1 % klientów przyznaje oceny wysokie (4 - ocenę dobrą i 5 - ocenę bardzo dobrą). Rynek telefonii stacjonarnej ocenia tak 63,3 % respondentów, a rynek internetowy - 73 % firm.
- Polski rynek telekomunikacyjny najwyżej oceniany jest pod względem dostępności usług (średnia 4,13 na pięciostopniowej skali). Natomiast najniżej oceniane są ceny usług (średnia 3,65).
- Ponad połowa (51,6 %) badanych przedstawicieli firm uważa, że w ciągu ostatnich 5 lat polski rynek telekomunikacyjny zmienił się na lepsze. Pozytywne zmiany w funkcjonowaniu polskiego rynku telekomunikacyjnego, które dostrzegają badani to przede wszystkim wzrost ilości ofert.
- Jedynie 4,2 % badanych przedstawicieli firm sądzi, że w ciągu ostatnich 5 lat polski rynek telekomunikacyjny zmienił się na gorsze. Negatywne zjawiska to głównie za wysokie ceny usług.
- W celu rozwoju polskiego rynku telekomunikacyjnego, zdaniem badanych, należałoby przede wszystkim obniżyć ceny usług (68 %).
- Ponad dwie piąte (41,7 %) przedstawicieli badanych firm zna działalność Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Działalność UKE jest oceniana raczej dobrze - średnia ocena na pięciostopniowej skali wynosi 3,70.

3 Wyniki

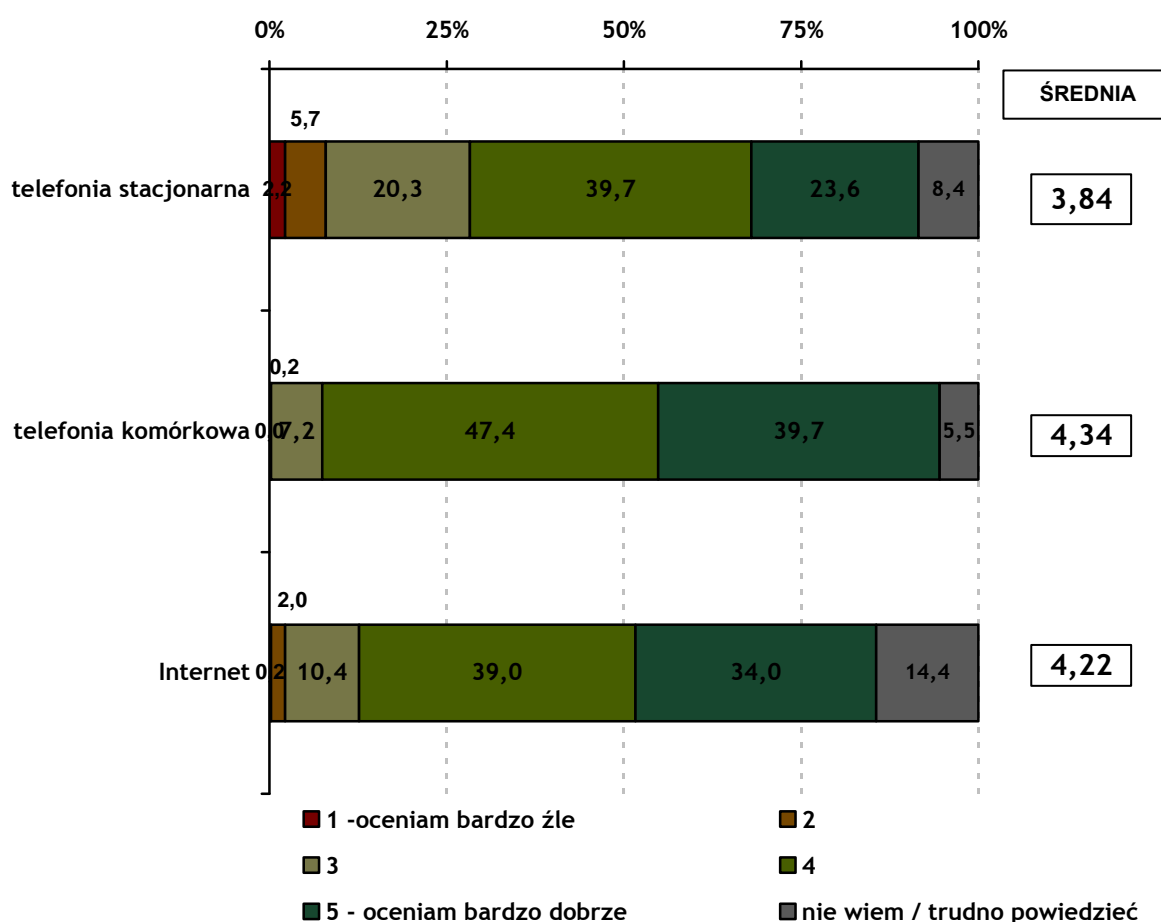
O1. Jak, jako firma oceniacie Państwo polski rynek telekomunikacyjny (telefonię stacjonarną, komórkową i Internet) pod względem jego funkcjonowania?

Proszę ocenić w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „oceniam bardzo źle”, a 5 - „oceniam bardzo dobrze”.

Pytanie zadano wszystkim respondentom (klientom biznesowym).

Przedstawiciele firm pozytywnie oceniają polski rynek telekomunikacyjny pod względem jego funkcjonowania. Najlepiej postrzegana jest telefonia komórkowa (średnia 4,34 na pięciostopniowej skali). Również wysoko rynek telekomunikacyjny oceniany jest pod względem dostępu do Internetu (średnia 4,22). Najniższą notę otrzymuje telefonia stacjonarna (średnia 3,84).

Wykres 1. Ocena polskiego rynku telekomunikacyjnego (w %, średnia z odpowiedzi 1-5, n=403).



* Wyniki nie sumują się do 100,0 % ze względu na zaokrąglenia do 1 miejsca po przecinku.

