

# Rynek usług telekomunikacyjnych w Polsce w 2015 roku

Raport z badania klientów instytucjonalnych

# Zawartość raportu

<b>BADANIE ILOŚCIOWE</b>	<b>Nr slajdu</b>
Podstawowe informacje o badaniu	<b>5</b>
Najważniejsze wyniki i wnioski	<b>9</b>
Rozdział 1. Korzystanie z usług telekomunikacyjnych	<b>19</b>
Korzystanie z usług	20
Profil użytkowników telefonii stacjonarnej, komórkowej, Internetu	21
Ważność posiadania poszczególnych usług	22
Rozdział 2. Rynek Internetu stacjonarnego i mobilnego	<b>23</b>
2.1. Korzystanie i dostęp do Internetu – ogółem	<b>24</b>
Korzystanie z Internetu	25
Ważność posiadania Internetu	26
Rodzaj dostępu do Internetu	27
Funkcje i usługi wykorzystywane w Internecie	28
Profil użytkowników Internetu mobilnego i stacjonarnego	30
2.2. Internet stacjonarny	<b>31</b>
Czynniki wyboru dostawcy	32
Zadowolenie z usług	33
Maksymalna prędkość łącza Internetowego	34
Funkcjonalność dostępu stacjonarnego	35
Wydatki klientów Internetu stacjonarnego	36
Zmiana dostawcy	37
Substytucja Internetu stacjonarnego	38

# Zawartość raportu, cd.

<b>BADANIE ILOŚCIOWE</b>	<b>Nr slajdu</b>
2.3. Internet mobilny	<b>40</b>
Powody wyboru Internetu mobilnego	41
Czynniki wyboru dostawcy	42
Zadowolenie z usług	43
Usługa LTE	44
Funkcjonalność dostępu	46
Limit transferu danych	47
Wydatki klientów Internetu mobilnego	48
Substytucja Internetu mobilnego	<b>49</b>
2.4. Internet rzeczy	<b>50</b>
2.5. Bezpieczeństwo w sieci	<b>57</b>
Rozdział 3. Telefonia	<b>62</b>
3.1. Korzystanie z telefonii ogółem	<b>63</b>
3.2. Telefonia stacjonarna	<b>65</b>
Ważność posiadania telefonu stacjonarnego	66
Powody korzystania z telefonii stacjonarnej	67
Liczba posiadanych linii telefonicznych	68
Zadowolenie z usług operatora	69
Wydatki klientów telefonii stacjonarnej	71
Substytucja telefonii stacjonarnej	72
Zmiana operatora	74

# Zawartość raportu, cd.

<b>BADANIE ILOŚCIOWE</b>	<b>Nr slajdu</b>
3.3. VoIP	<b>75</b>
Korzystanie z telefonii VoIP	76
Ocena jakości połączeń. Dostawca usług.	77
3.4. Elementy usługi powszechnej – OBN, OSA, faks	<b>78</b>
Ogólnokrajowe Biuro Numerów	79
Ogólnokrajowy Spis Abonentów	80
Faks	83
3.5. Telefonía komórkowa	<b>86</b>
Ważność posiadania telefonu komórkowego	87
Operator telefonii komórkowej	88
Zadowolenie z usług telefonii komórkowej	89
Wydatki klientów telefonii komórkowej	90
Substytucja telefonii komórkowej	91
Rozdział 4. Porównanie usług telekomunikacyjnych	<b>92</b>
Rozdział 5. Porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego	<b>96</b>
Rozdział 6. Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego	<b>102</b>
Pozytywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym	103
Negatywne zjawiska na rynku telekomunikacyjnym	104
Ogólna ocena funkcjonowania rynku	105
Znajomość działalności UKE	106
Ocena działalności UKE	107
Rozdział 7. Podstawowe informacje o firmach	<b>108</b>



# Podstawowe informacje o badaniu

**KLIENCI INSTYTUCJONALNI 2015**

## Podstawowe informacje o badaniu

<b>Cele badania:</b>	<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"> <li>- telefonia: stacjonarna, VoIP, komórkowa</li> <li>- Internet: dial-up, stacjonarny, mobilny, Internet Rzeczy</li> <li>- elementy usługi powszechnej: Ogólnopolskie Biuro Numerów, Ogólnopolski Spis Abonentów, faks</li> <li>- bezpieczeństwo w sieci</li> </ul> <p>Dodatkowo, celem badania było zebranie ogólnych opinii o rynku telekomunikacyjnym w Polsce i następujących na nim zmianach.</p>
<b>Metoda badawcza:</b>	<p>Badanie przeprowadzono metodą bezpośrednich wywiadów ankierskich wspomaganym komputerowo – CAPI (Computer Assisted Personal Interview).</p>
<b>Próba:</b>	<p>Badanie zrealizowano na ogólnopolskiej próbie 418 firm, reprezentatywnej dla populacji podmiotów gospodarczych w Polsce.</p> <p>Respondentami były osoby podejmujące decyzje dotyczące zakupu i użytkowania usług telekomunikacyjnych w firmie.</p>
<b>Termin realizacji:</b>	<p>14 - 28 października 2015</p>

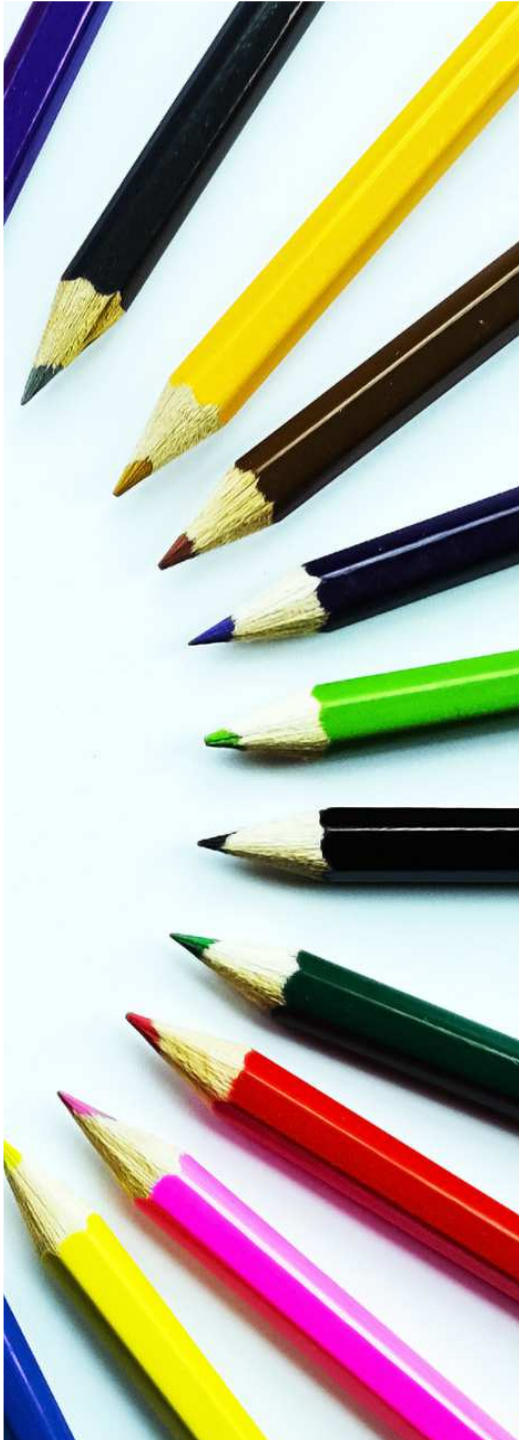
## Podstawowe informacje o badaniu, cd.

<p><b>Metoda doboru próby:</b></p>	<p>W badaniu zastosowano próbę losową, warstwowaną według wielkości firmy. Założono następujący podział na poszczególne warstwy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mikro (1-9 prac.)</li> <li>• małe (10-49 prac.)</li> <li>• średnie i duże (50 i więcej prac.)</li> </ul> <p>Oprócz wielkości firmy, proporcjonalnie w każdej warstwie wg wielkości zatrudnienia kontrolowano zmienne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sektor: produkcja i budownictwo; handel; usługi, transport i telekomunikacja; sektor publiczny</li> <li>• województwo, w którym zarejestrowana jest firma.</li> </ul> <p>Firmy zostały wylosowane dla każdej celki próby wg wielkości firmy i sektora działalności.</p>
<p><b>Źródła danych dla warstwowania i ważenia:</b></p>	<p>Struktura warstw (rozkład cech w całej próbie oraz wzajemnie wewnątrz warstw) została wyznaczona na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego stan na 2015.</p>
<p><b>Ważenie wyników:</b></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	418		
<b>LICZBA ZATRUDNIONYCH:</b>			
1 do 9	204	49%	95%
10 do 49	105	25%	4%
50 i więcej	109	26%	1%
<b>SEKTOR:</b>			
produkcja i budownictwo	104	25%	23%
handel	106	25%	26%
usługi, transport i telekomunikacja	107	26%	39%
sektor publiczny	101	24%	12%
<b>MAKROREGION NUTS1:</b>			
region centralny	70	17%	24%
region południowy	63	15%	20%
region wschodni	87	21%	13%
region północny	76	18%	18%
region południowo-zachodni	48	11%	11%
region północno-zachodni	74	18%	14%





## Najważniejsze wyniki i wnioski

## Najważniejsze wyniki i wnioski

### - korzystanie z usług telekomunikacyjnych

- Wśród klientów instytucjonalnych najbardziej rozpowszechnioną usługą telekomunikacyjną jest telefonia komórkowa – korzysta z niej 97% badanych firm. Istotną rolę odgrywa także dostęp do Internetu, który posiada 80% przedsiębiorstw. Telefonia stacjonarna jest nadal wykorzystywana (30%), ale jej udział w małych firmach jest niewielki, wykorzystywana jest głównie w większych firmach i sektorze publicznym.
- Połowa firm (53%) wykorzystuje telefonię komórkową i dostęp do Internetu. Jedna czwarta przedsiębiorstw (24%) korzysta z trzech usług jednocześnie – telefonii stacjonarnej, telefonii komórkowej i Internetu. Jedna szósta firm (17%) korzysta tylko z telefonu komórkowego.
- Korzystanie z telekomunikacyjnych usług stacjonarnych (telefon i Internet) jest związane z wielkością przedsiębiorstwa – im większa firma, tym większy odsetek użytkowników. W przypadku telefonów komórkowych i Internetu mobilnego zależność jest odwrotna – mikrofirmy częściej są użytkownikami tych usług niż większe firmy.

# Najważniejsze wyniki i wnioski

## - Internet w firmach

- W sektorze klientów instytucjonalnych dominuje dostęp stacjonarny do Internetu – posiada go 72% ogółu firm korzystających z sieci. Warto zauważyć, że 89% firm zatrudniających 50 i więcej pracowników, posiada stałe łącze.
- Dostęp mobilny jest używany znacznie rzadziej – jego użytkownicy stanowią 31% ogółu badanych podmiotów z Internetem, częściej korzystają z niego mikrofirmy.
- Internet w firmach jest narzędziem służącym głównie do zdobywania niezbędnych informacji związanych z działalnością (77%) oraz komunikacji z klientami (76%). W dużych firmach służy on także do komunikacji wewnętrznej.
- Prawie trzy czwarte (71%) firm posiadających dostęp do Internetu zna usługę LTE. Znajomość tej usługi jest największa w firmach zatrudniających minimum 50 pracowników.
- Jedna czwarta (25%) przedstawicieli badanych firm słyszała o Internecie rzeczy, ale wykorzystanie rozwiązań działających w systemie Machine2Machine deklaruje jedynie 3% ogółu firm.
- Zdecydowana większość (92%) firm jest świadoma zagrożeń płynących z dostępu do sieci i stosuje zabezpieczenia przed potencjalnymi zagrożeniami.

## Najważniejsze wyniki i wnioski

### - stacjonarny dostęp do Internetu

- Dwa najważniejsze czynniki wyboru dostawcy Internetu stacjonarnego wśród klientów instytucjonalnych to: atrakcyjność cenowa oferty (58%) oraz prędkość łącza (49%).
- Zadowolenie klientów biznesowych z dostępu stacjonarnego jest wysokie – najwyżej oceniana jest stabilność połączenia, a najniżej cena.
- W ciągu ostatniego roku dostawcę Internetu stacjonarnego zmieniło 6% podmiotów gospodarczych.
- Średnie miesięczne wydatki na korzystanie z Internetu stacjonarnego wynoszą w firmach 105 zł. Są one silnie zróżnicowane w zależności od podmiotu – w firmach mikro (1-9 prac.) wynoszą 102 zł, w firmach małych (10-49 prac.) – 125 zł, zaś w firmach średnich i dużych (powyżej 50 prac.) już 306 zł miesięcznie.
- Prawie połowa (45%) badanych podmiotów byłaby gotowa zrezygnować z usługi Internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego. Dotyczy to głównie najmniejszych firm, firmy średnie i duże nie deklarują dużej gotowości do takiej zmiany.
- Do zmiany Internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego przekonują: lepsza jakość i zasięg mobilnego Internetu, atrakcyjna oferta oraz podwyżka kosztów Internetu stacjonarnego.

## Najważniejsze wyniki i wnioski

### - mobilny dostęp do Internetu

- Najczęstszym powodem posiadania Internetu mobilnego jest potrzeba korzystania z sieci poza siedzibą firmy (51%) oraz atrakcyjniejsza oferta w stosunku do Internetu stacjonarnego (47%).
- Przy wyborze oferty Internetu mobilnego kluczowym czynnikiem jest atrakcyjność cenowa (48%) oraz prędkość łącza (39%).
- W usłudze mobilnej najlepiej oceniana jest również stabilność połączenia, a najgorzej jego dostępność.
- Posiadany mobilny dostęp do Internetu zapewnia zdecydowanej większości firm sprawne korzystanie z podstawowych usług – poczty elektronicznej i płatności przez Internet.
- Średnie wydatki na Internet mobilny są najniższe spośród wszystkich badanych usług telekomunikacyjnych (telefon komórkowy, stacjonarny oraz Internet stacjonarny) i wynoszą 62 zł.
- Z Internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego skłonna byłaby zrezygnować prawie połowa firm (48%). Jako powód najczęściej wskazywano atrakcyjną ofertę dostawców Internetu stacjonarnego oraz lepszą jakość tej usługi, a także podwyżkę kosztów korzystania z obecnego dostępu.

## Najważniejsze wyniki i wnioski

### - telefonia stacjonarna

- Klienci instytucjonalni wskazują trzy zasadnicze powody korzystania z telefonu stacjonarnego – przekonanie, że nadaje on większej wiarygodności firmie (60%), utrzymywanie linii z przyzwyczajenia (40%) oraz posiadanie telefonu stacjonarnego w pakiecie z internetem (35%).
- Średnio na jedną firmę przypada 1,39 linii telefonicznych, jednak liczba ta zdecydowanie zależy od wielkości podmiotu. Większość mikroprzedsiębiorstw korzysta z jednej linii (91%), w firmach zatrudniających 10-49 pracowników odsetek ten wynosi - 63%, a w przedsiębiorstwach zatrudniających 50 i więcej pracowników – 24%. Właśnie te ostatnie firmy korzystają z telefonii stacjonarnej w szerszym zakresie, największy odsetek z nich (34%) posiada cztery lub więcej linii.
- Średnia kwota miesięcznych wydatków na telefonię stacjonarną wynosi 162 zł. Biorąc pod uwagę wielkość firm, wysokość średnich miesięcznych rachunków waha się od 148 zł w mikroprzedsiębiorstwach, poprzez 294 zł w małych, do 486 zł w podmiotach zatrudniających ponad 50 pracowników.

## Najważniejsze wyniki i wnioski

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

- Przeszło jedna czwarta respondentów deklaruje korzystanie z Ogólnokrajowego Biura Numerów (OBN) w ciągu ostatniego roku (27%).
- Wykorzystywanie Ogólnokrajowego Spisu Abonentów (OSA) jest rzadsze – 9% ogółu podmiotów skorzystało z OSA w ciągu ostatniego roku, przy czym wśród największych firm jest to już 23%. Pomysł umieszczenia Ogólnokrajowego Spisu Abonentów na stronach Internetowych spotyka się z zainteresowaniem przeszło połowy badanych firm (53%).
- Z faksu korzysta 19% ogółu podmiotów gospodarczych, przy czym w firmach największych jest to aż 83%, w przedsiębiorstwach zatrudniających 10-49 prac. – 46%.
- Z telefonii VoIP korzysta nieznaczny odsetek mikro i małych firm, natomiast wśród firm zatrudniających minimum 50 pracowników ten odsetek sięga 11%.

# Najważniejsze wyniki i wnioski

## - telefonia komórkowa

- Znaczenie telefonii komórkowej dla firm jest bardzo duże, a ogólny poziom zadowolenia z usług wysoki. Najwyżej oceniany aspekt to obsługa klienta, a najniżej atrakcyjność promocji i rabatów.
- Wydatki firm na telefonię komórkową są wyższe niż na stacjonarną – średnio wynoszą 234 zł miesięcznie. W zależności od wielkości firmy wahają się od 224 zł w mikrofirmach do 945 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 (83%).



## Najważniejsze wyniki i wnioski

### - ocena rynku telekomunikacyjnego

- Najlepiej funkcjonującym aspektem polskiego rynku telekomunikacyjnego jest zapewniona możliwość wyboru różnorodnych operatorów i usług (średnia ocena 4,32 na pięciostopniowej skali). Aspekty oceniane najbardziej krytycznie przez przedstawicieli badanych firm to ceny usług (średnia 3,82) i atrakcyjność promocji (średnia 3,77), a także skuteczność reklamacji i rozpatrywania skarg (średnia 3,81).
- Przedstawiciele badanych podmiotów pozytywnie oceniają zmiany na rynku telekomunikacyjnym w ciągu ostatniego roku. Najczęściej wskazują oni: rozwój nowych technologii (34%) oraz obniżki cen (27%)
- Najczęściej wymienianym negatywnym zjawiskiem na rynku telekomunikacyjnym są wysokie ceny usług - wskazuje je 23% firm. Pozostałe głosy krytyczne dotyczą głównie niskiej skuteczności reklamacji i rozpatrywania skarg oraz małej konkurencji. Warto zauważyć, że prawie dwie piąte badanych nie zauważyło negatywnych zjawisk na rynku.
- Znajomość Urzędu Komunikacji Elektronicznej wykazuje 39% ogółu firm (w firmach zatrudniających 50 i więcej pracowników ten odsetek sięga 57%). Większość badanych, którzy znają UKE ma pozytywne zdanie o działalności Urzędu.

## Najistotniejsze zmiany w wynikach - 2015 vs 2014

- W 2015 roku w stosunku do roku ubiegłego, można zaobserwować wzrost (z 89% do 97%) wykorzystania telefonów komórkowych w firmach. Wzrost nastąpił w firmach każdej wielkości i obecnie wykorzystanie telefonów komórkowych nie jest różnicowane wielkością firmy.
- Wykorzystanie telefonów stacjonarnych wśród ogółu firm w ciągu ostatniego roku wyraźnie spadło (z 52% do 30%). Spadek nastąpił w każdym z trzech przedziałów wielkości firm, z tym że największa różnica dotyczy firm zatrudniających od 10 do 49 pracowników (26 punktów procentowych), następnie do 9 pracowników (22 p.p.), a najmniejszy jest w firmach w których pracuje 50 i więcej pracowników (5 p.p.).
- Jeśli chodzi o dostęp do Internetu to w bieżącym badaniu w porównaniu z 2014 rokiem ten odsetek nie zmienił się wśród ogółu firm. Jednakże można zauważyć zmiany wśród firm zatrudniających od 10 do 49 pracowników (wzrost o 10 punktów procentowych).
- W 2015 roku można zauważyć spadek korzystania z Ogólnokrajowego Biura Numerów (o 4 p.p.), Ogólnokrajowego Spisu Abonentów (o 10 p.p.) oraz faksu (o 4 p.p.).
- O działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej w 2015 roku słyszało więcej podmiotów niż w 2014 roku (o 9 p.p.).



# Korzystanie z usług telekomunikacyjnych

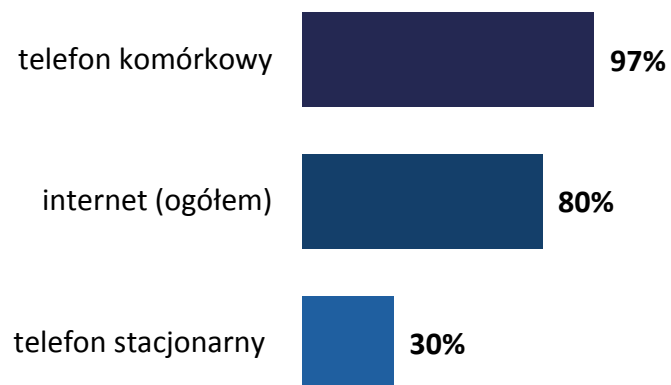
## ROZDZIAŁ 1

# Korzystanie z usług

## Dostęp do usług w firmach

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

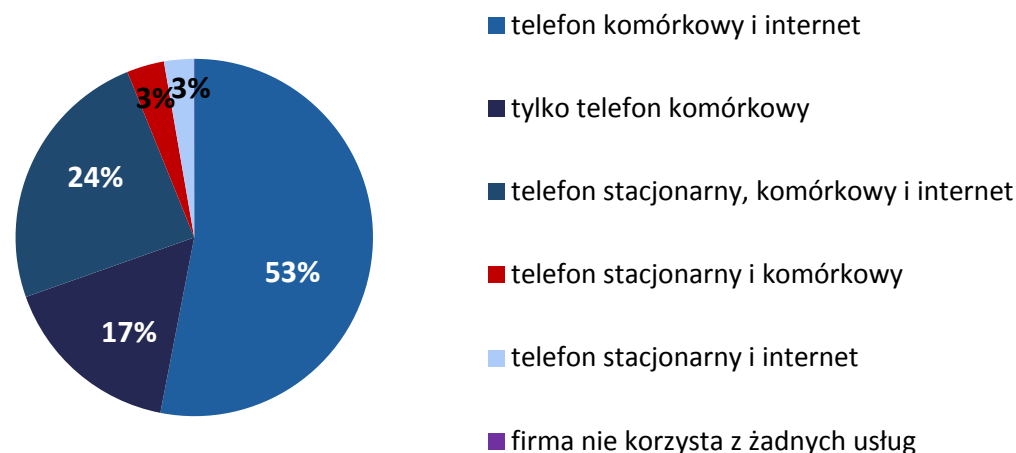
Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



## Typologia odbiorców ze względu na współkorzystanie z usług

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

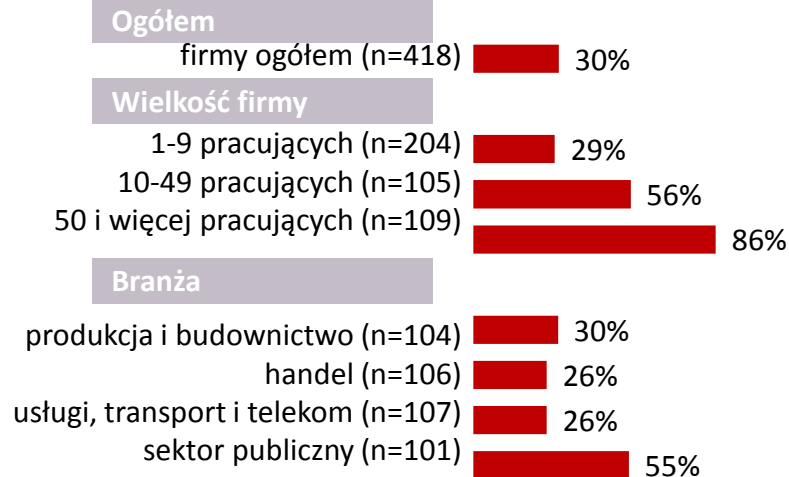
Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



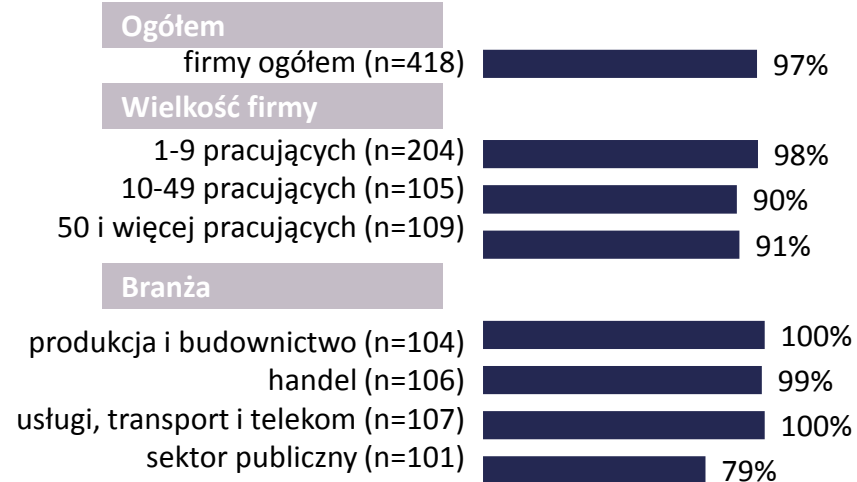
- *Prawie wszystkie (97%) badane firmy korzystają z telefonii komórkowej; powszechne jest także korzystanie z dostępu do Internetu (80%). Telefon stacjonarny posiada prawie jedna trzecia badanych podmiotów.*
- *Przeszło połowa (53%) podmiotów korzysta z telefonu komórkowego i Internetu. Jedna czwarta firm korzysta zarówno z telefonii stacjonarnej, mobilnej, jak i Internetu, a jedna szósta tylko z telefonii komórkowej.*

# Profil użytkowników telefonii stacjonarnej, komórkowej i Internetu (ogółem)

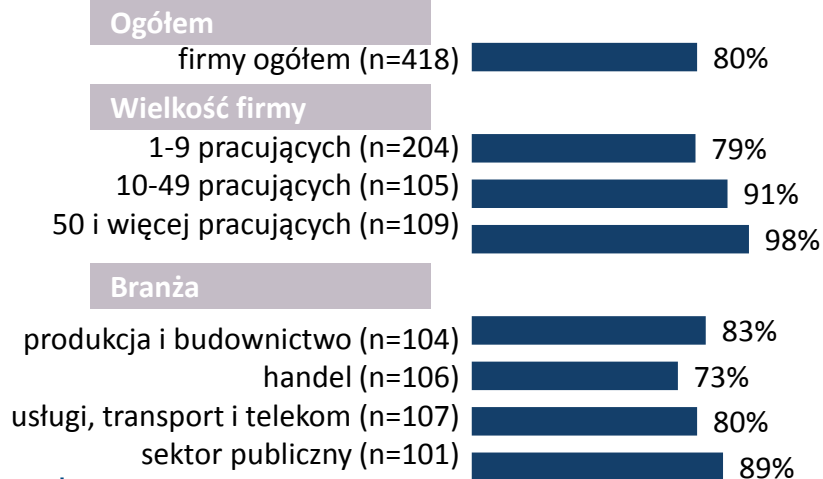
## Posiadanie telefonu stacjonarnego



## Posiadanie telefonu komórkowego



## Posiadanie dostępu do Internetu



- Z Internetu korzysta znacznie większy odsetek dużych firm niż mikroprzedsiębiorstw (różnica 20 punktów procentowych).
- Telefony komórkowe częściej są wykorzystywane przez firmy mikro.
- Telefony stacjonarne są najczęściej wykorzystywane w firmach i instytucjach sektora publicznego oraz w przedsiębiorstwach zatrudniających powyżej 50 pracowników.

# Ważność posiadania poszczególnych usług

## Telefon stacjonarny

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

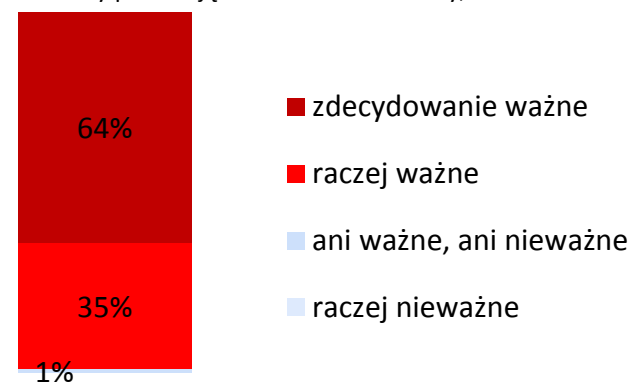
Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=224



## Telefon komórkowy

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

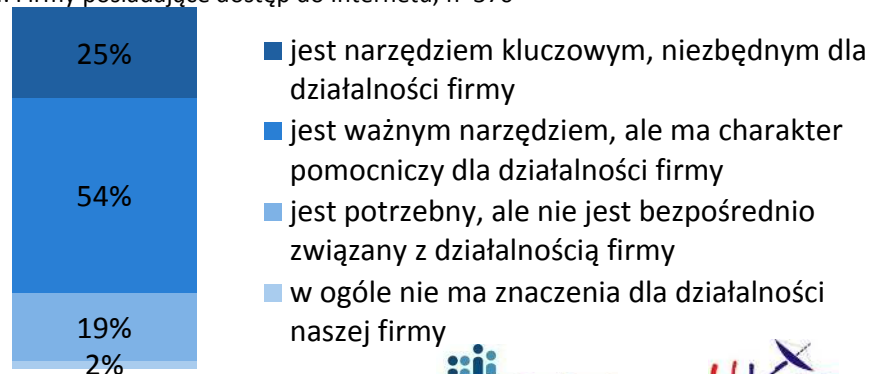
Podstawa: Firmy posiadające telefon komórkowy, n=386



## Internet

**H3. Jakie jest znaczenie Internetu w działalności Państwa firmy?**

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370



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



# Rynek Internetu stacjonarnego i mobilnego

## ROZDZIAŁ 2



# Korzystanie i dostęp do Internetu - ogółem

## ROZDZIAŁ 2.1

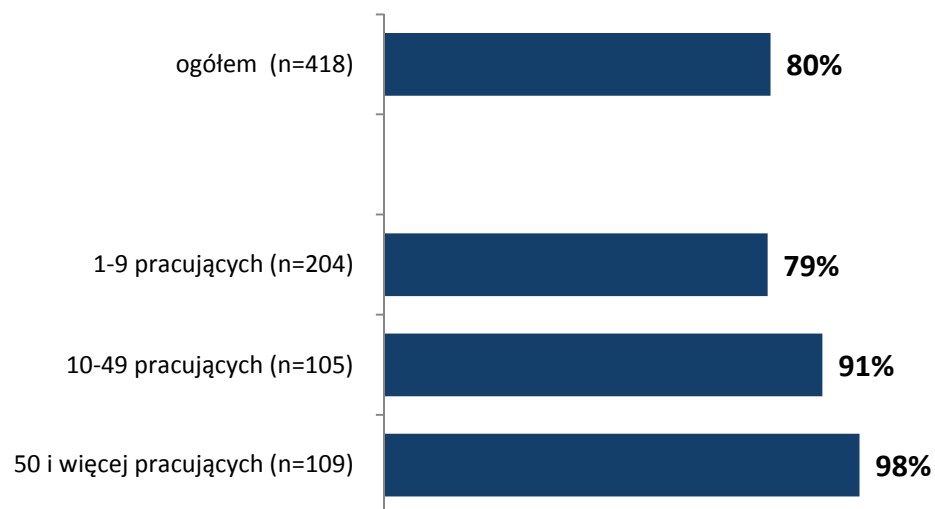


# Korzystanie z Internetu

## Dostęp do usług w populacji firm

### P2. Czy posiadają Państwo w firmie dostęp do Internetu?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418

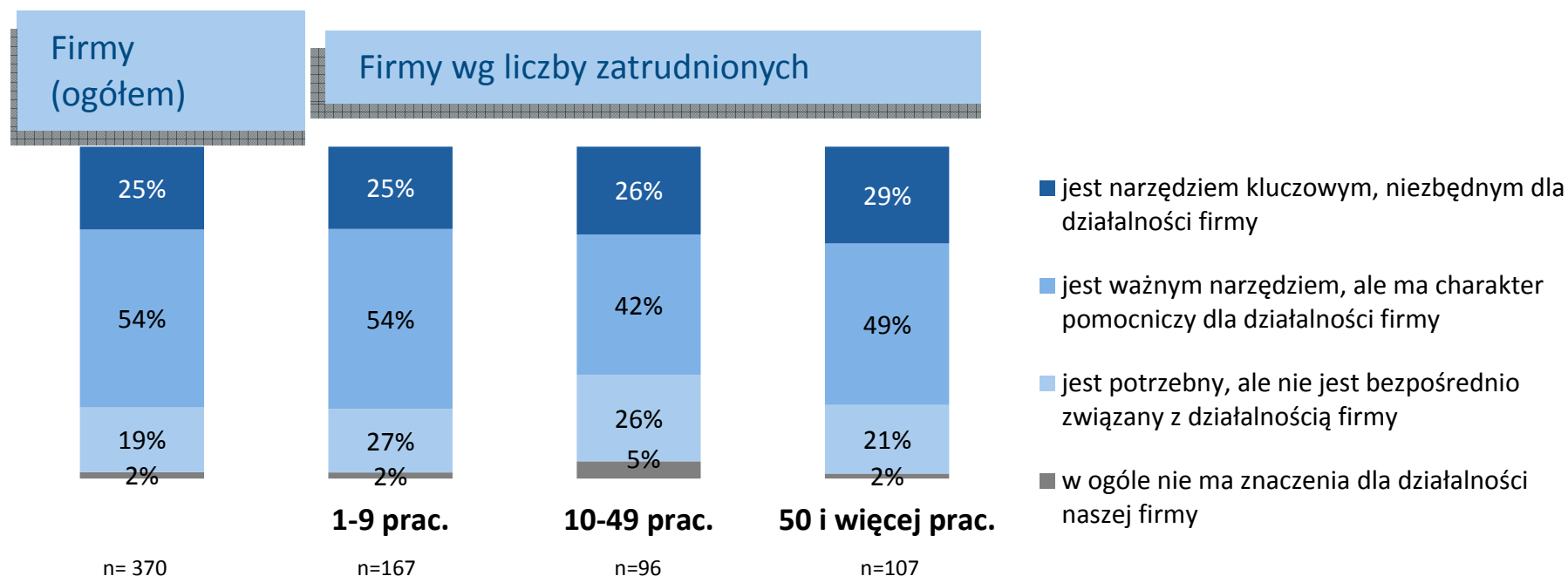


- Z usługi dostępu do Internetu korzysta łącznie 80% badanych klientów instytucjonalnych.
- Najwyższa penetracja jest wśród dużych przedsiębiorstw – dostęp do sieci posiadają prawie wszystkie z badanych firm.

# Ważność posiadania Internetu

## H3. Jakie jest znaczenie Internetu w działalności Państwa firmy?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

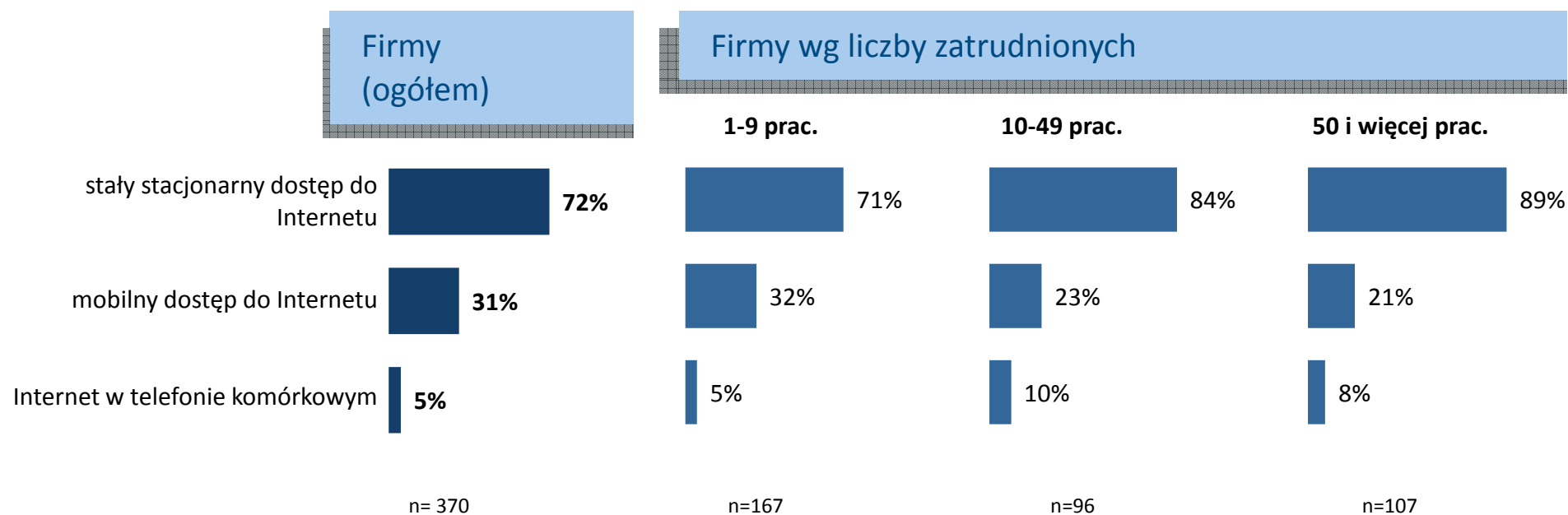


- Znaczenie Internetu w działalności większości badanych firm jest istotne, ale nie kluczowe. Niezależnie od wielkości firmy, największa grupa uznaje Internet za ważne narzędzie, jednak mające charakter tylko pomocniczy w jej działalności.