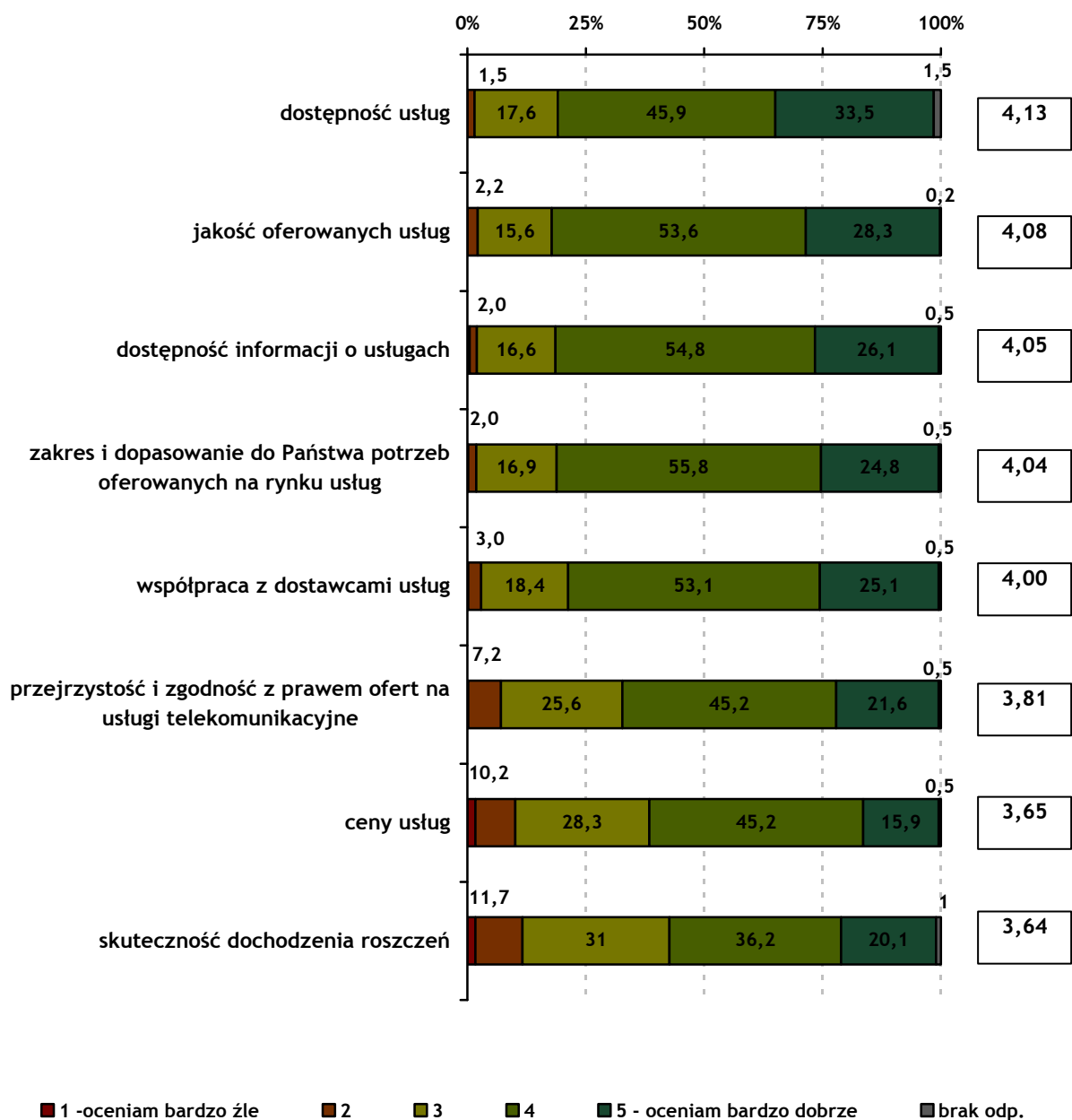
O2. Jak, jako firma oceniacie Państwo następujące aspekty polskiego rynku telekomunikacyjnego (telefonii stacjonarnej, komórkowej, dostęp do Internetu)?

Proszę użyć skali 1-5, gdzie 1 - „ocenił bardzo źle”, a 5 - „ocenił bardzo dobrze”.

Pytanie zadano wszystkim respondentom.

Polski rynek telekomunikacyjny najwyżej oceniany jest w następujących aspektach: dostępność usług (średnia 4,13 na pięciostopniowej skali), jakość oferowanych usług (średnia 4,08), dostępność informacji o usługach (średnia 4,05) oraz zakres i dostosowanie usług do potrzeb klientów (średnia 4,04). Najniżej oceniane są ceny usług (średnia 3,65).

Wykres 2. Ocena różnych aspektów związanych z polskim rynkiem telekomunikacyjnym (w %, średnia z odpowiedzi 1-5, n=403).



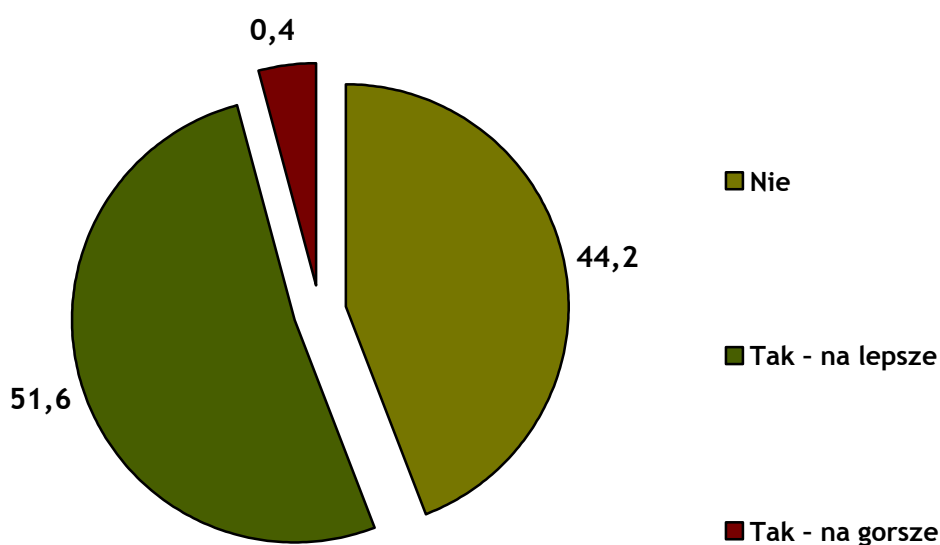
* Wyniki nie sumują się do 100,0 % ze względu na zaokrąglenia do 1 miejsca po przecinku.

O3. Czy uważa Pan(i), że w ciągu ostatnich 5 lat polski rynek telekomunikacyjny zmienił się?

Pytanie zadano wszystkim respondentom.

Przeszło połowa (51,6 %) badanych przedstawicieli firm, uważa, że w ciągu ostatnich 5 lat polski rynek telekomunikacyjny zmienił się na lepsze. Przeciwną opinię wyraziło jedynie 4,2 % respondentów. Ponad dwie piąte (44,2 %) ankietowanych uznało, że polski rynek telekomunikacyjny nie zmienił się w ostatnich 5 latach.

Wykres 3. Zauważalność zmian dotyczących funkcjonowania polskiego rynku telekomunikacyjnego (w %, n=403).

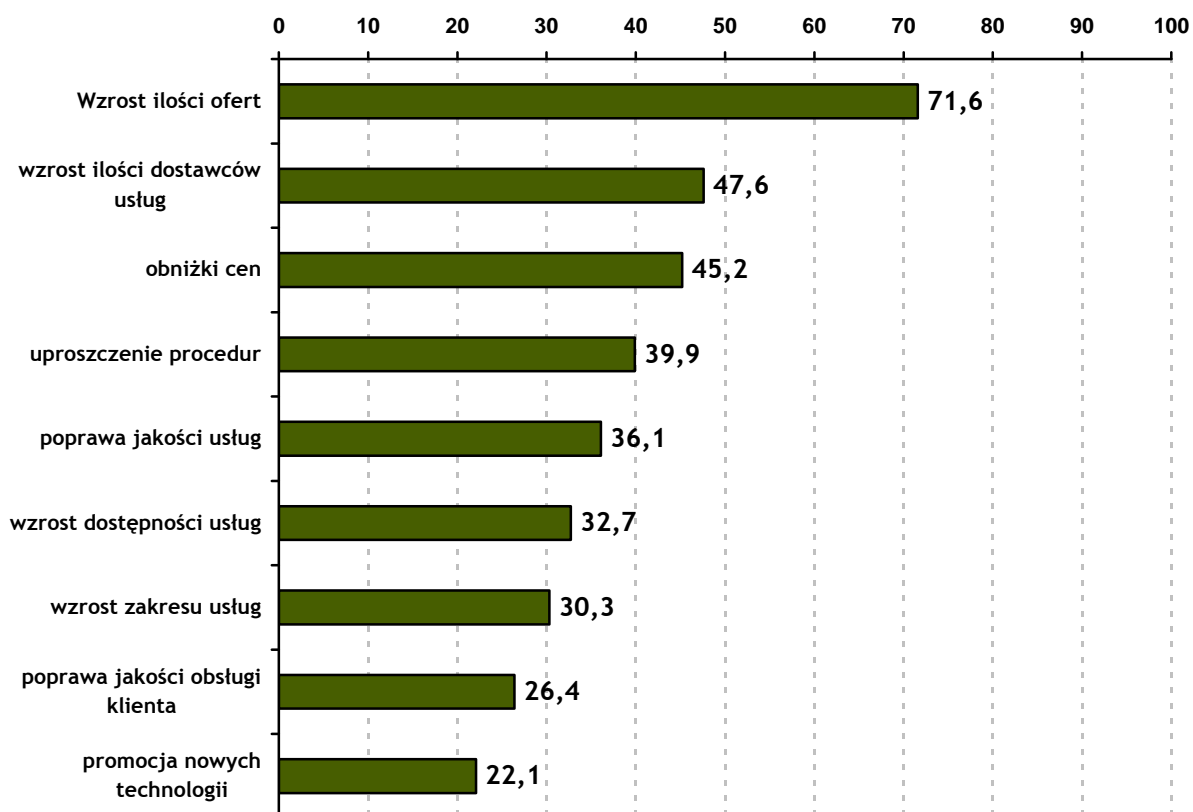


O4. Jakie pozytywne zmiany zauważyliście Państwo, jako firma, na rynku usług telekomunikacyjnych?

Pytanie zadano respondentom, którzy uważają, że polski rynek telekomunikacyjny zmienił się na lepsze.

Pozytywne zmiany w funkcjonowaniu polskiego rynku telekomunikacyjnego, które dostrzegają badani to przede wszystkim: wzrost ilości ofert (71,6 %), wzrost ilości dostawców (47,6 %), obniżki cen (45,2 %), uproszczenie procedur (39,9 %), poprawa jakości usług (36,1 %) oraz wzrost dostępności usług (32,7 %).

Wykres 4. Pozytywne zmiany w funkcjonowaniu polskiego rynku telekomunikacyjnego (w %, n=208).



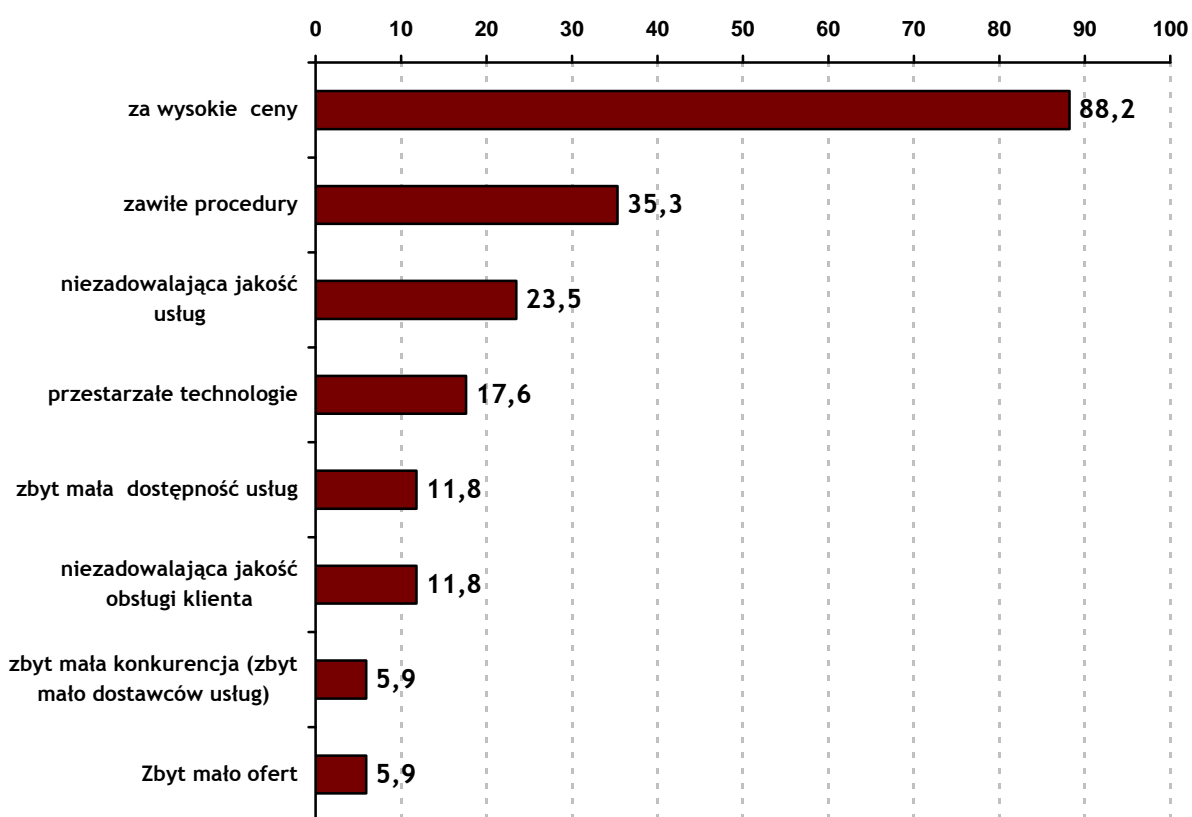
* Wyniki nie sumują się do 100,0 %, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