# Rodzaj dostępu do Internetu

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

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

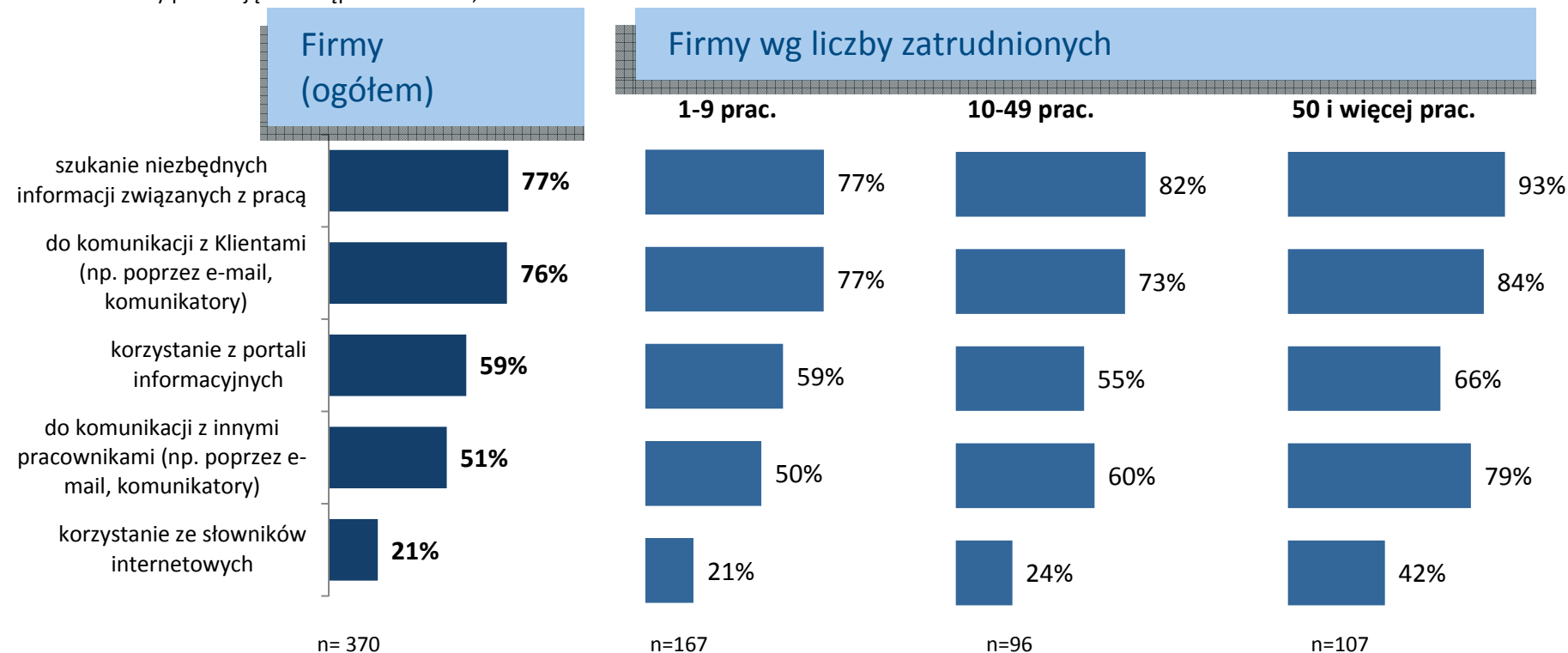


- Prawie trzy czwarte (72%) użytkowników Internetu posiada dostęp stacjonarny, a prawie jedna trzecia mobilny.
- Stosunkowo niewielu badanych (5%) deklaruje korzystanie z opcji łączenia się z Internetem przez telefon komórkowy
- Usługa wdzwaniana (dial-up) jest w zaniku – w bieżącym badaniu nikt nie wskazał takiej formy dostępu.

# Funkcje i usługi wykorzystywane w internecie

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

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

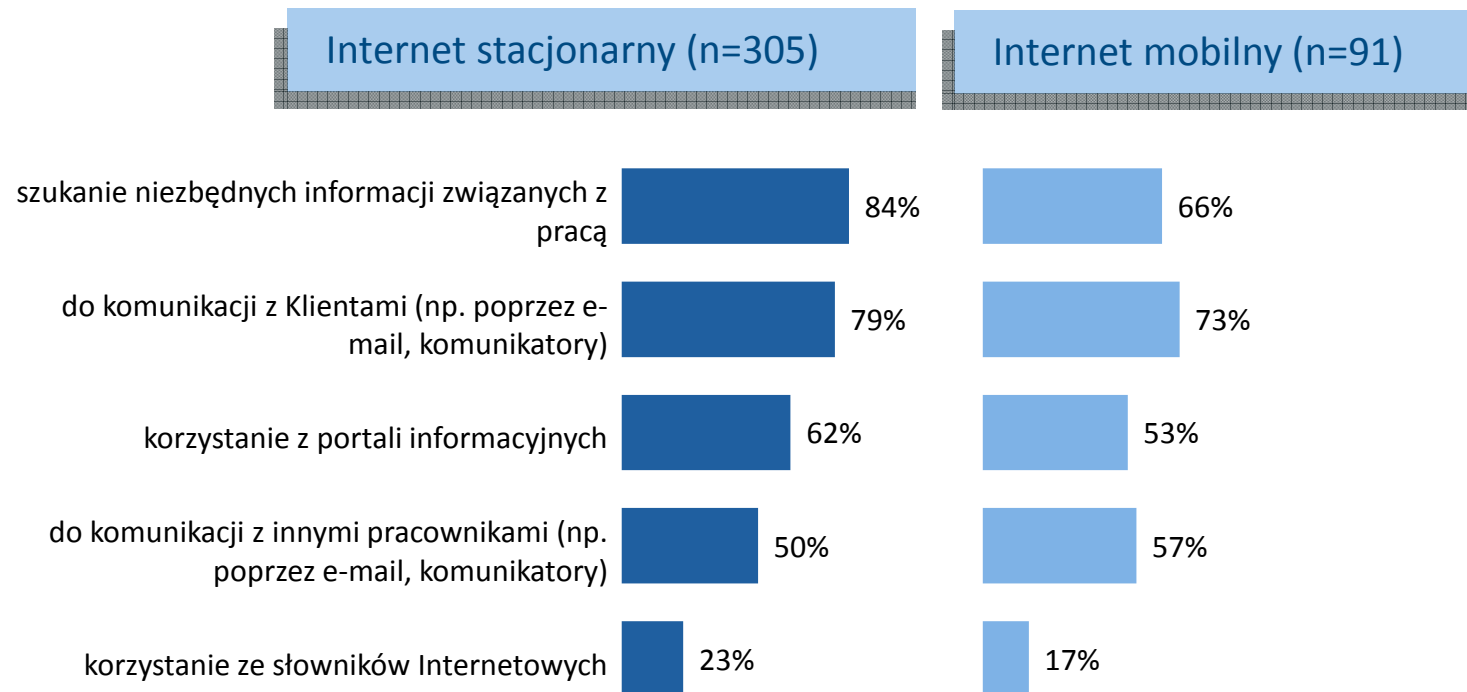


- *Najistotniejsze cele wykorzystywania Internetu w firmach to poszukiwanie informacji związanych z wykonywaną pracą (77%) oraz komunikacja z klientami (76%).*
- *Wraz ze wzrostem wielkości firmy wyraźnie rośnie znaczenie wewnętrznej komunikacji pracowników.*

# 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: stacjonarny n=305, mobilny n=91



- Cele do jakich wykorzystywany jest Internet stacjonarny i mobilny są podobne.
- Istotna różnica dotyczy jedynie szukania niezbędnych informacji związanych z pracą, do czego częściej służy Internet stacjonarny.

# Profil użytkowników Internetu mobilnego i stacjonarnego

## Internet stacjonarny

- (poprzez łącze kablowe, radiowe, WiFi itd.)

### Ogółem

ogółem (n=370) 72%

### Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=167) 71%

10-49 pracujących (n=96) 84%

50 i więcej pracujących (n=107) 89%

### Branża

produkcja i budownictwo (n=93) 74%

handel (n=88) 77%

usługi, transport i telekom (n=96) 63%

sektor publiczny (n=93) 86%

## Internet mobilny - (przenośne modemy typu

Internet LTE Plus, Internet mobilny T-Mobile, Internet Mobilny Orange, Play Online itp

### Ogółem

ogółem (n=370) 31%

### Wielkość firmy

1-9 pracujących (n=167) 32%

10-49 pracujących (n=96) 23%

50 i więcej pracujących (n=107) 21%

### Branża

produkcja i budownictwo (n=93) 34%

handel (n=88) 25%

usługi, transport i telekom (n=96) 40%

sektor publiczny (n=93) 12%

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

- Posiadanie stacjonarnego dostępu do Internetu różni się znacząco w zależności od wielkości podmiotu. Odsetek użytkowników stałych łączy jest najniższy w firmach mikro (1-9 prac.) i wynosi 71%. Wśród małych przedsiębiorstw (10-49 prac.) odsetek wynosi 84%, a wśród firm zatrudniających ponad 50 pracowników 89%.
- Największe zainteresowanie internetem mobilnym deklarują mikroprzedsiębiorstwa - 32% firm.



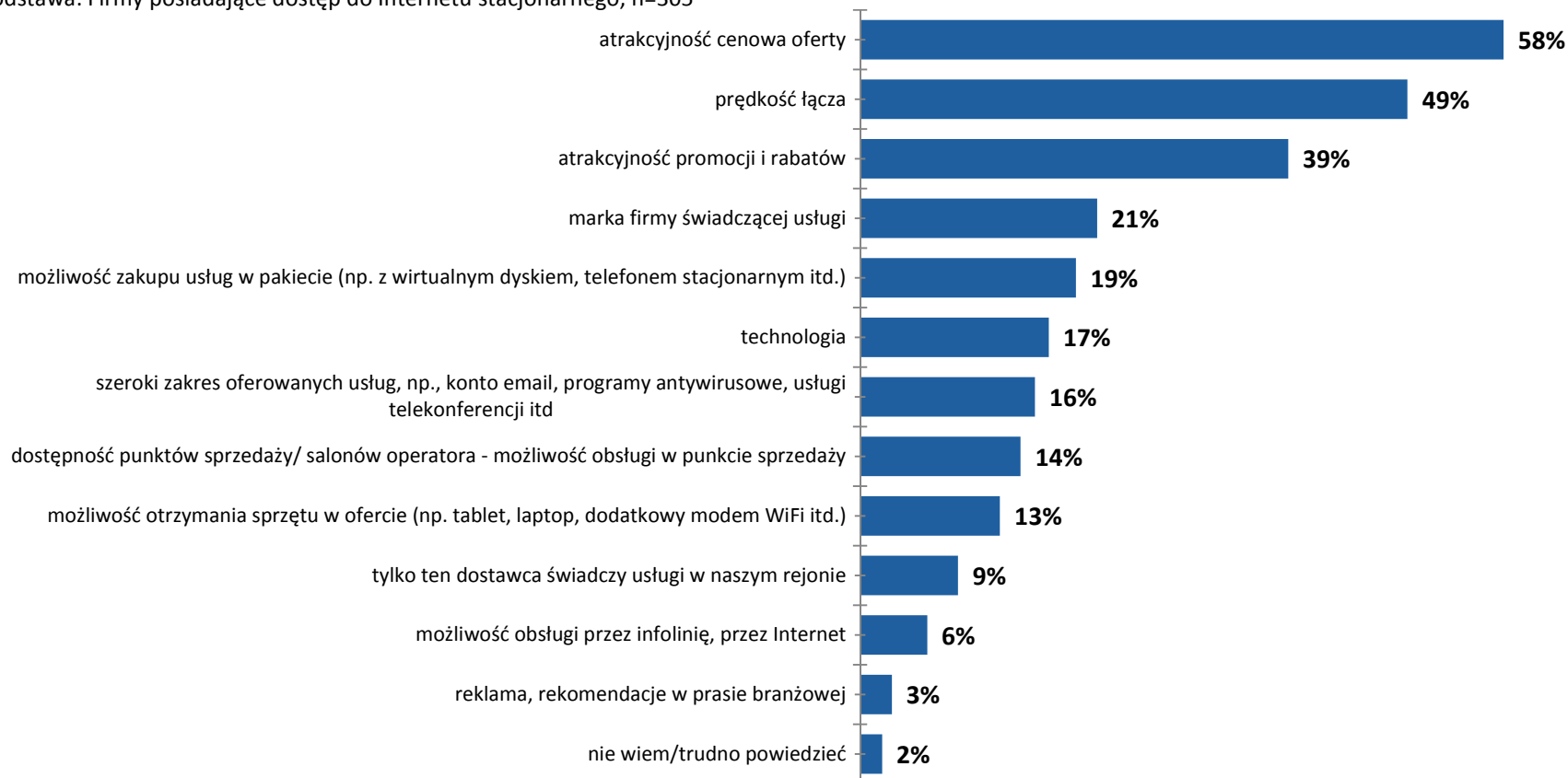
# Internet stacjonarny

## ROZDZIAŁ 2.2

# Czynniki wyboru dostawcy

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

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu stacjonarnego, n=305



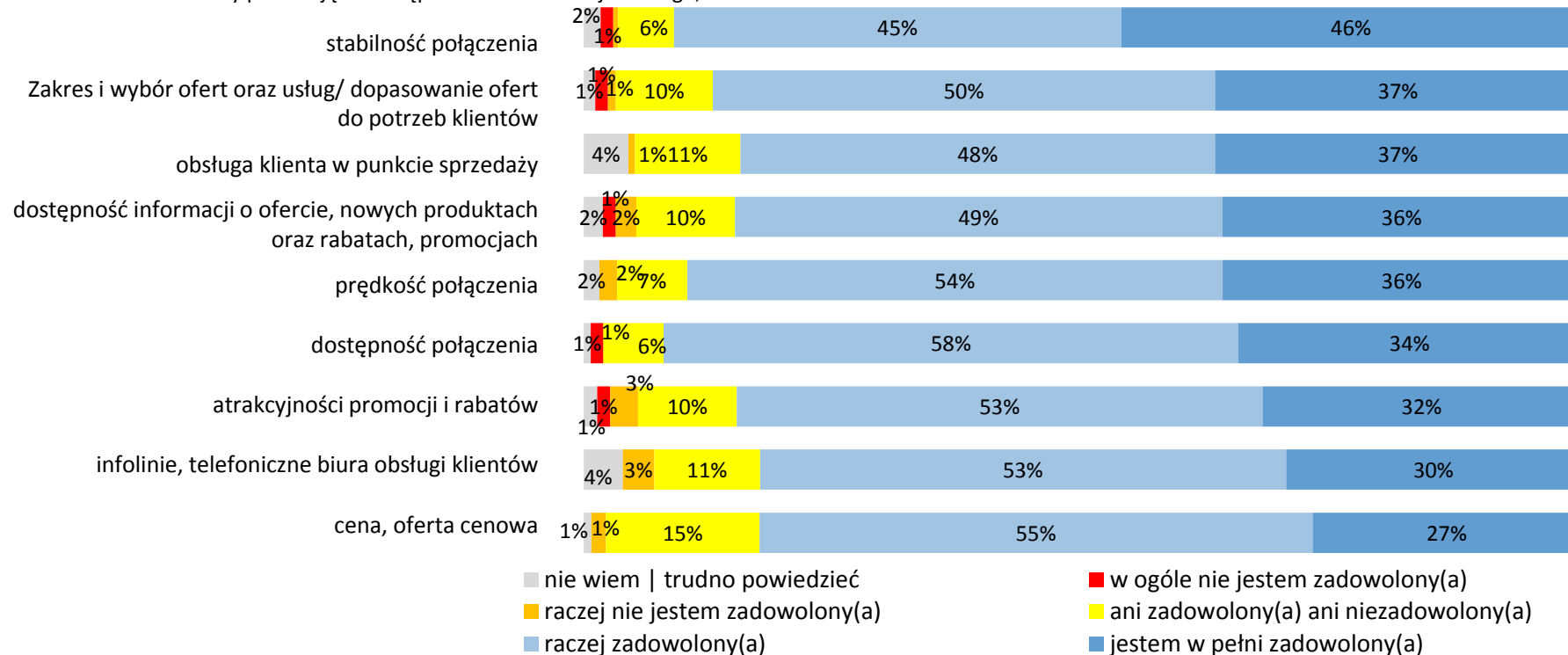
- Kluczowymi kryteriami wyboru dostawców Internetu stacjonarnego są: atrakcyjność cenowa oferty (58%), prędkość oferowanego łącza (49%) oraz atrakcyjność ofertowanych firmie promocji i rabatów (39%).



# 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=305

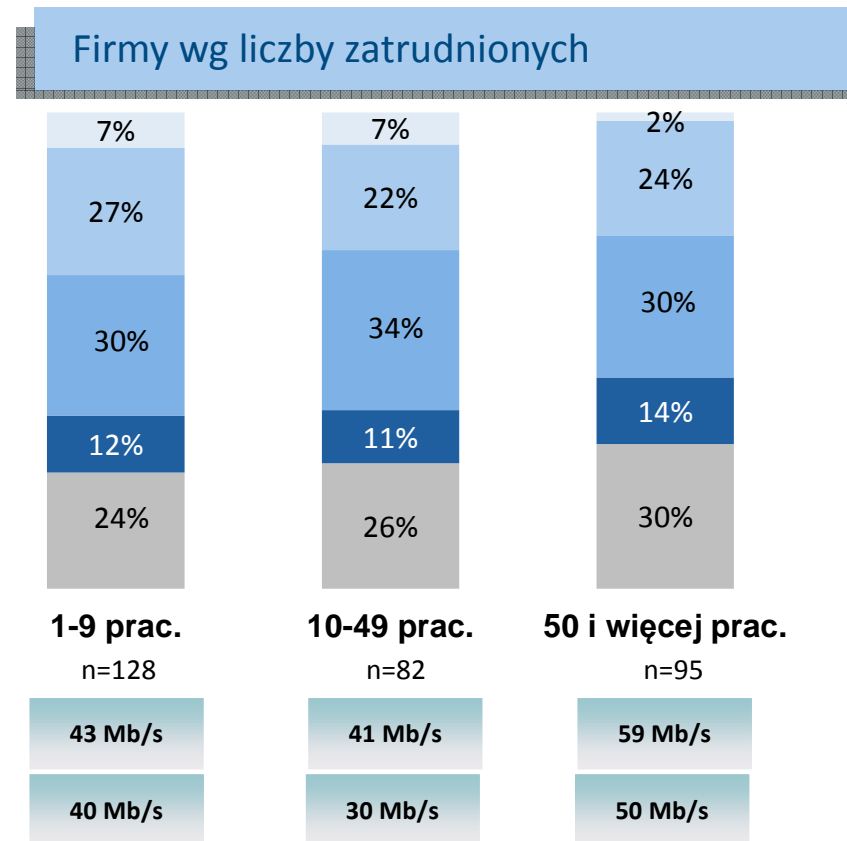
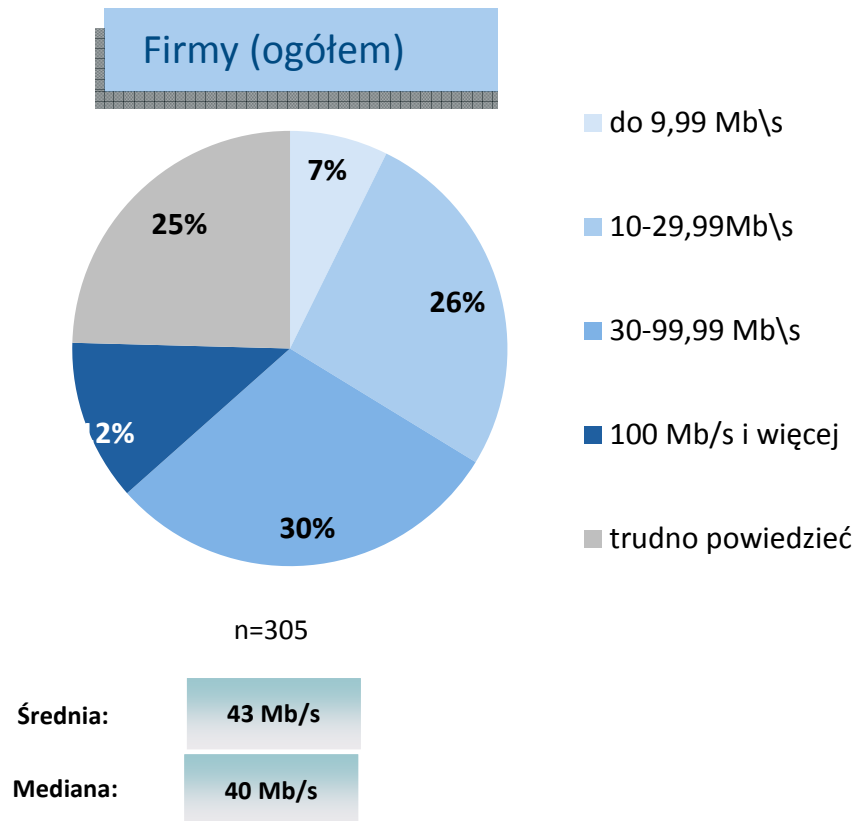


- Poziom zadowolenia z usług dostępu do Internetu stacjonarnego jest wysoki.
- Źródłem największego zadowolenia jest stabilność połączenia. Na kolejnych miejscach znajduje się zakres i wybór ofert, obsługa klienta, dostępność informacji o ofercie oraz prędkość połączenia. Najniżej oceniane są kryteria związane z ceną, atrakcyjnością promocji i rabatami oraz działaniem infolinii.