O5. Jakie negatywne zjawiska zauważa Państwa firma na rynku usług telekomunikacyjnych?

Pytanie zadano respondentom, którzy uważają, że polski rynek telekomunikacyjny zmienił się na gorsze.

Niewielu przedstawicieli firm dostrzegало negatywne zjawiska na rynku usług telekomunikacyjnych, były to głównie za wysokie ceny.

Wykres 5. Negatywne zmiany w funkcjonowaniu polskiego rynku telekomunikacyjnego (w %, n=17**).



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

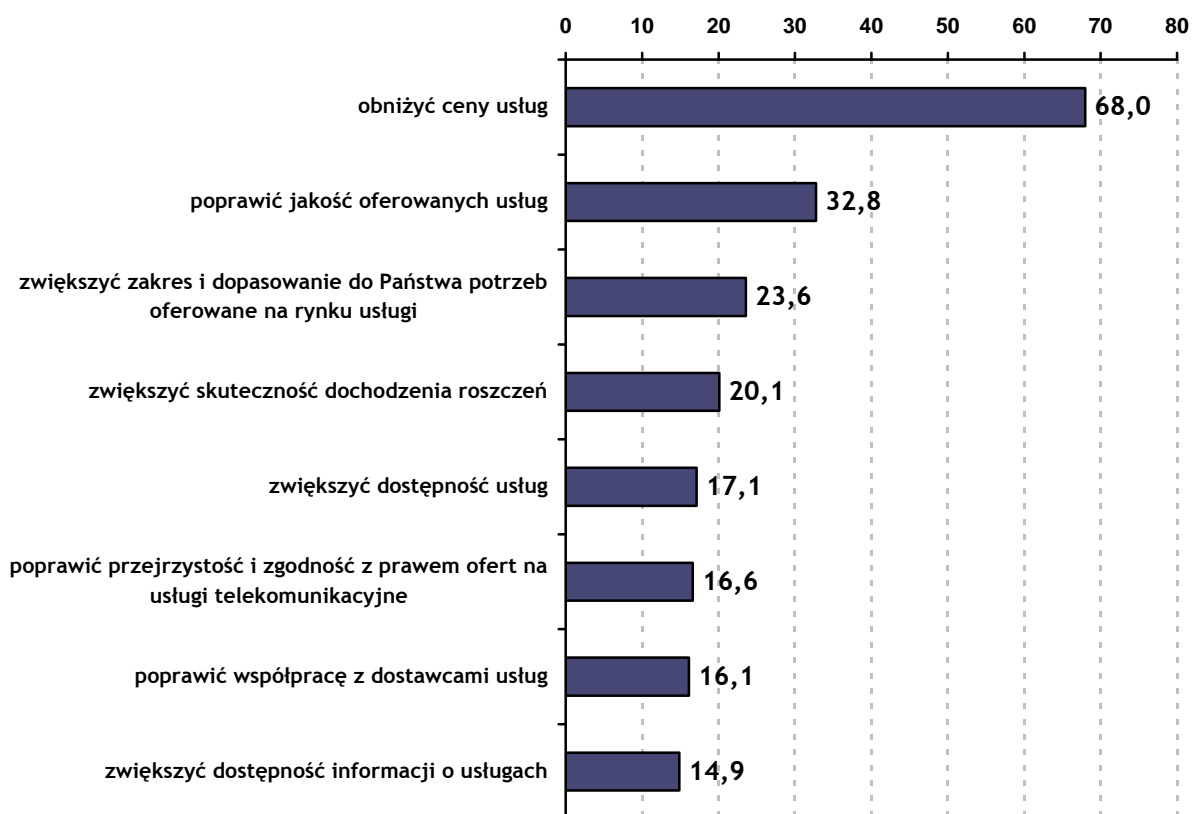
** Zbyt mała liczebność do analiz statystycznych, dane mają charakter jakościowy

O6. Co, zdaniem Państwa firmy, należy jeszcze zrobić na rzecz rozwoju polskiego rynku telekomunikacyjnego?

Pytanie zadano wszystkim respondentom (klientom biznesowym).

Zdaniem badanych w celu rozwoju polskiego rynku telekomunikacyjnego należałoby przede wszystkim obniżyć ceny usług (68 %). Inne postulaty dotyczyły poprawy jakości usług (32,8 %), zwiększenia zakresu i dopasowanie do potrzeb firm oferowanych na rynku usług (23,6 %) a także zwiększenia skuteczności dochodzenia roszczeń (20,1 %).

Wykres 6. Proponowane zmiany na rzecz rozwoju polskiego rynku telekomunikacyjnego (w %, n=403).