# 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, n=305



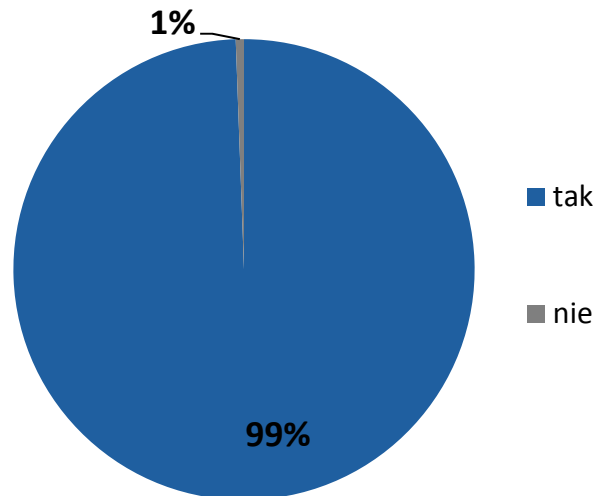
- Mediana deklarowanej przez firmy szybkości łącza wynosi 40 Mb/s. Znaczny odsetek przedstawicieli badanych firm wykazuje brak wiedzy w zakresie podstawowych parametrów technicznych posiadanej usługi – dotyczy to jednej czwartej badanych.

# Funkcjonalność dostępu stacjonarnego

## Sprawne korzystanie z e-mail

**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, n=305



## Sprawne płatności przez Internet

**J3b. Czy usługa dostępu do Internetu, którą Państwo posiadają, pozwala na sprawne dokonywanie płatności przez Internet?**

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu stacjonarnego, n=305

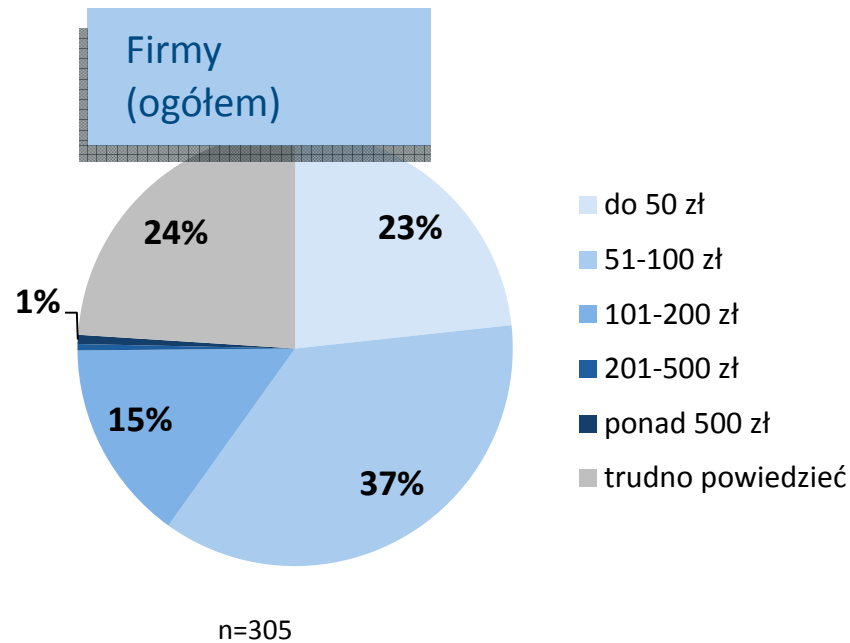


- Posiadane przez firmy łącza stacjonarne pozwalają na sprawne korzystanie z poczty elektronicznej oraz na sprawne dokonywanie płatności przez Internet.

# Wydatki klientów Internetu stacjonarnego

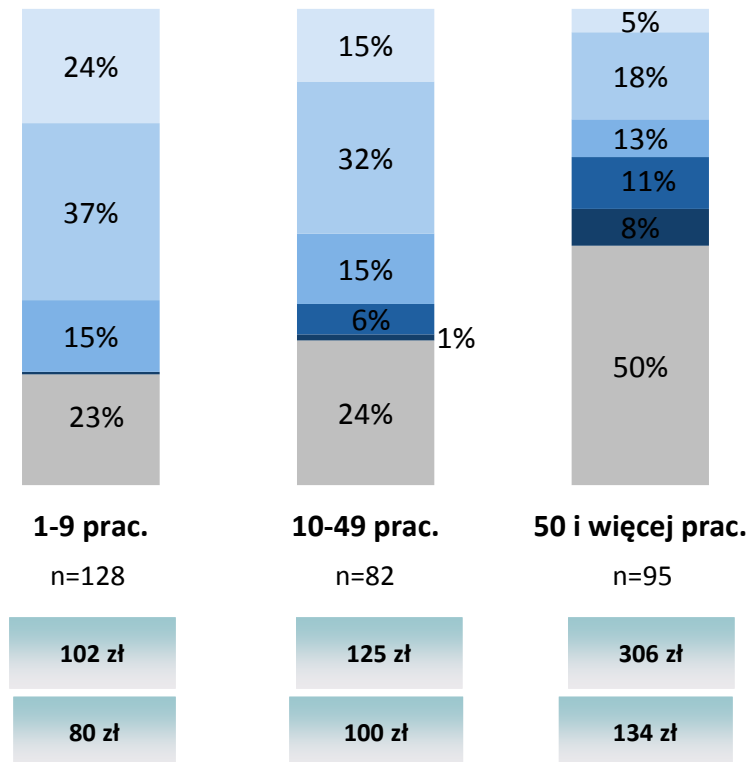
## J4. Jaka jest Państwa przeciętna miesięczna wysokość rachunku za korzystanie z Internetu stacjonarnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu stacjonarnego, n=305



Średnia:	105 zł
Mediana:	80 zł

## 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 102 zł; małe - 125 zł, a podmioty zatrudniające powyżej 50 pracowników 306 zł.

# Zmiana dostawcy usług

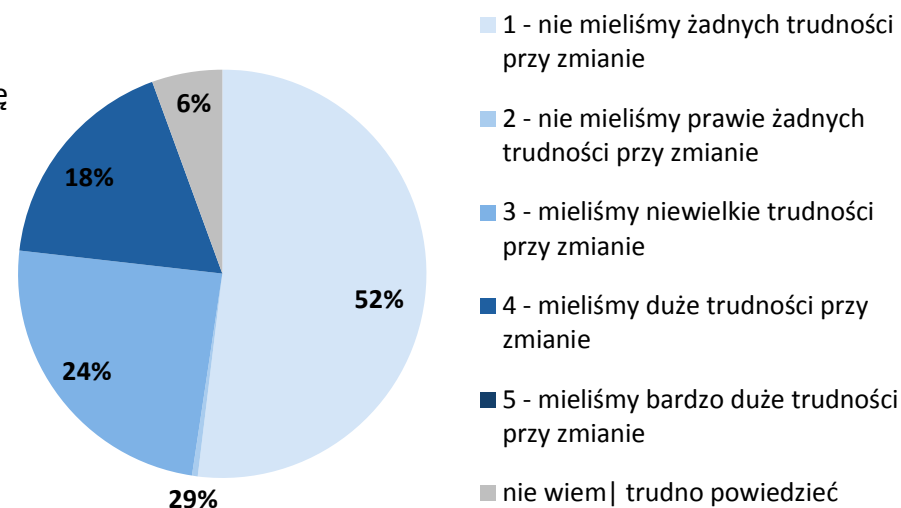
## J4.1. Czy w ciągu ostatniego roku zmienili Państwo dostawcę usług Internetu stacjonarnego?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu stacjonarnego, n=305



## J4a. Jak oceniają Państwo trudności związane ze zmianą dostawcy usług Internetowych?

Podstawa: Firmy, które w przeciągu ostatniego roku zmieniły dostawcę Internetu stacjonarnego, n=12\*



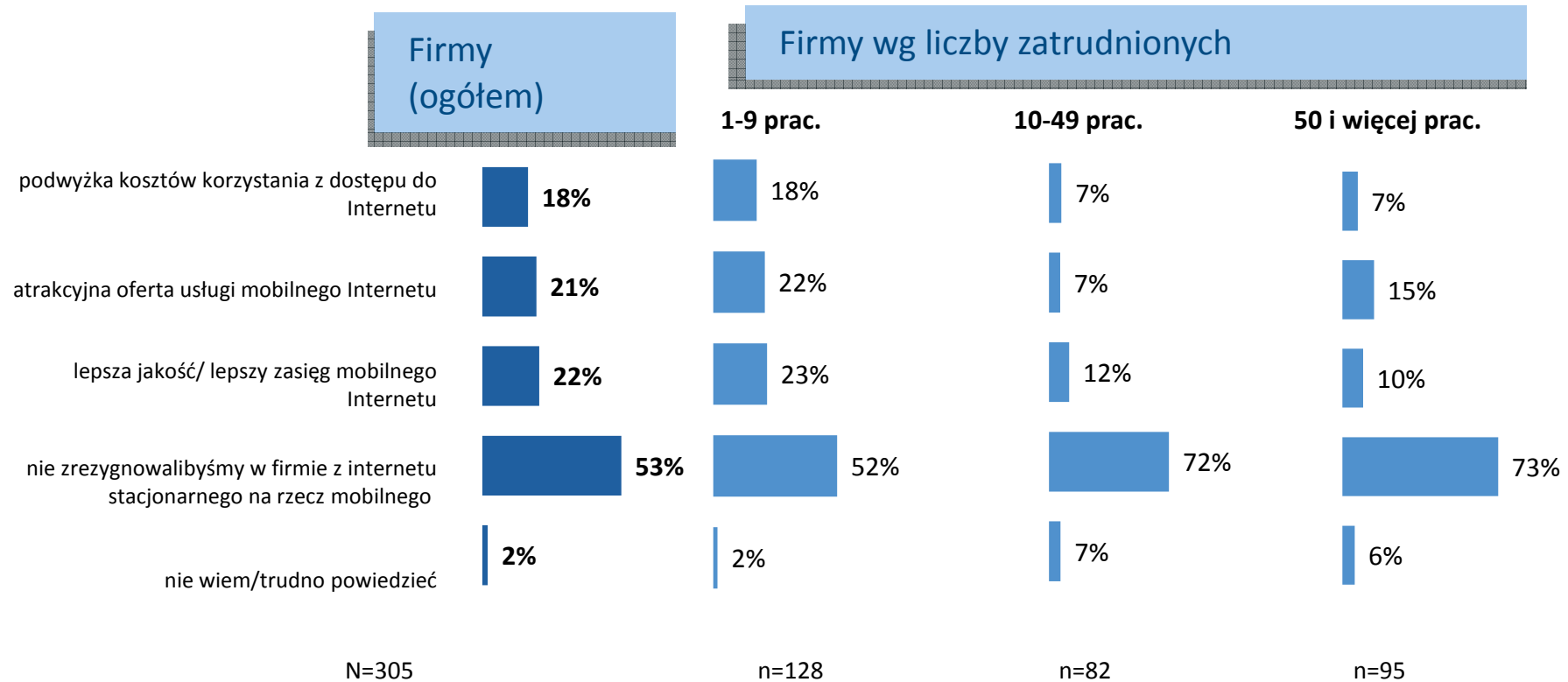
- Tylko 6% ogółu badanych firm zmieniło w ciągu ostatniego roku dostawcę Internetu stacjonarnego.

\*zbyt mała liczebność do wnioskowania statystycznego; dane mają charakter poglądowy

# 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, n=305

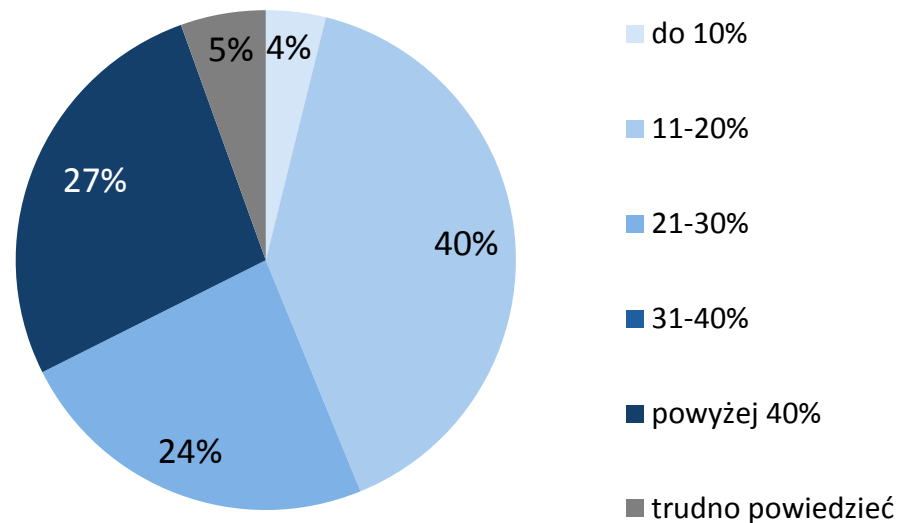


- *Brak gotowości do rezygnacji z Internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego wykazuje połowa mikro firm (52%) i rośnie wraz z wielkością przedsiębiorstwa (72% małe, 73% średnie i duże).*

## 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=36



- 40% firm, które byłyby skłonne do rezygnacji z Internetu stacjonarnego deklaruje, że uczyni to przy podwyżce kosztów w granicach 11-20%. Kolejne 24% firm zrezygnuje przy podwyżce w granicach 21-30%. Natomiast 27% firm przejdzie na Internet mobilny przy podwyżce kosztów dostępu stacjonarnego w granicach 31-40%.



# Internet mobilny

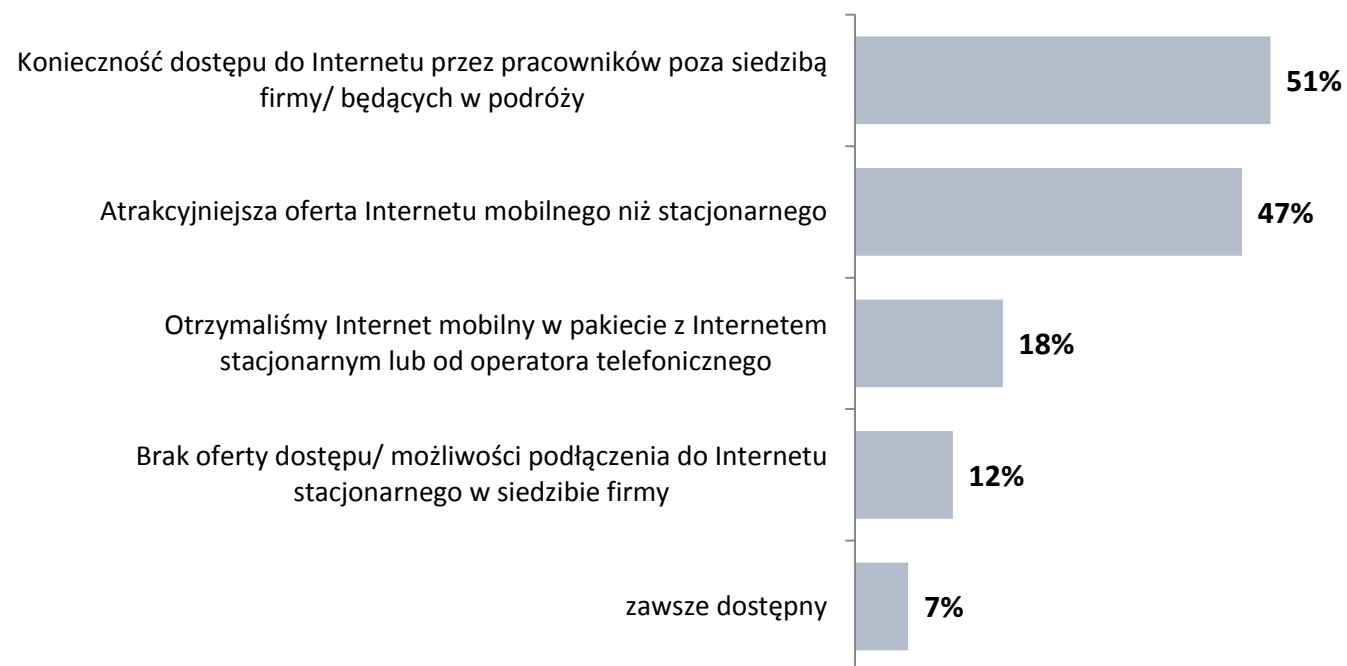
## ROZDZIAŁ 2.3



# Powody wyboru Internetu mobilnego

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

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu mobilnego, n=91

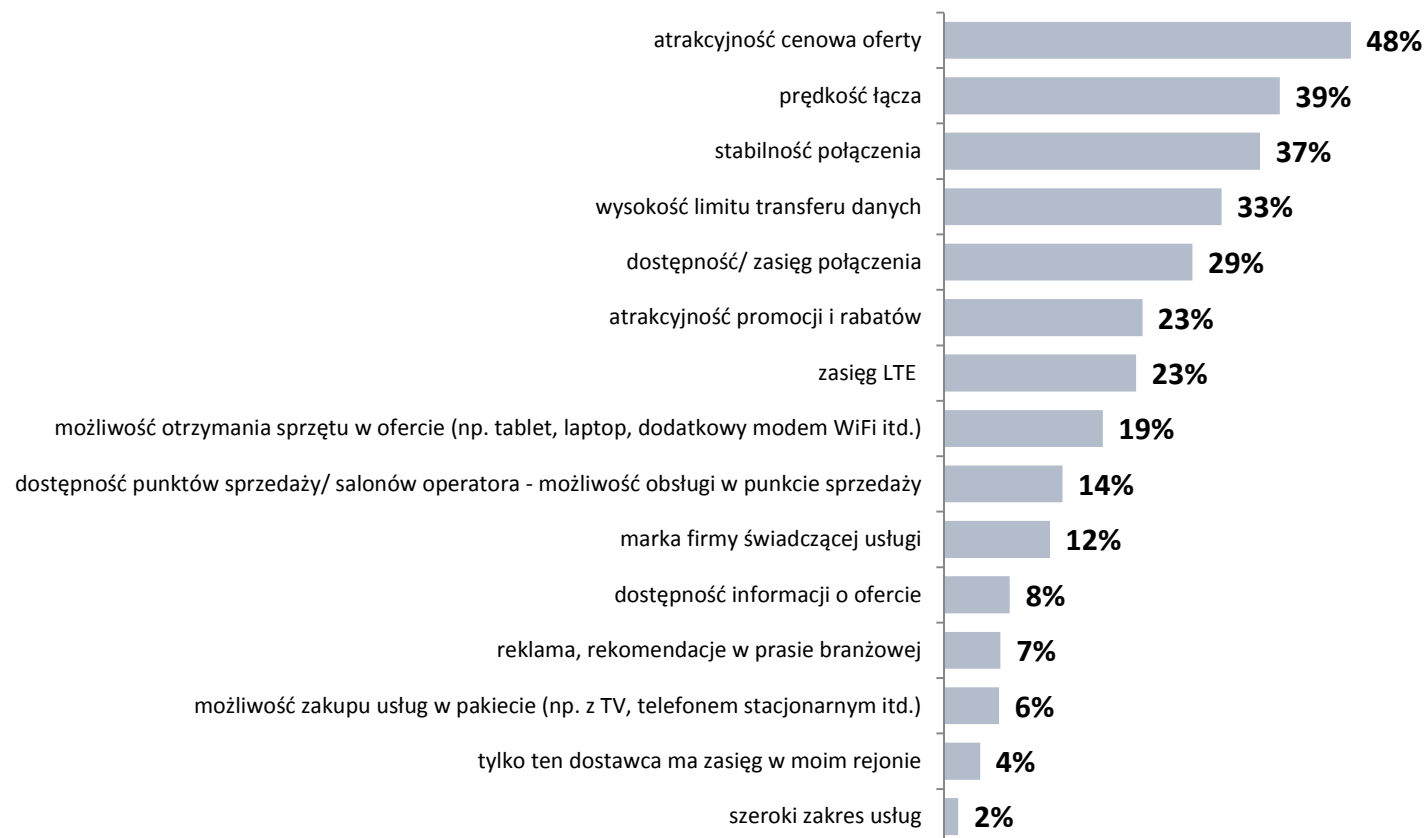


- Główny motyw korzystania z Internetu mobilnego to konieczność dostępu do Internetu poza siedzibą firmy (51%) oraz atrakcyjniejsza oferta niż Internetu stacjonarnego (47%).
- Ponadto jedna ósma firm nie ma możliwości podłączenia Internetu stacjonarnego w siedzibie firmy.

# 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=91

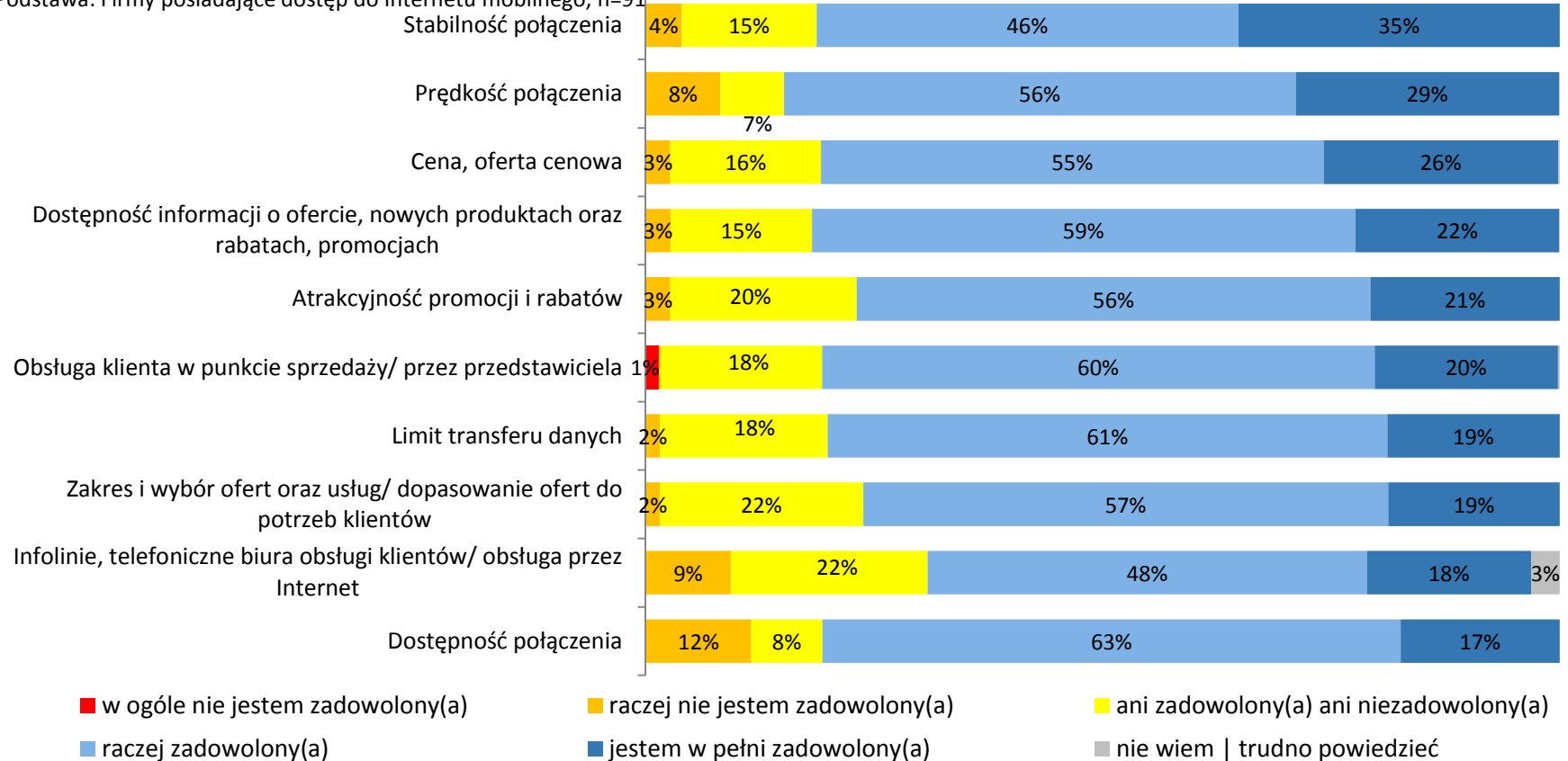


- Kluczowymi kryteriami wyboru dostawców Internetu mobilnego są: atrakcyjność cenowa oferty (48%), prędkość oferowanego łącza (39%) oraz stabilność połączenia (37%).

# 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=91



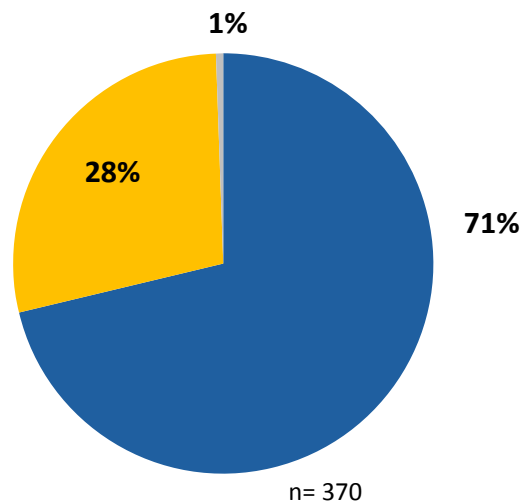
- Wśród badanych firm poziom zadowolenia z usług dostępu do Internetu mobilnego jest raczej wysoki.
- Źródłem największego zadowolenia są następujące aspekty: stabilność i prędkość połączenia oraz oferta cenowa.

# Usługa LTE

## K2a. Czy znają Państwo usługę Internetu LTE?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

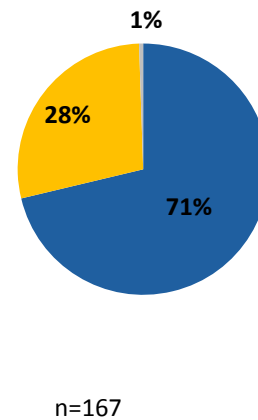
### Firmy (ogółem)



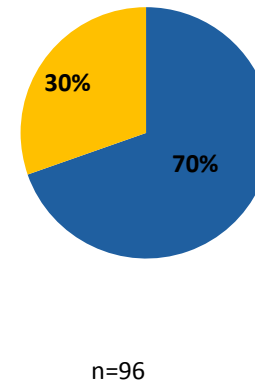
■ tak ■ nie ■ nie wiem | trudno powiedzieć

### Firmy wg liczby zatrudnionych

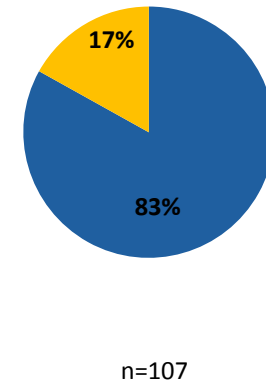
#### 1-9 prac.



#### 10-49 prac.



#### 50 i więcej prac.

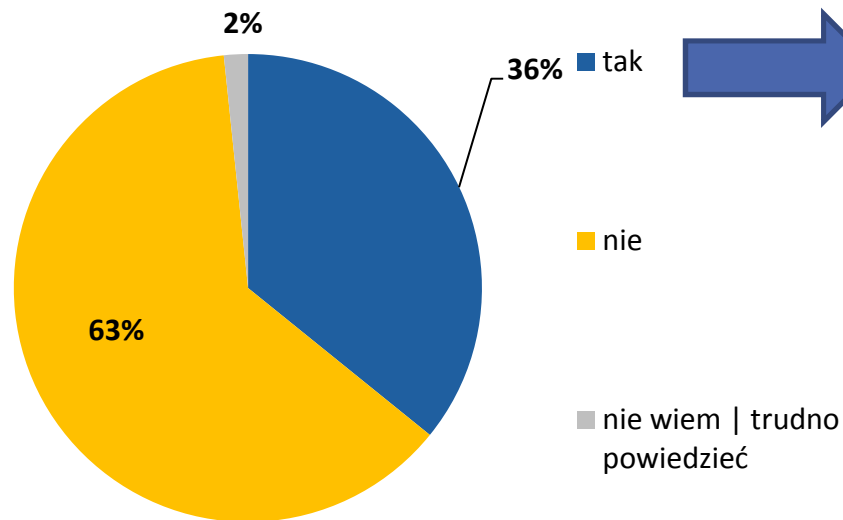


- Prawie trzy czwarte (71%) firm posiadających dostęp do Internetu zna usługę LTE. Znajomość tej usługi jest największa w firmach zatrudniających minimum 50 pracowników.

# Usługa LTE c.d.

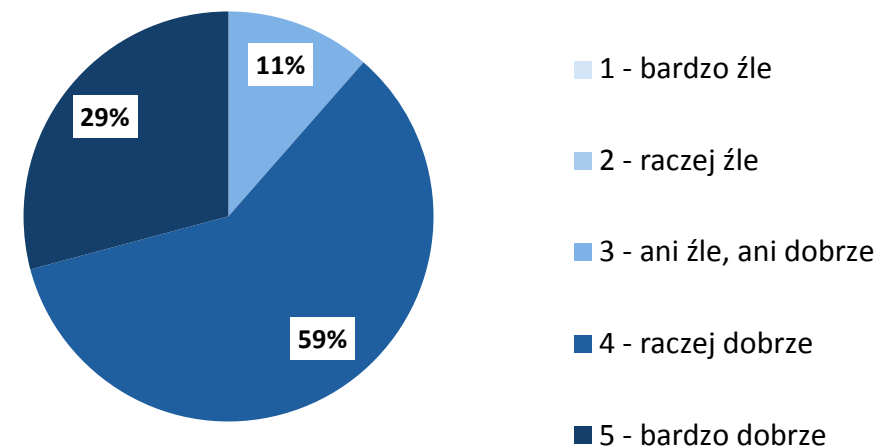
## K2b. Czy posiadają Państwo urządzenia z dostępem do LTE?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu i znające usługę LTE, n=273



## K2c. Jak oceniają jakość usługi Internetu LTE Proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie 1 – oceniam bardzo źle, 5 – oceniam bardzo dobrze.

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, znające usługę LTE oraz posiadające urządzenia z dostępem LTE, n=113



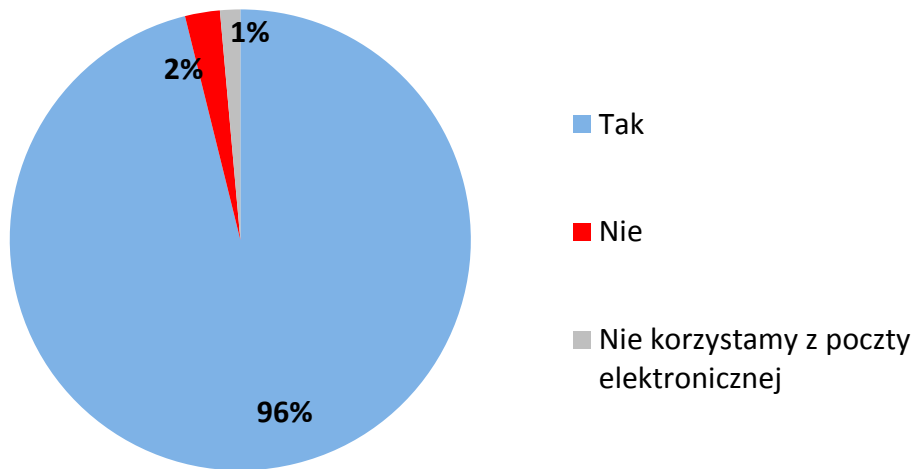
- Wśród firm znających usługę LTE, większość nie posiada urządzeń z dostępem do LTE. Ci co posiadają dobrze oceniają jakość tej usługi.

# 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)?**

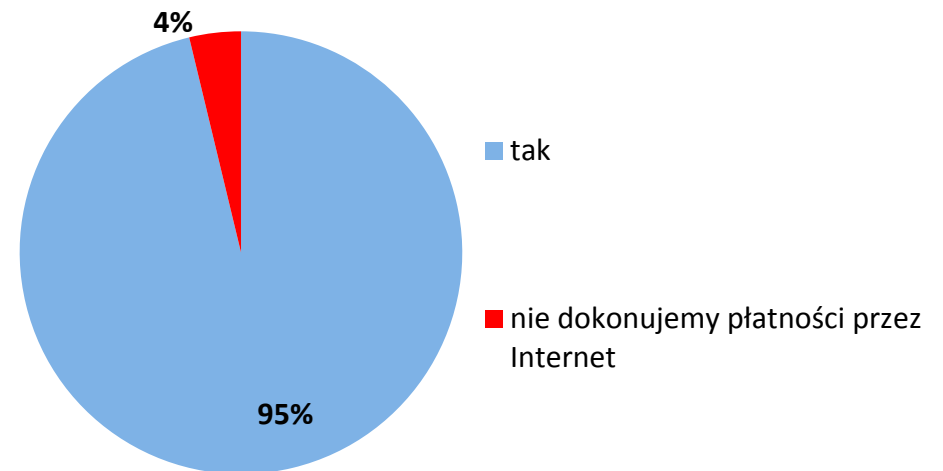
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu mobilnego, n=91



## 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=91



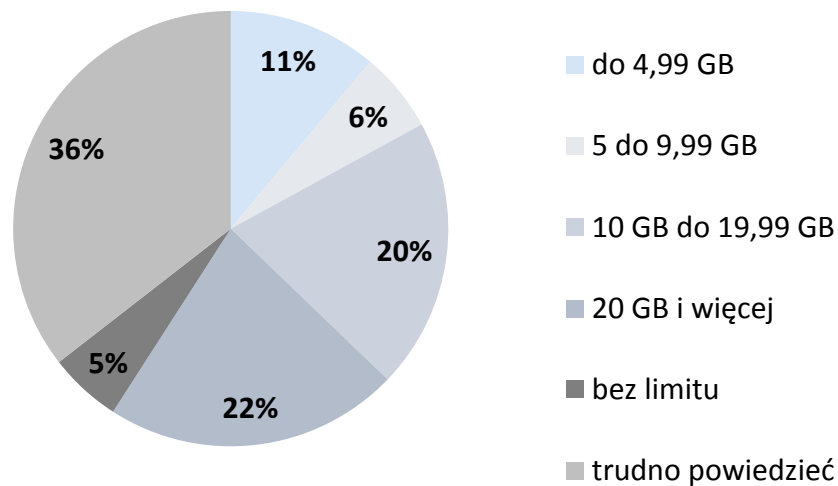
- W ocenie zdecydowanej większości firm posiadany Internet mobilny pozwala na sprawne korzystanie z poczty elektronicznej i płatności przez Internet.

# Limit transferu danych

## Wielkość limitu

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

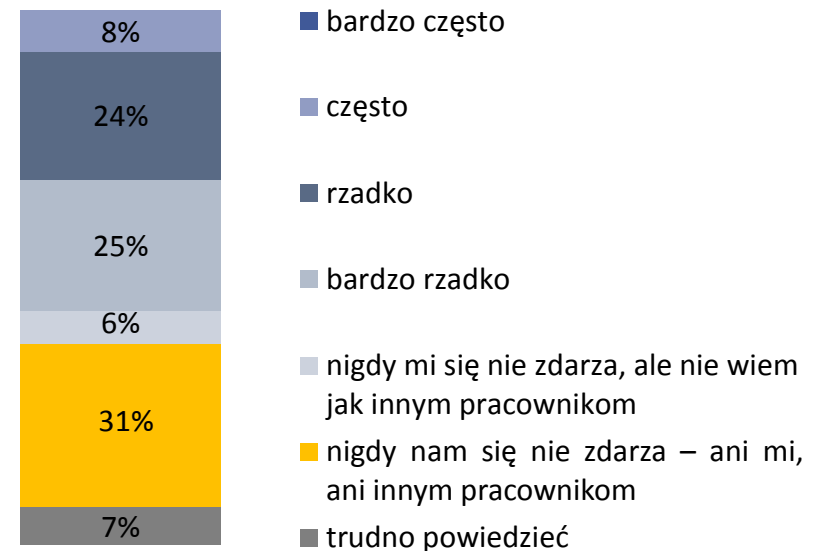
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu mobilnego, n=91



## 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=88

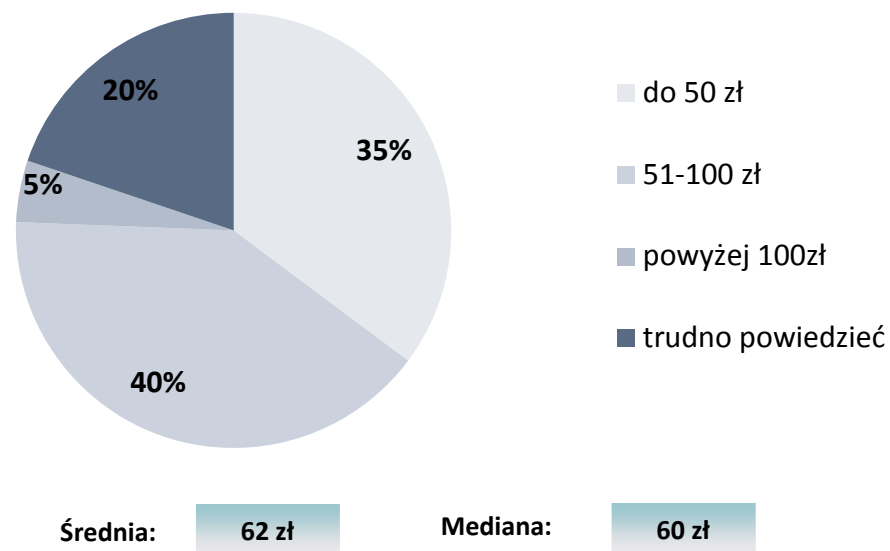


- Trzy piąte (59%) firm posiadających dostęp do Internetu mobilnego podała wielkość limitu transmisji danych, a przeszło jedna trzecia (35%) respondentów nie była w stanie wskazać konkretnej wartości.