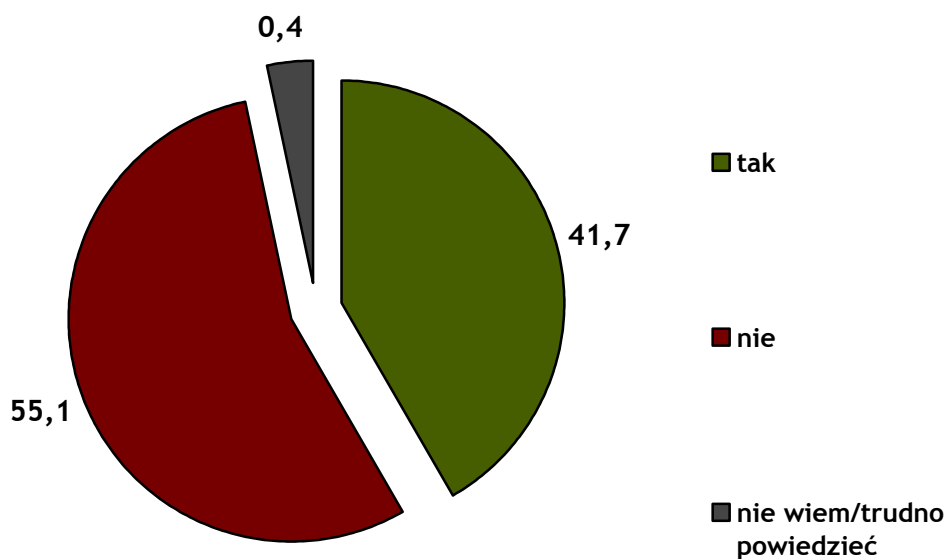
* Wyniki nie sumują się do 100,0 %, ponieważ respondenci mieli możliwość udzielenia kilku odpowiedzi

07. Czy słyszał(a) Pan(i) o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej?

Pytanie zadano wszystkim respondentom (klientom biznesowym).

Przeszło dwie piąte (41,7 %) przedstawicieli badanych firm słyszało o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

Wykres 7. Znajomość Urzędu Komunikacji Elektronicznej (w %, n=403).



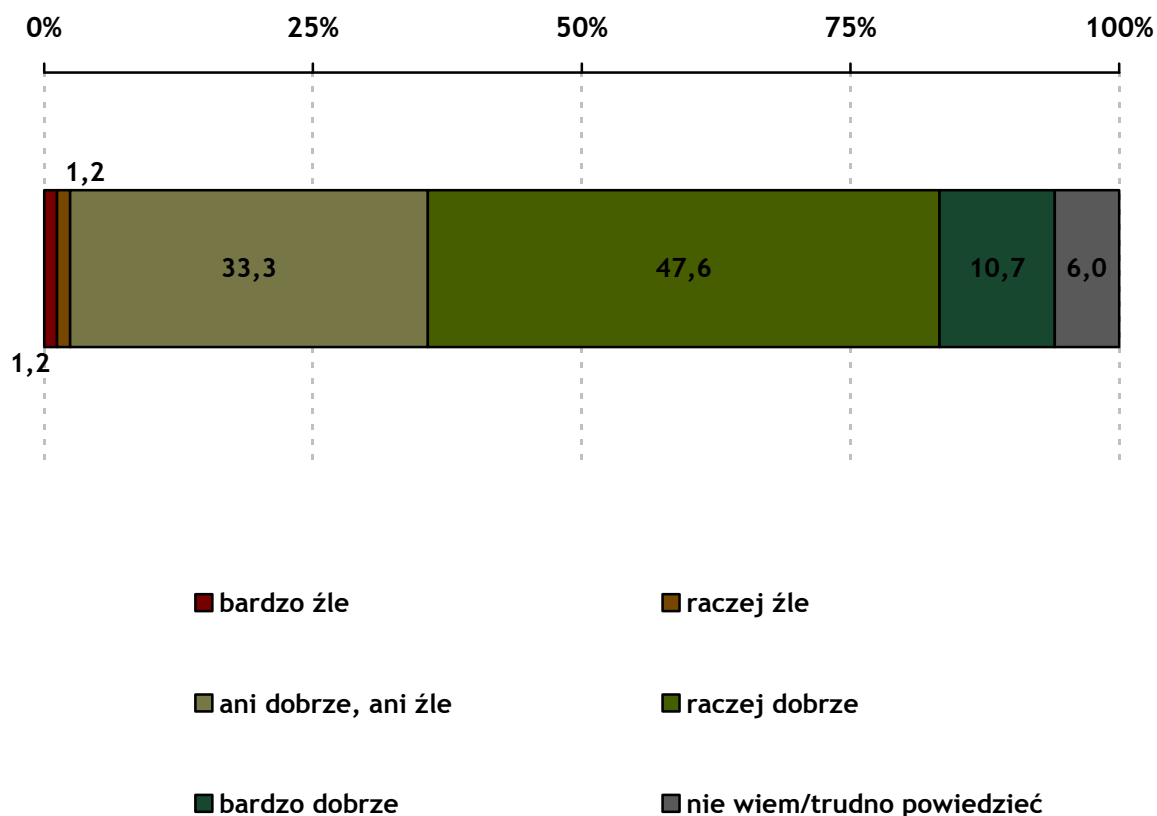
O8. Jak ocenia Pan(i) dotychczasową działalność Urzędu Komunikacji Elektronicznej?

Pytanie zadano respondentom, którzy słyszeli o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

Firmy, które słyszały o działalności UKE, w większości dobrze oceniają działalność tej instytucji (47,6 % raczej dobrze, a 10,7 % bardzo dobrze).

Średnia ocena na pięciostopniowej skali wynosi 3,70.

Wykres 8. Ocena działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej (w %, n=168).