# 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=91



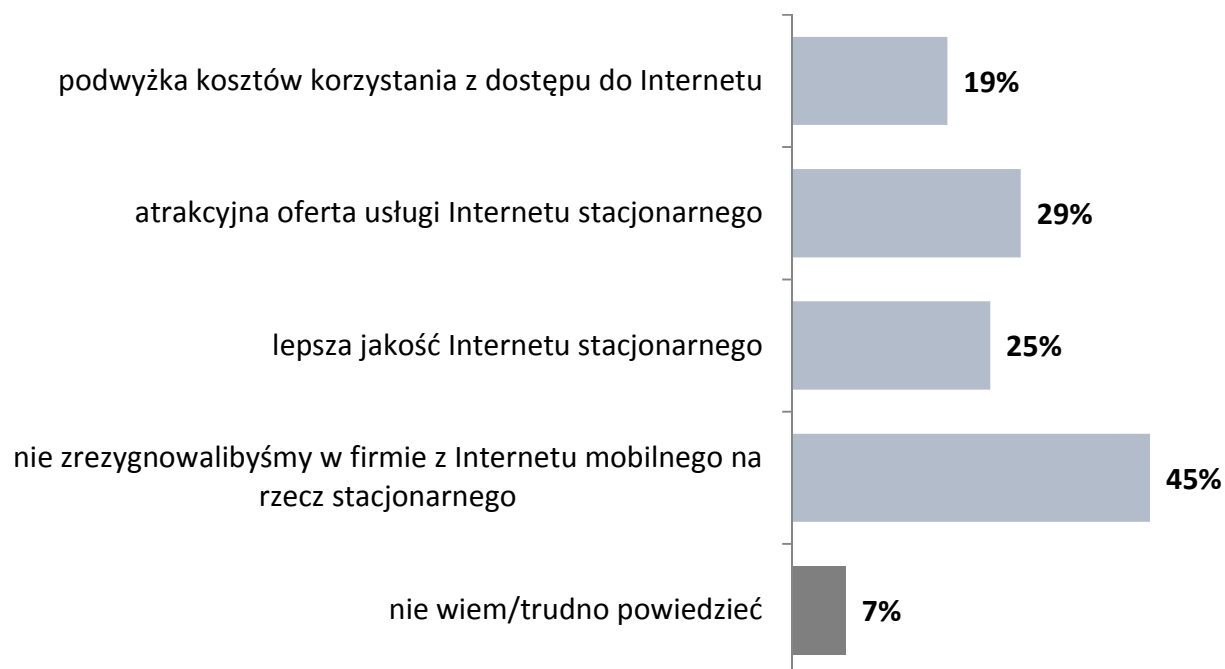
- Średnia wydatków na korzystanie z Internetu mobilnego wynosi 62 zł. Ponad jedna trzecia firm płaci rachunki do 50 zł.



# 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=91



- *Gotowość do rezygnacji z Internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego jest wysoka (łącznie deklaruje to 48% badanych posiadających tę usługę).*



# INTERNET RZECZY

Internet of Things  
Machine2Machine

## ROZDZIAŁ 2.4

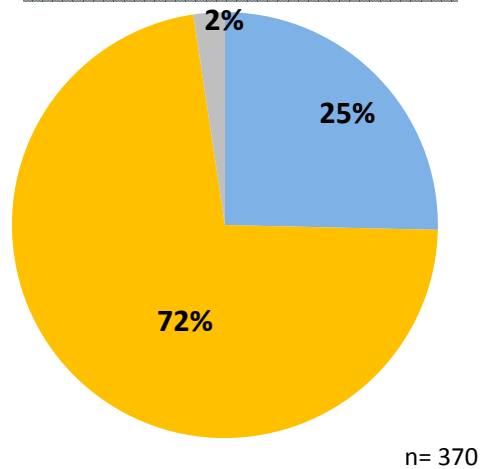
# Internet rzeczy – znajomość pojęcia

*Internet of Things* (w skrócie IoT, pol. Internet rzeczy), *Machine2Machine* (w skrócie M2M) to nowoczesne rozwiązania, które pozwalają różnym przedmiotom (telewizor, monitoring, system alarmowy czy samochód) na łączenie z siecią Internet.

## R1. Czy spotkali się Państwo z takim pojęciem?

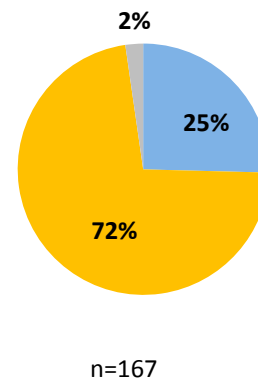
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

Firmy (ogółem)

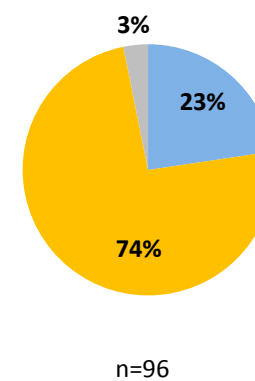


Firmy wg liczby zatrudnionych

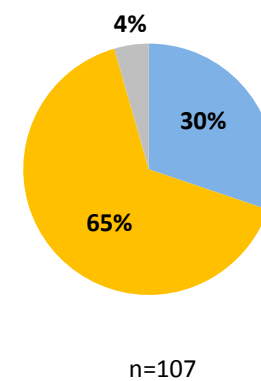
1-9 prac.



10-49 prac.



50 i więcej prac.



■ tak ■ nie ■ nie wiem | trudno powiedzieć

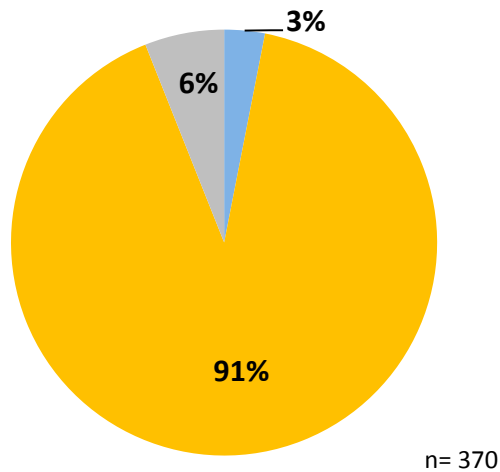
- Jedna czwarta (25%) przedstawicieli badanych firm słyszała o pojęciu „Internet rzeczy”. Częściej (30%) z tym pojęciem zetknęli się przedstawiciele firm zatrudniających 50 i więcej pracowników.

# Internet rzeczy – obecne wykorzystanie rozwiązań M2M

## R2. Czy korzystają Państwo z tego typu lub podobnych rozwiązań?

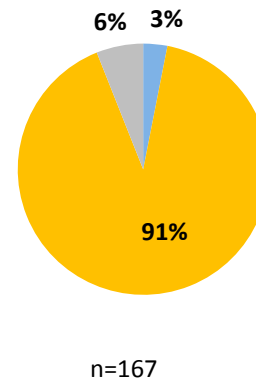
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

### Firmy (ogółem)

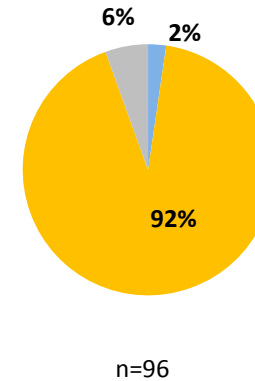


### Firmy wg liczby zatrudnionych

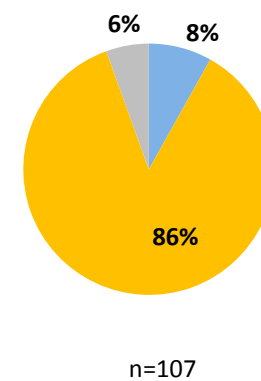
#### 1-9 prac.



#### 10-49 prac.



#### 50 i więcej prac.



■ tak   ■ nie   ■ nie wiem | trudno powiedzieć

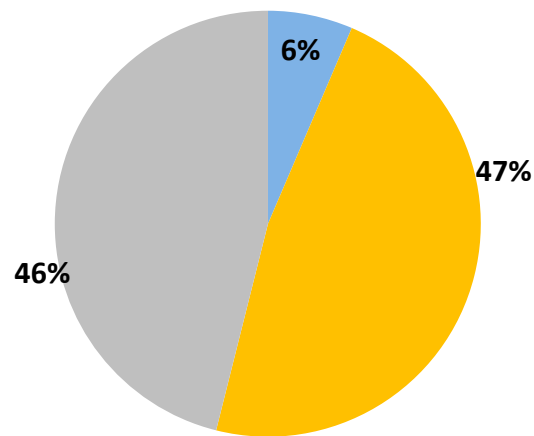
- Wykorzystanie rozwiązań działających w systemie Machine2Machine deklaruje jedynie 3% ogółu firm. W przedsiębiorstwach zatrudniających 50 i więcej pracowników jest to 8%.

# Internet rzeczy – plany korzystania z rozwiązań M2M

## R3. A czy w przyszłości rozważają Państwo korzystanie z tego typu lub podobnych rozwiązań?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, ale nie korzystające obecnie z rozwiązań M2M, n=358

Firmy (ogółem)

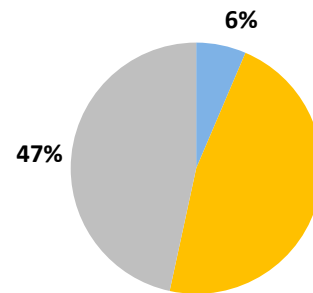


n= 358

■ tak ■ nie ■ nie wiem | trudno powiedzieć

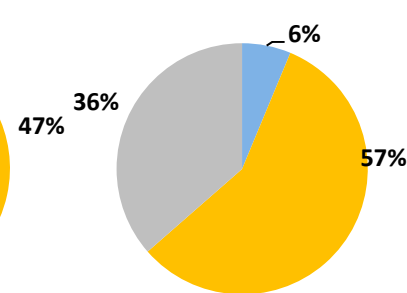
Firmy wg liczby zatrudnionych

1-9 prac.



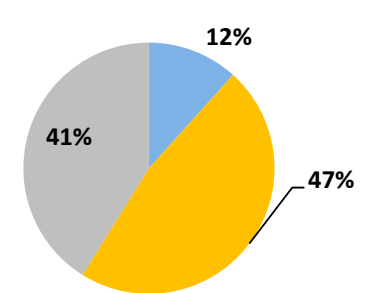
n=165

10-49 prac.



n=94

50 i więcej prac.



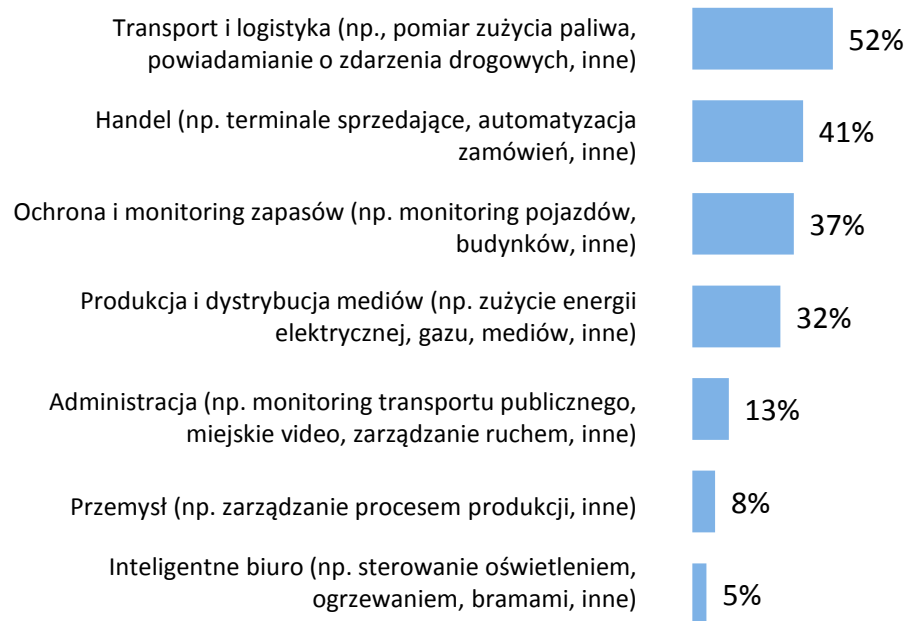
n=99

- Niewiele firm (6%) rozważa korzystanie w przyszłości z rozwiązań opartych na zasadzie M2M. Warto zauważyć, że zainteresowanie tego typu rozwiązaniami jest większe (12%) w firmach zatrudniających 50 i więcej pracowników.

# Internet rzeczy – obszary wykorzystania usług M2M

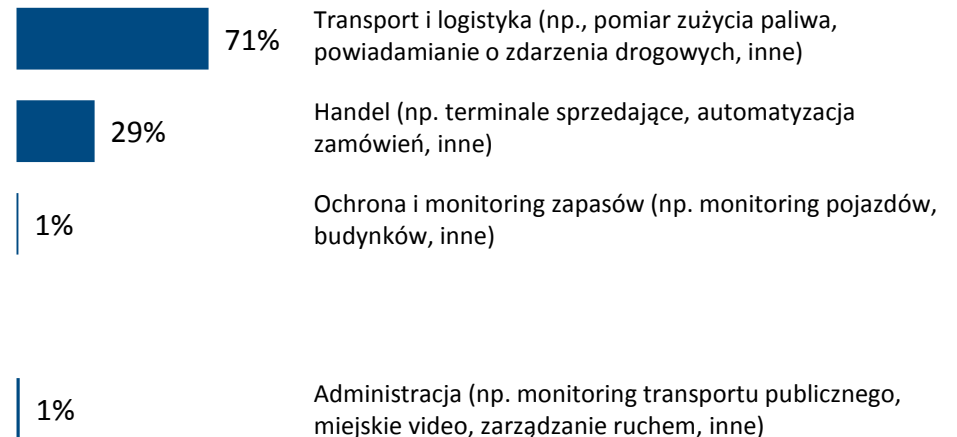
## R4a. W jakich obszarach korzystałoby Państwo z usług M2M?

Podstawa: Firmy nie korzystające z rozwiązań M2M ale rozważające korzystanie z nich w przyszłości, n=31



## R4b. W jakich obszarach korzystają Państwo z usług M2M?

Podstawa: Firmy korzystające z rozwiązań M2M, n=12\*



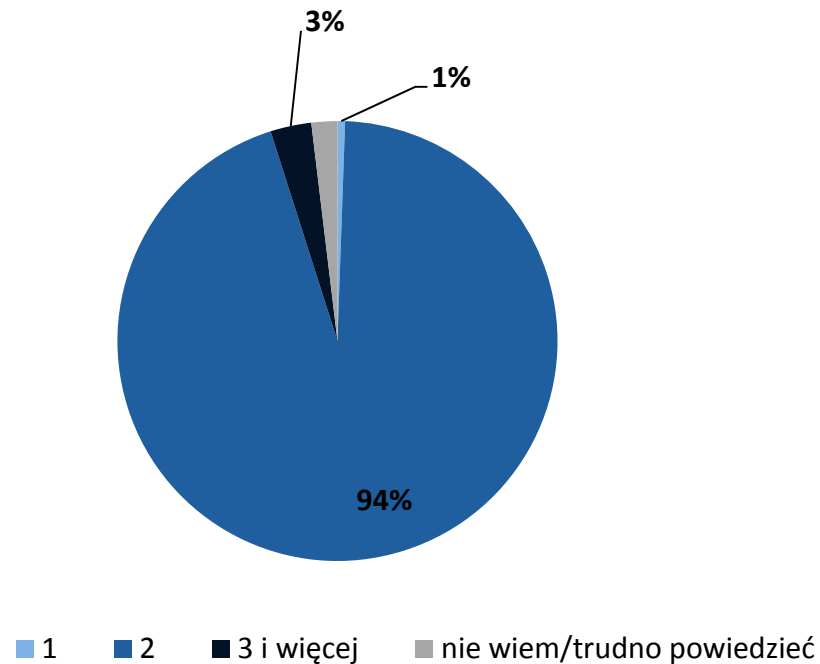
- *Potencjalnie największe zainteresowanie rozwiązaniami M2M byłoby w obszarach : transport i logistyka, handel , ochrona i monitoring zasobów oraz produkcja i dystrybucja mediów. Obecne wykorzystanie usług M2M jest bardzo małe.*

\*zbyt mała liczebność do wnioskowania statystycznego; dane mają charakter poglądowy

# Internet rzeczy – wykorzystanie rozwiązań M2M

## R5. Ile kart SIM wykorzystują Państwo w urządzeniach M2M w swojej firmie?

Podstawa: Firmy korzystające z rozwiązań M2M, n=12\*



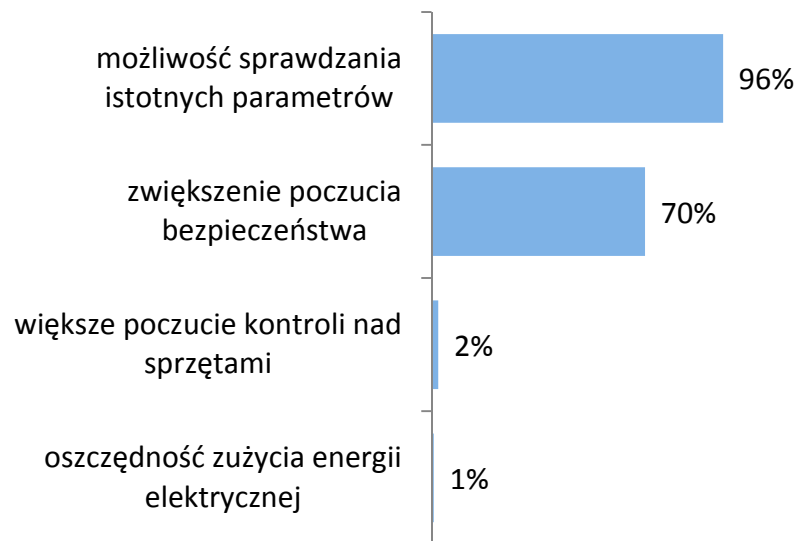
- Usługi M2M są rzadko wykorzystywane. Te firmy, które korzystają z rozwiązań M2M wykorzystują głównie po dwie karty sim.