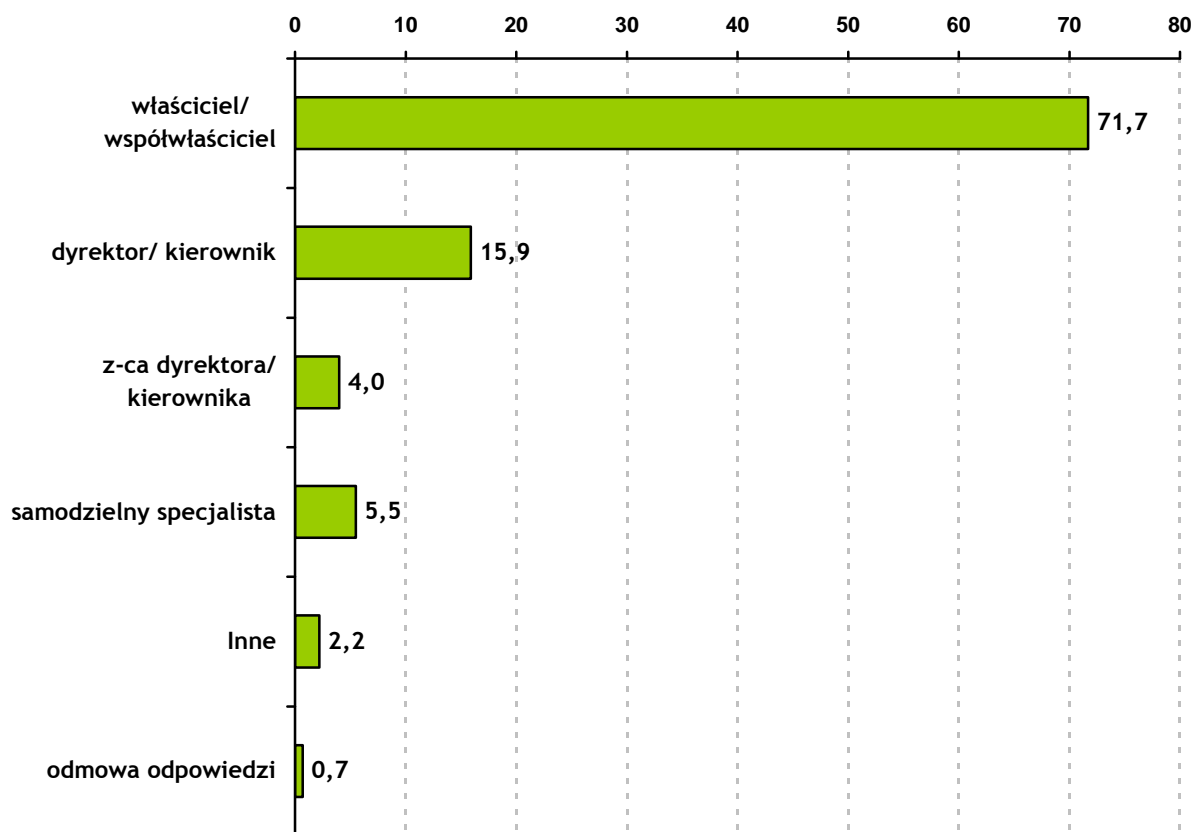


4 Podstawowe informacje o firmach

M1. Stanowisko, które respondent zajmuje w firmie

Respondenci, którzy wzięli udział w badaniu w zdecydowanej większości należeli do grupy właścicieli/współwłaścicieli firm (71,7 %). Co szósty respondent (15,3 %) to kierownik lub dyrektor. Zastępcy dyrektora lub kierownika to 4 % ankietowanych, a samodzielni specjaliści - 5,5 %.

Wykres 9. Stanowisko respondenta (w %, N=403)

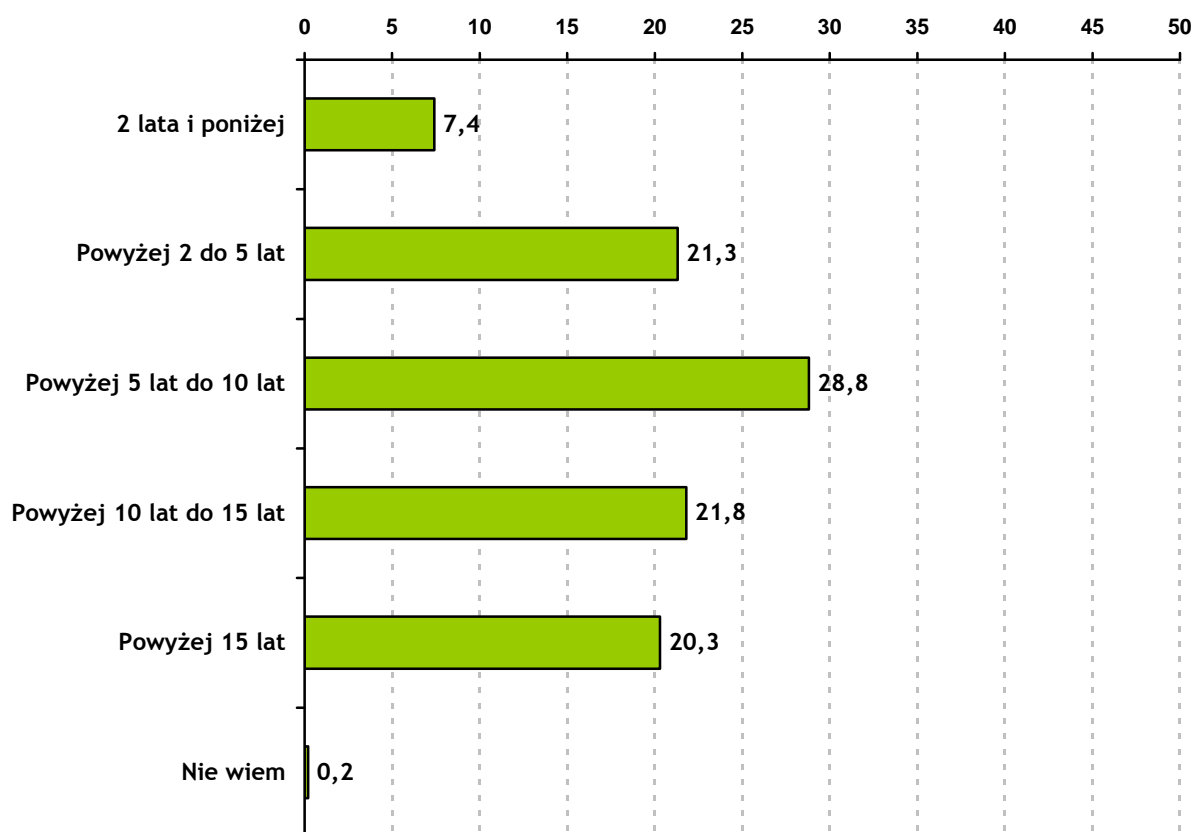


* Wyniki nie sumują się do 100,0 % ze względu na zaokrąglenia do 1 miejsca po przecinku.

M2. Jak długo istnieje firma, w której Pan(i) pracuje?

Staż funkcjonowania na rynku badanych firm wynosił najczęściej od 5 do 10 lat (28,8 %). Przeszło jedna piąta ankietowanych (21,3 %) to firmy o stażu od 2 do 5 lat. Przedsiębiorstwa o stażu funkcjonowania od 10 do 15 lat stanowią 21,8 %, a powyżej 15 lat - 20,3 %. Jedynie 7,4 % badanych posiada staż funkcjonowania 2 lata i mniej.