\*zbyt mała liczebność do wnioskowania statystycznego; dane mają charakter poglądowy

# Internet rzeczy – wykorzystanie rozwiązań M2M

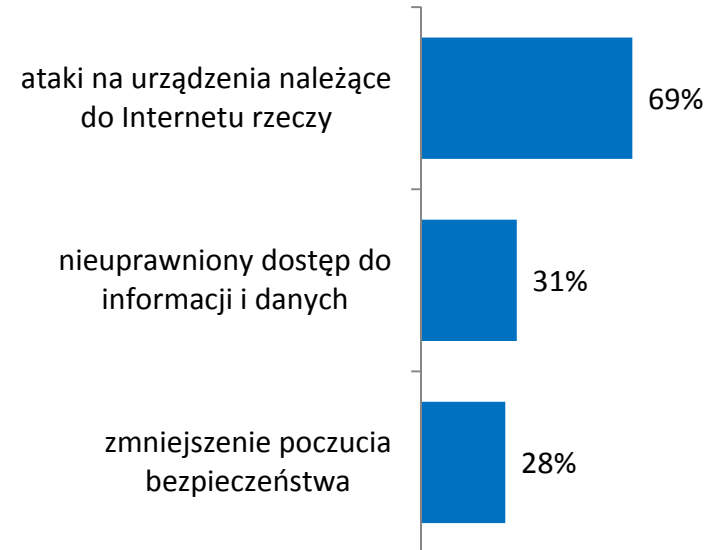
## R7. Jakie korzyści przynosi Państwu korzystanie z tych rozwiązań:

Podstawa: Firmy korzystające z rozwiązań M2M, n=12\*



## R8. Jakie widzą Państwo ewentualne zagrożenie/niebezpieczeństwa korzystania z takich rozwiązań:

Podstawa: Firmy korzystające z rozwiązań M2M, n=12\*



- *Korzyści, które przynosi stosowanie rozwiązań M2M to możliwość sprawdzania istotnych parametrów oraz zwiększenie poczucia bezpieczeństwa.*
- *Po stronie zagrożeń wskazywane są ataki na urządzenia należące do Internetu rzeczy oraz nieuprawniony dostęp do informacji i danych.*

\*zbyt mała liczebność do wnioskowania statystycznego; dane mają charakter poglądowy





# BEZPIECZEŃSTWO W SIECI

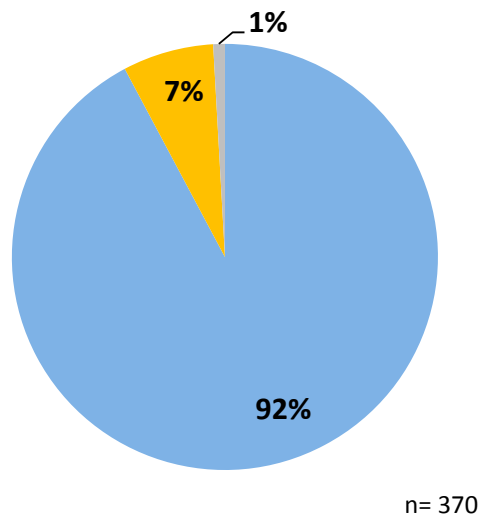
## ROZDZIAŁ 2.5

# Bezpieczeństwo w sieci – korzystanie z zabezpieczeń

## S1. Czy korzystają Państwo z programów antywirusowych, anty spyware lub innych, pozwalających zabezpieczyć komputer czy laptop przed potencjalnymi zagrożeniami?

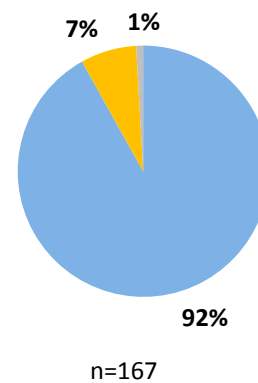
Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

Firmy (ogółem)

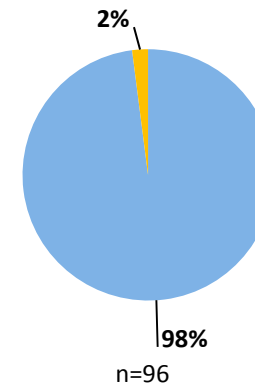


Firmy wg liczby zatrudnionych

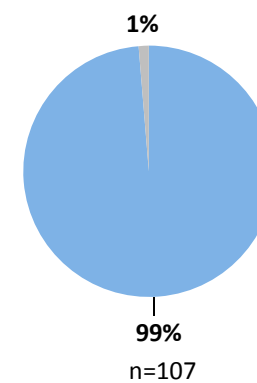
1-9 prac.



10-49 prac.



50 i więcej prac.



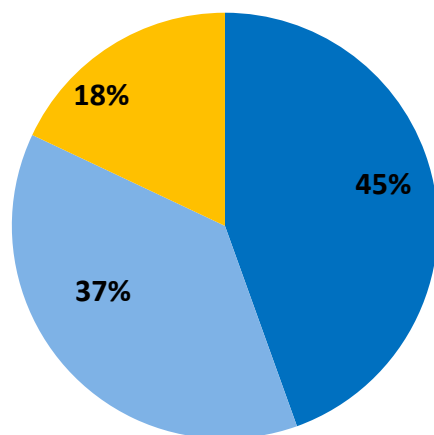
- Zdecydowana większość (92%) firm korzysta z programów antywirusowych, anty spyware lub innych, pozwalających zabezpieczyć komputer czy laptop przed potencjalnymi zagrożeniami. W firmach zatrudniających od 10 do 49 pracowników wykorzystanie zabezpieczeń deklaruje 98% badanych, a w przedsiębiorstwach zatrudniających przynajmniej 50 pracowników 99%.

# Bezpieczeństwo w sieci – korzystanie z zabezpieczeń

## S2. Czy czytają Państwo regulaminy korzystania z usług internetowych (poczta, komunikatory, publiczne sieci WiFi) przed ich akceptacją?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

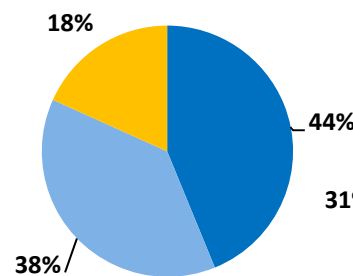
Firmy (ogółem)



n= 370

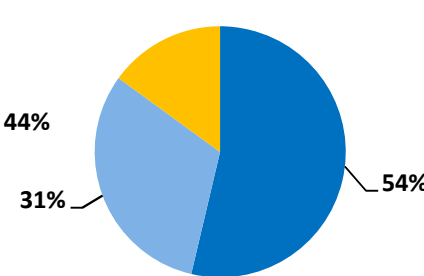
Firmy wg liczby zatrudnionych

1-9 prac.



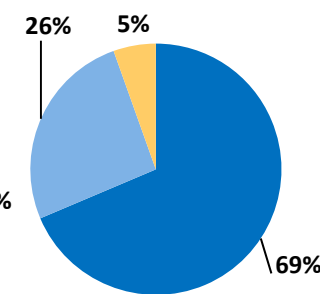
n=167

10-49 prac.



n=96

50 i więcej prac.



n=107

■ tak, zawsze    ■ tak, ale czasami    ■ nie, nie czytam

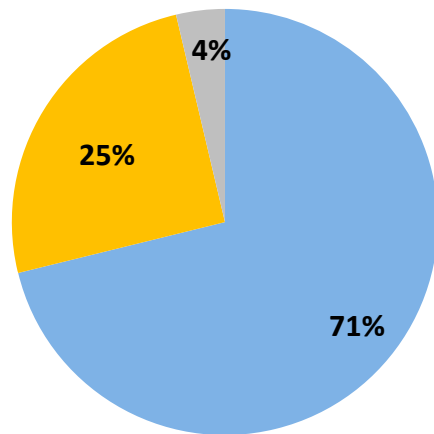
- Prawie połowa (45%) ogółu firm zawsze czyta regulaminy korzystania z usług internetowych (poczta, komunikatory, publiczne sieci WiFi) przed ich akceptacją. Taka świadomość jest większa (69%) w firmach zatrudniających 50 i więcej pracowników.

# Bezpieczeństwo w sieci – korzystanie z zabezpieczeń

**S3. Czy mają Państwo świadomość udostępnianych przez siebie danych? Chodzi o umieszczanie informacji o sobie na różnego rodzaju stronach www w celu np. otrzymania zniżki, rejestracji na forum internetowym itp.**

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370

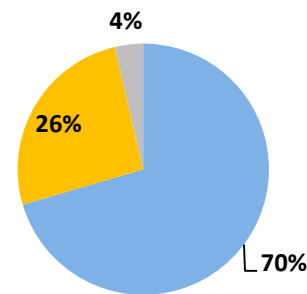
Firmy (ogółem)



n= 370

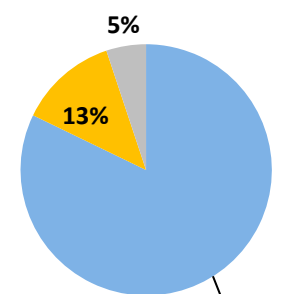
Firmy wg liczby zatrudnionych

1-9 prac.



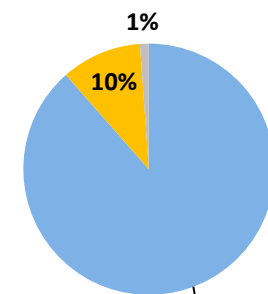
n=167

10-49 prac.



n=96

50 i więcej prac.



n=107

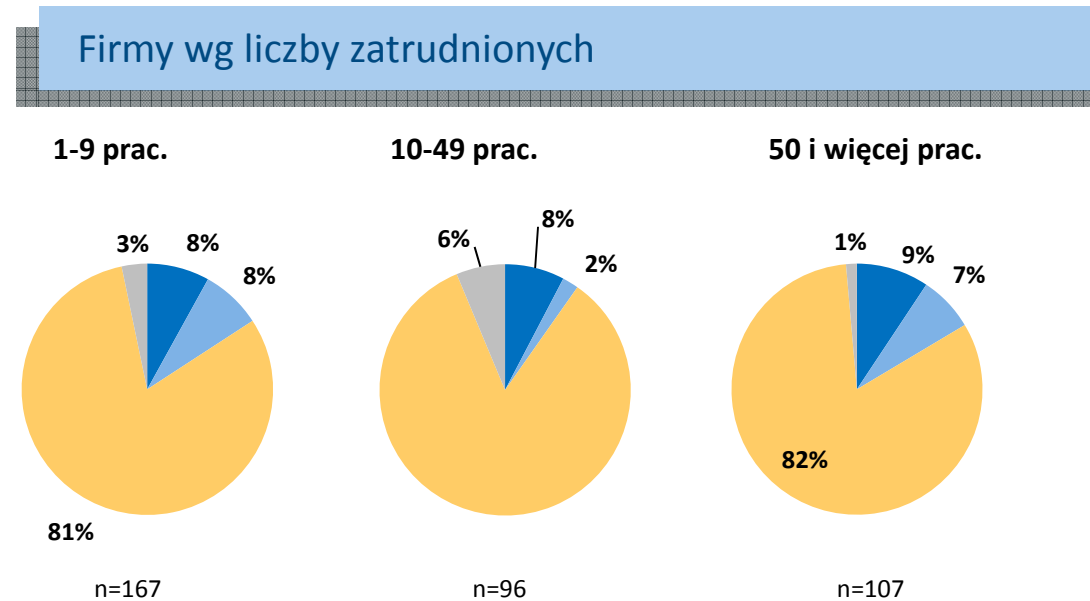
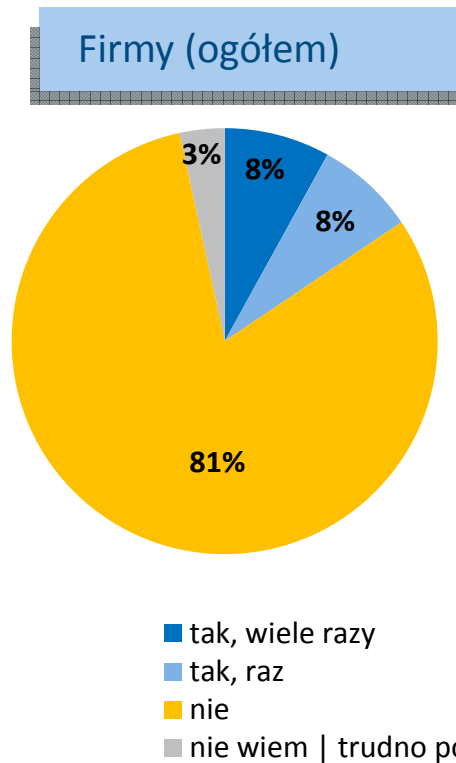
■ tak ■ nie ■ nie wiem | trudno powiedzieć

- *Prawie trzy czwarte (71%) ogółu firm ma świadomość udostępnianych przez siebie danych. Taka świadomość jest większa (89%) w firmach zatrudniających 50 i więcej pracowników.*

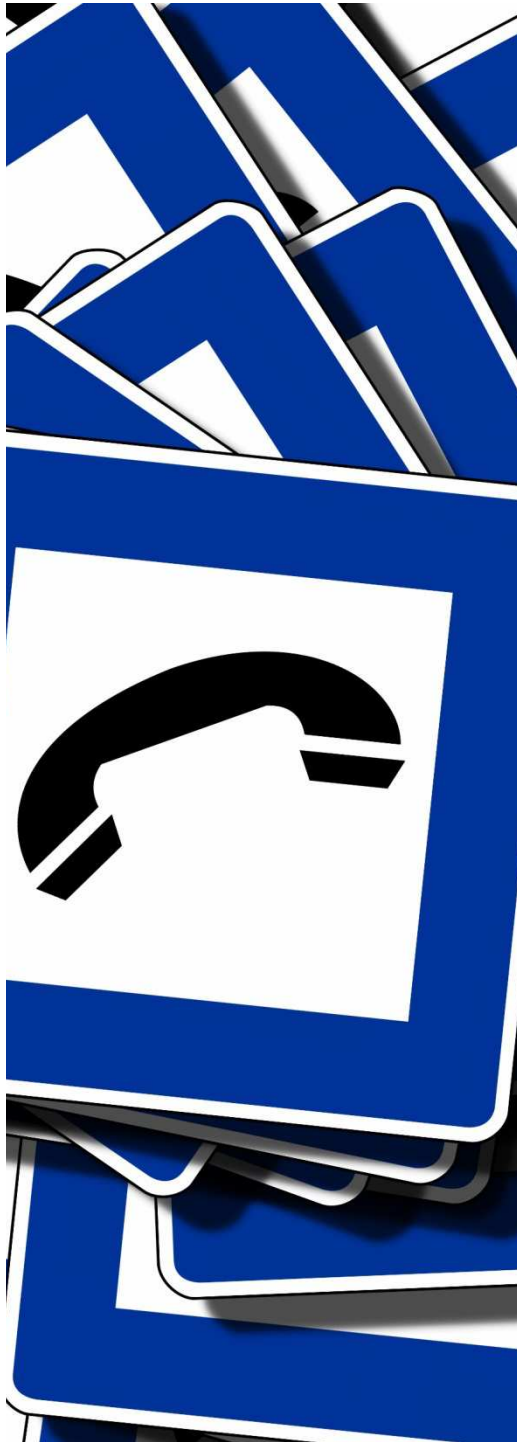
# Bezpieczeństwo w sieci – korzystanie z zabezpieczeń

## S4. Czy padli Państwo ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez Państwa danych?

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do Internetu, n=370



- Co szósta (16%) firma przyznaje, że padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez nią danych.



# Telefonia

ROZDZIAŁ 3



# Korzystanie z telefonii ogółem

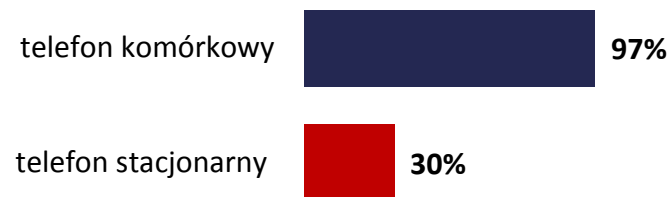
**ROZDZIAŁ 3.1**

# Korzystanie z usług telefonii stacjonarnej i komórkowej

## Dostęp do usług w populacji generalnej

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

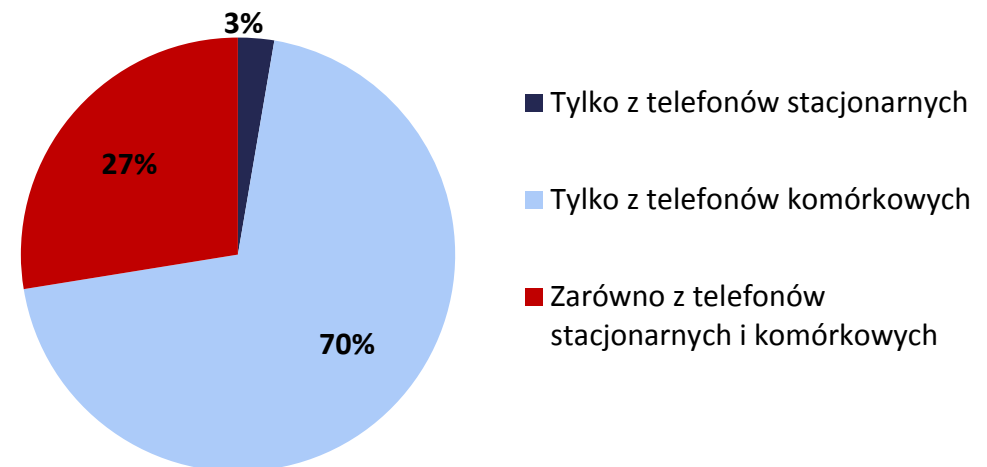
Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



## Współkorzystanie z usług - typologia

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

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



- Zdecydowana większość badanych firm korzysta z telefonii komórkowej. Telefon stacjonarny posiada prawie jedna trzecia podmiotów.
- Jedynie 3% podmiotów ogranicza się tylko do telefonu stacjonarnego, 28% posiada obydwa urządzenia, a 70% korzysta wyłącznie z telefonu komórkowego.