Wykres 10. Staż funkcjonowania firmy na rynku (w %, N=403)

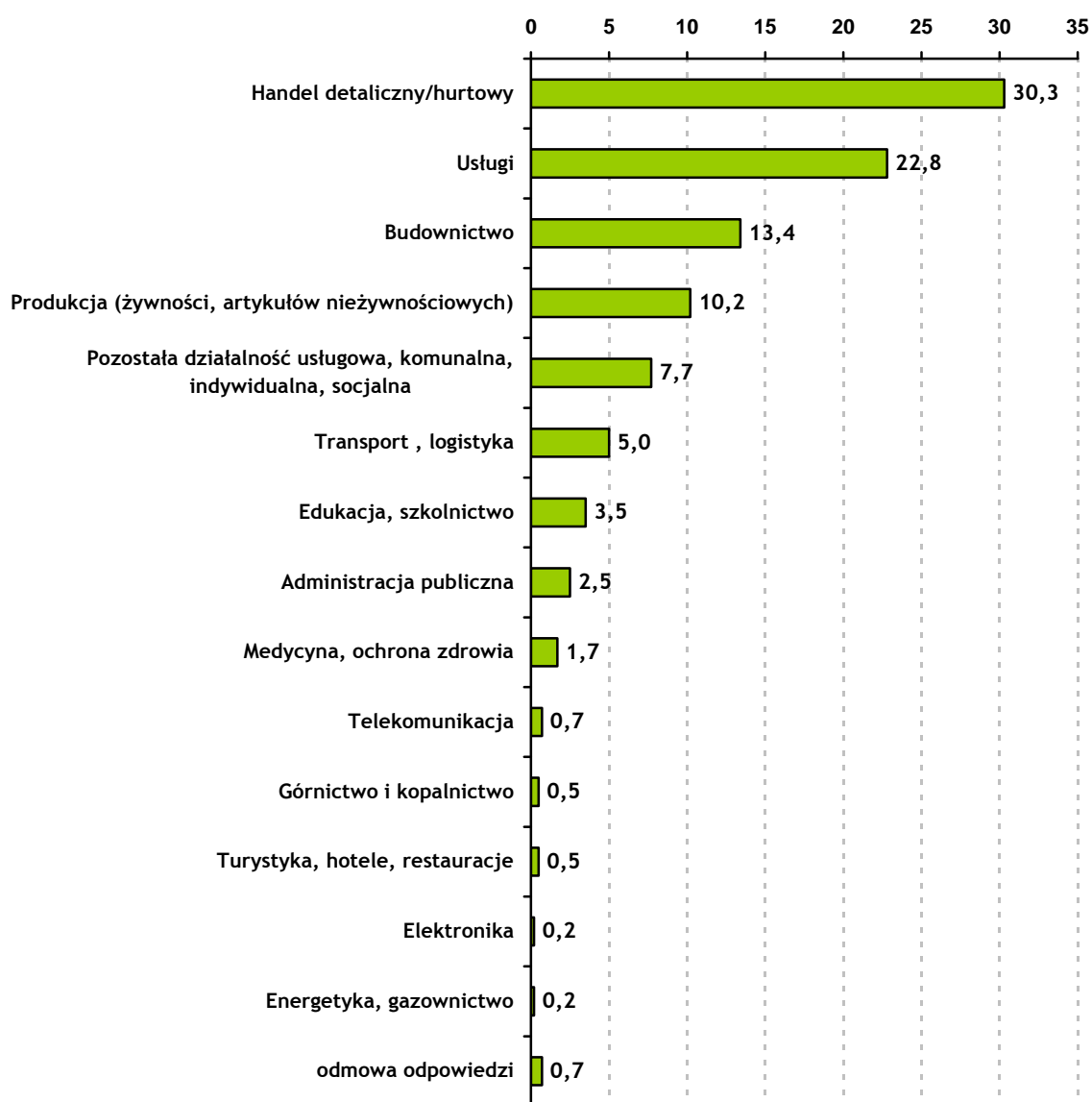


* Wyniki nie sumują się do 100,0 % ze względu na zaokrąglenia do 1 miejsca po przecinku.

M3. W jakiej branży działa ta firma? Proszę wskazać główną branżę.

Główną branżą, w której działają badane firmy jest handel. Takie podmioty stanowiły 30,3 % wszystkich ankietowanych. Usługi to główna branża dla 22,8 % respondentów. Co siódma firma (13,4 %) zajmuje się budownictwem, a co dziesiąta (10,2%) produkcją. Pozostałe branże uzyskały wyniki poniżej 8,0 %.

Wykres 11. Branża, w której działa firma (w %, N=403)

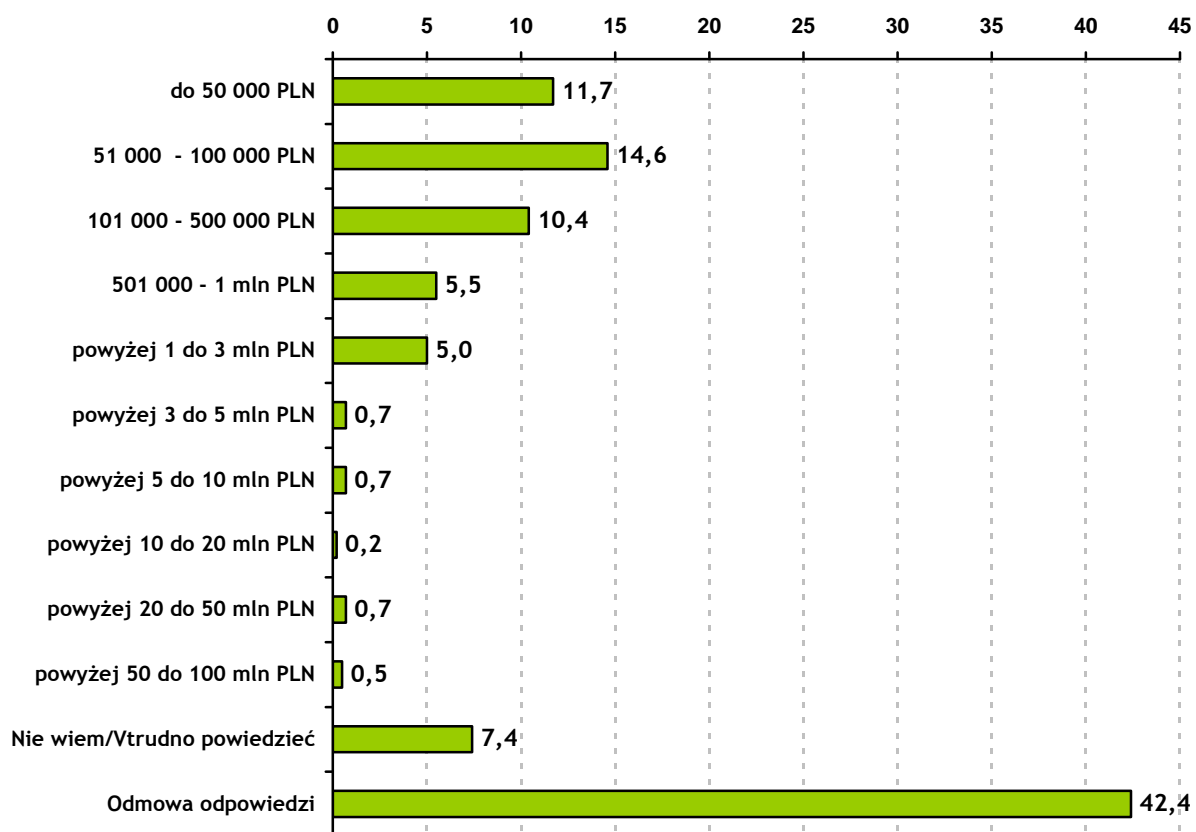


M4. W którym przedziale mieści się przybliżona wielkość rocznych obrotów za rok 2010?

Przybliżona wielkość rocznych obrotów w badanych firmach najczęściej wynosiła od 51 000 do 100 000. Takie obroty odnotowuje 14,8 % podmiotów. Obroty do 50 000 PLN odnotowuje 11,7 %, a obroty w wysokości od 101 000 do 500 000 PLN - 10,4 % wszystkich ankietowanych. Ponadto 10,5 % przedsiębiorstw deklarowało obroty w przedziale 501 000 - 3 000 000 PLN.

Połowa przedstawicieli badanych firm nie znała lub odmówiła odpowiedzi na pytanie o wysokość obrotów.

Wykres 12. Wielkość obrotów rocznych za rok 2010 (w %, N=403)

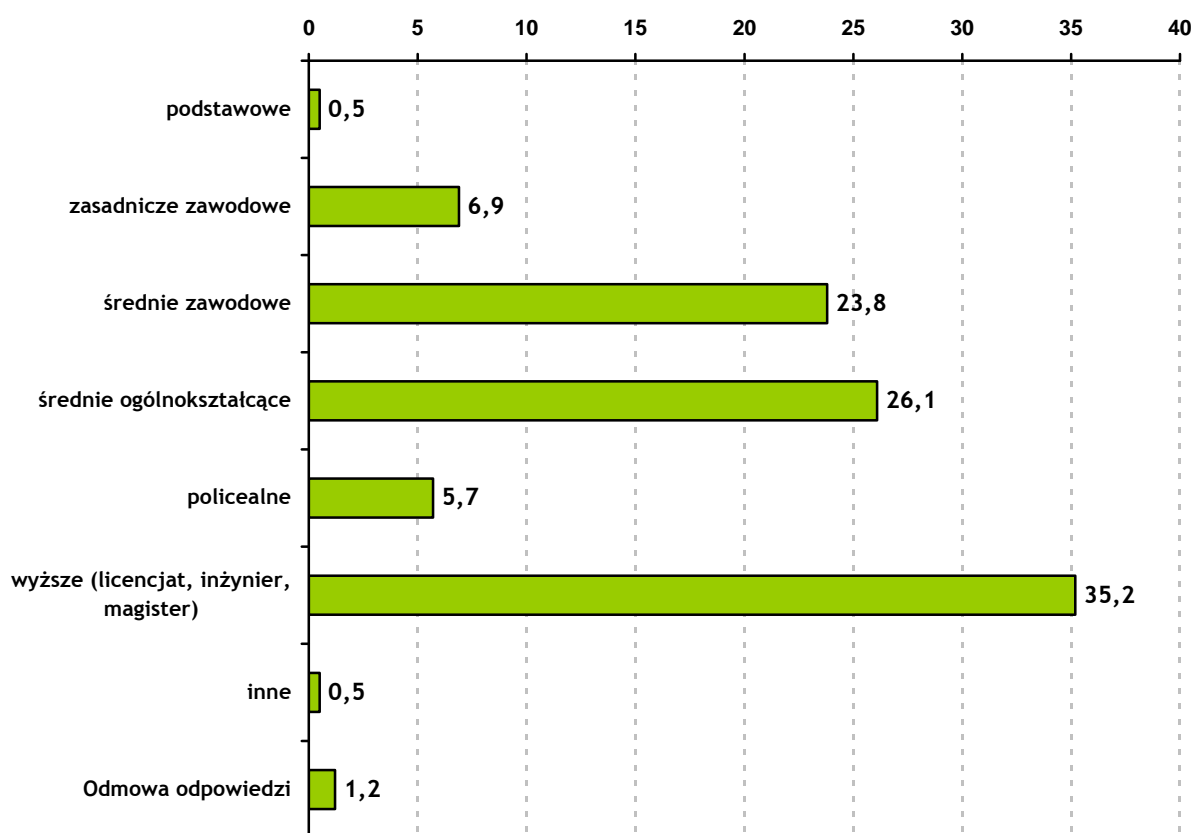


* Wyniki nie sumują się do 100,0 % ze względu na zaokrąglenia do 1 miejsca po przecinku.

M5. Proszę powiedzieć, jakie jest Pana(i) wykształcenie?

Przeszło jedna trzecia respondentów (35,2 %) posiada wykształcenie wyższe. Przeszło jedna czwarta (26,1 %) posiada wykształcenie średnie ogólnokształcące, a (23,8%) średnie zawodowe. Wykształcenie zasadnicze zawodowe deklarowało - 6,9 %, a policealne - 5,7 % wszystkich respondentów.

Wykres 13. Wykształcenie (w %, N=403)



* Wyniki nie sumują się do 100,0 % ze względu na zaokrąglenia do 1 miejsca po przecinku.