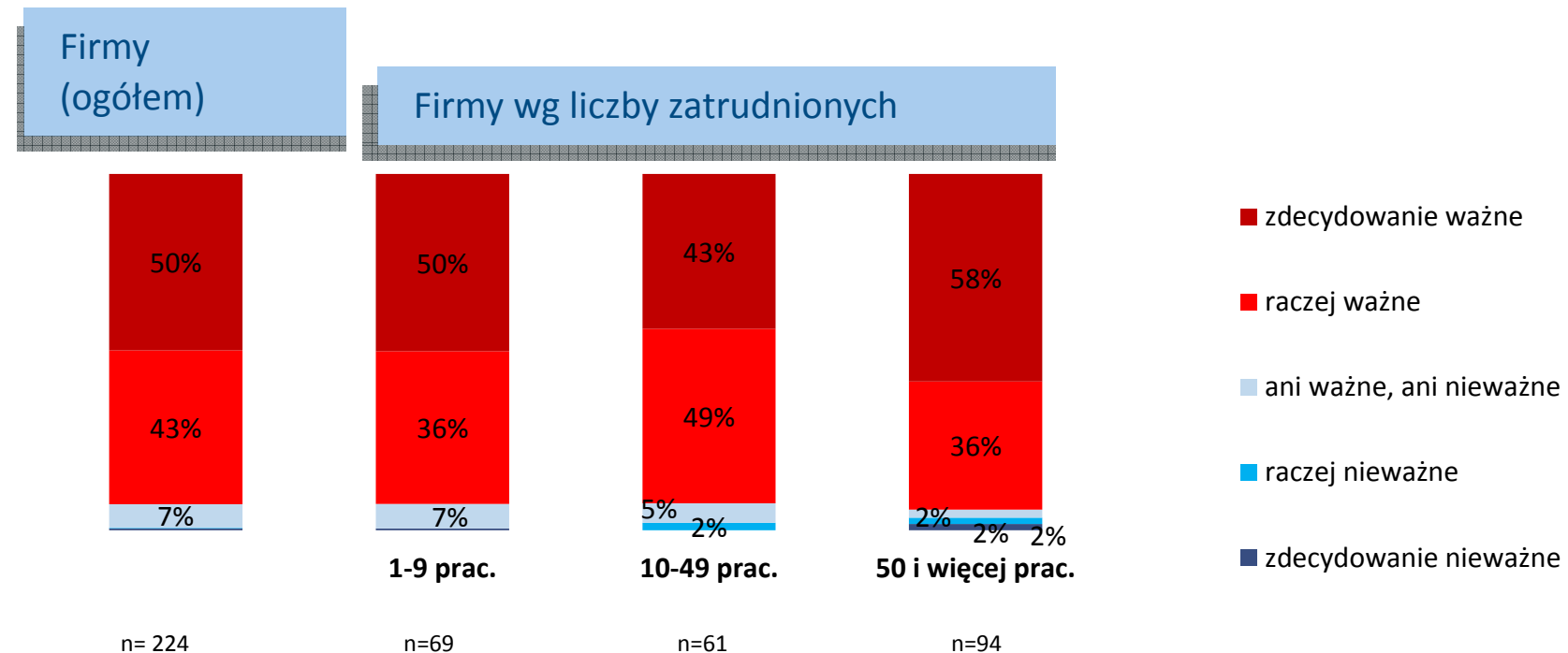
# Telefonia stacjonarna

## 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=224

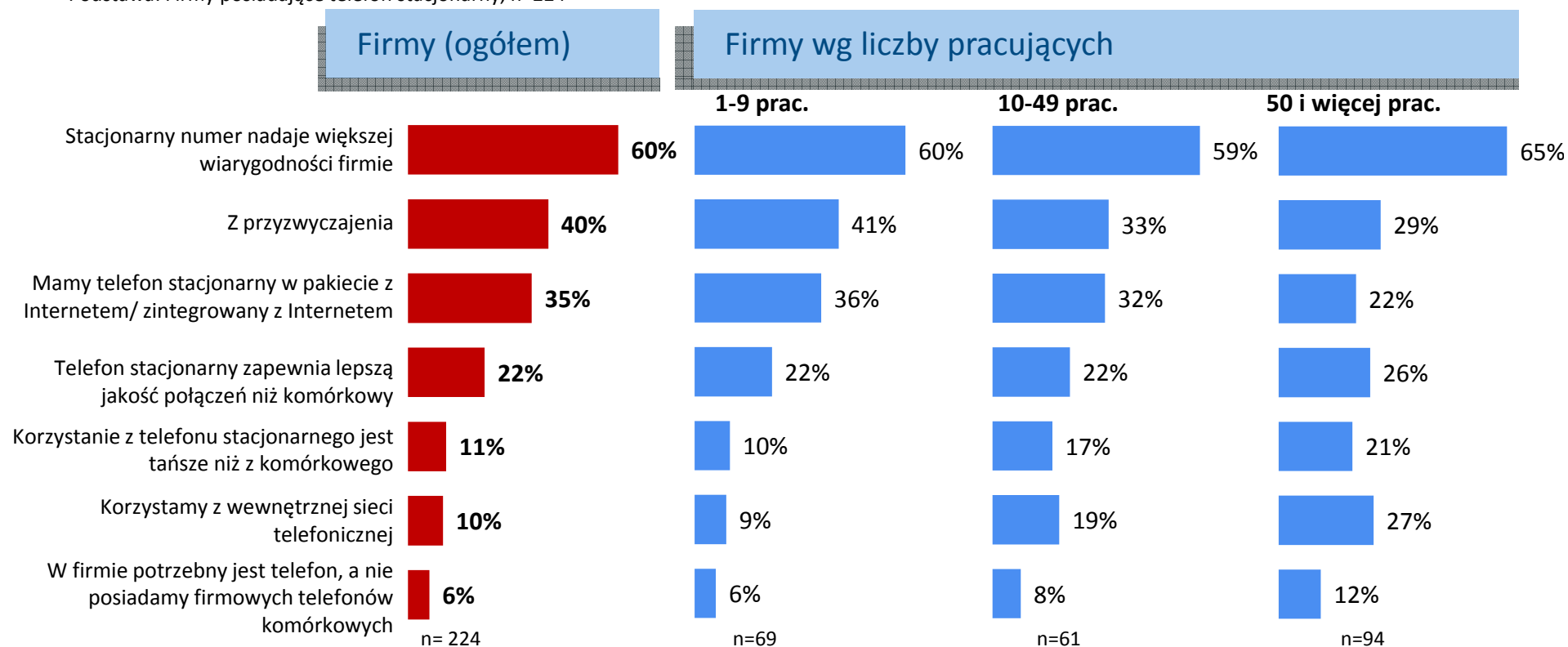


- Połowa badanych firm ocenia posiadanie telefonu stacjonarnego jako zdecydowanie ważne.
- Znaczenie posiadania dostępu do telefonii stacjonarnej rośnie w przypadku podmiotów zatrudniających większą liczbę osób.

# Powody korzystania z telefonii stacjonarnej

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

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=224

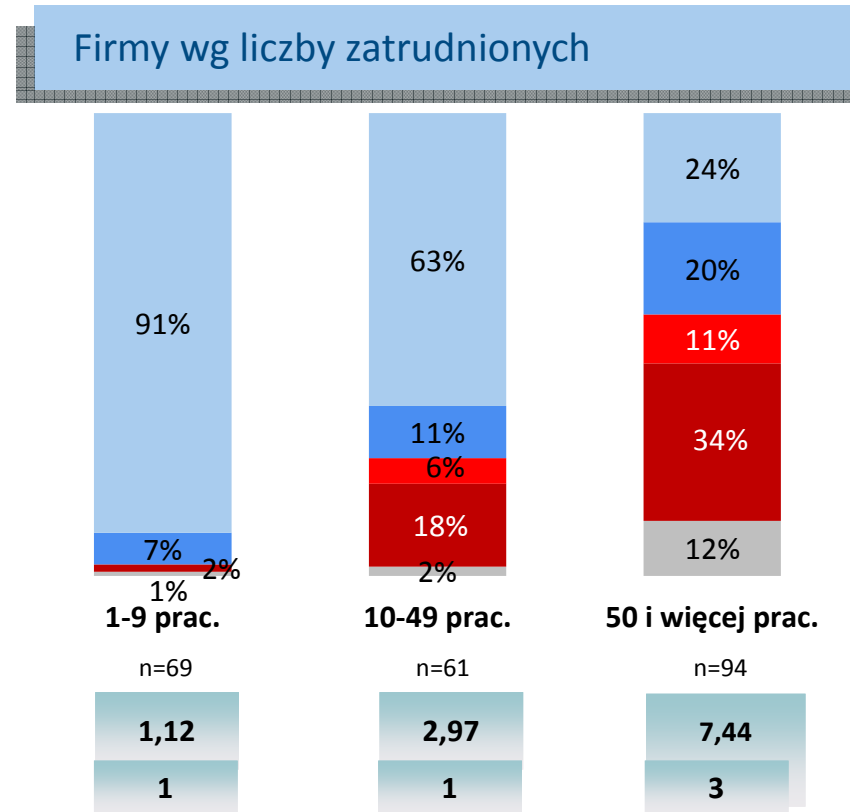
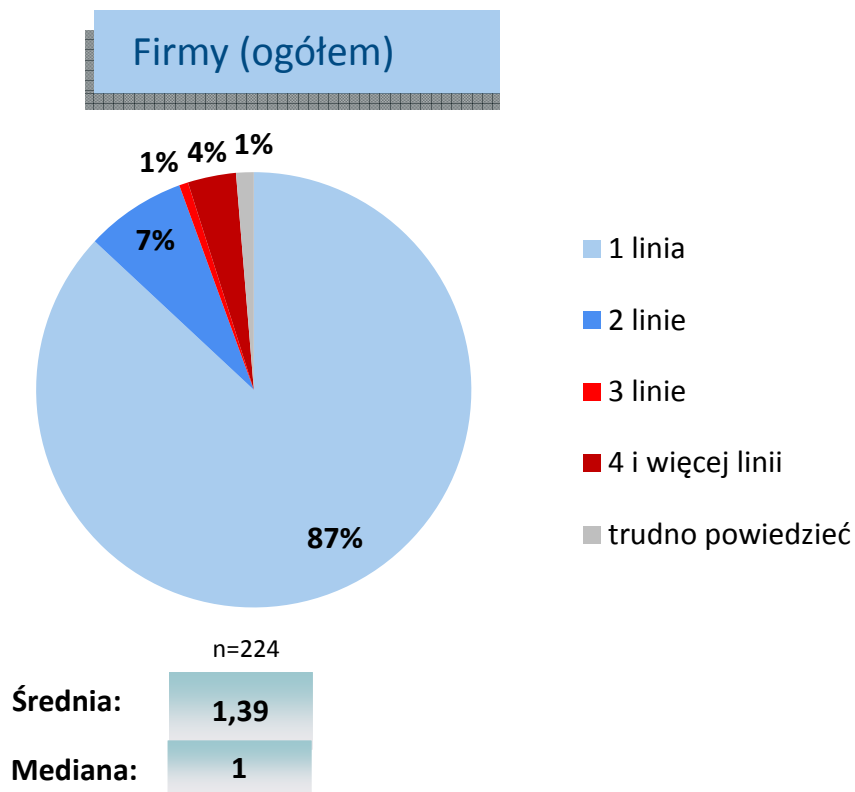


- Najważniejszym powodem korzystania z telefonu stacjonarnego jest uwiarygodnienie firmy. Jest to kluczowy powód niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa.

# Liczba posiadanych linii telefonicznych

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

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=224



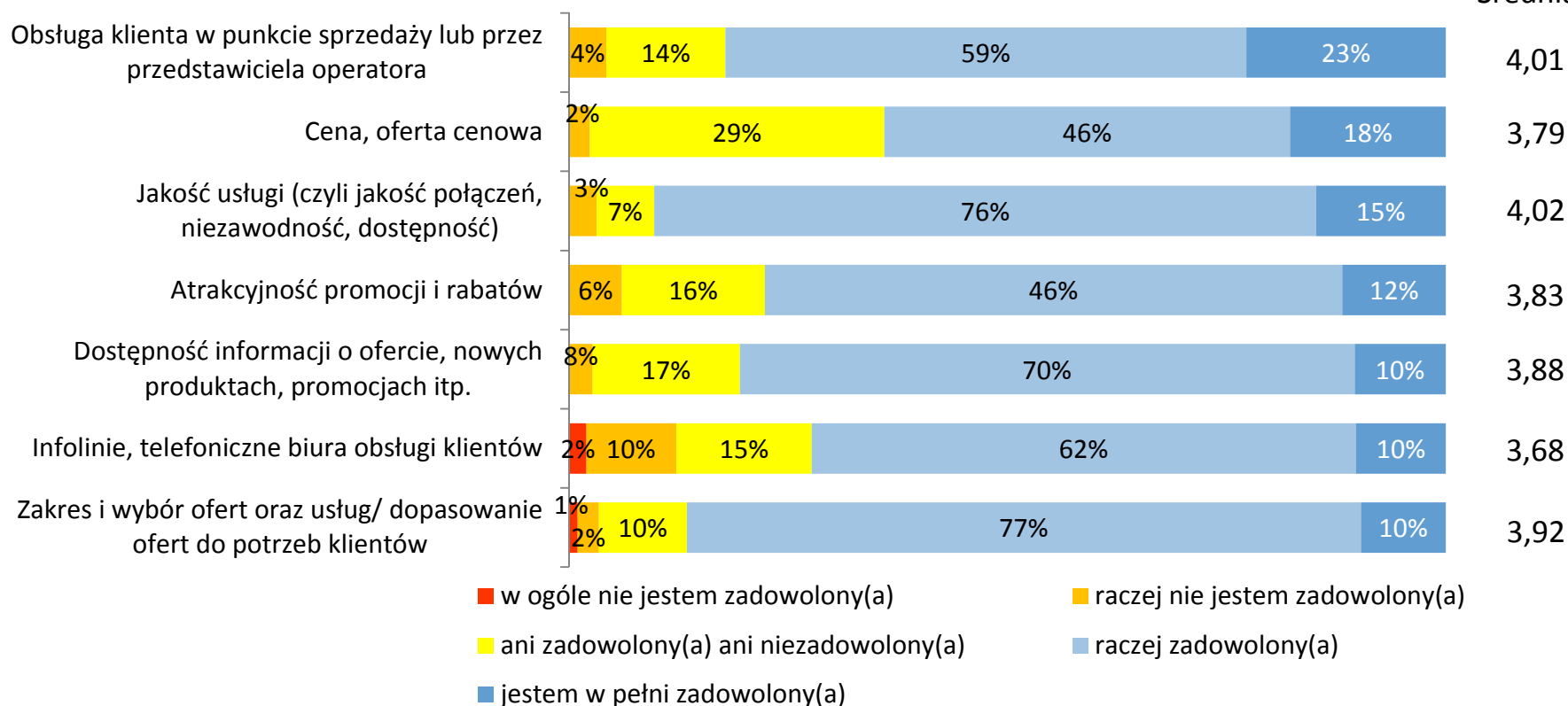
• Liczba posiadanych linii zależy od wielkości firmy. Zdecydowana większość mikroprzedsiębiorstw korzysta z jednej linii (91%), a w firmach zatrudniających 10-49 pracowników odsetek ten wynosi niemal dwie trzecie (63%). Średnie i duże przedsiębiorstwa korzystają z telefonii stacjonarnej w szerszym zakresie, największy odsetek z nich (34%) 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=224

Średnia:



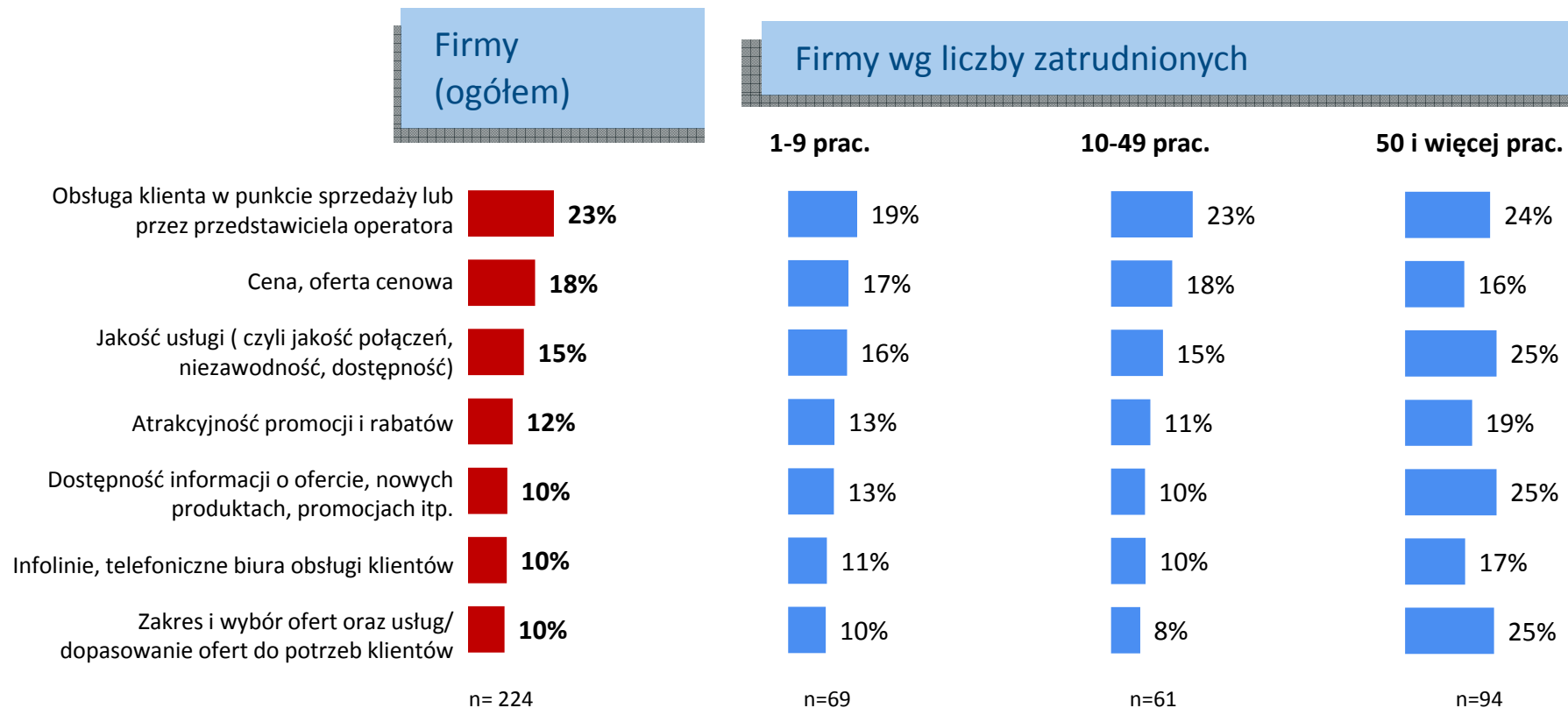
- Najwyżej ocenianym elementem usługi telefonii stacjonarnej jest jej jakość, w drugiej kolejności – obsługa klienta w punkcie sprzedaży lub przez przedstawiciela operatora.
- Relatywnie najniżej ocenianym elementem są infolinie, telefoniczne biura obsługi klientów..

# 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=224

% odpowiedzi „W pełni zadowolony”



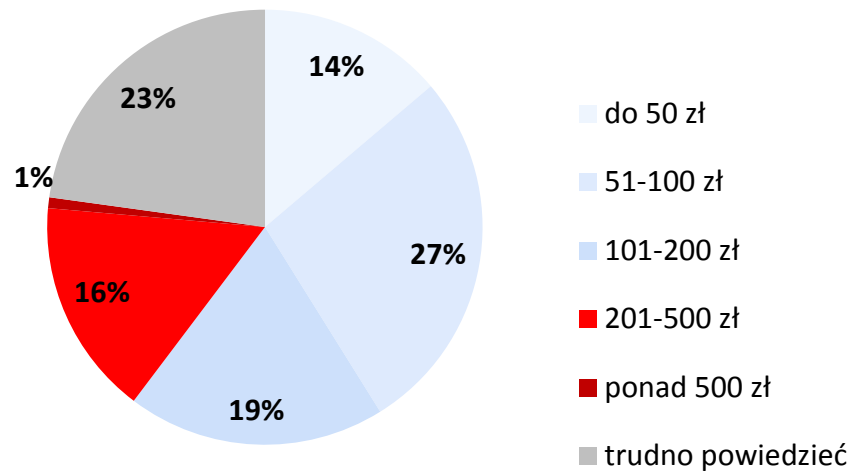
- Firmy niezależnie od segmentu zatrudnienia wyrażają pełne zadowolenie obsługi klientów w punkcie sprzedaży lub obsługi świadczonej przez przedstawiciela operatora.

# Wydatki klientów telefonii stacjonarnej

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

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=224

Firmy (ogółem)

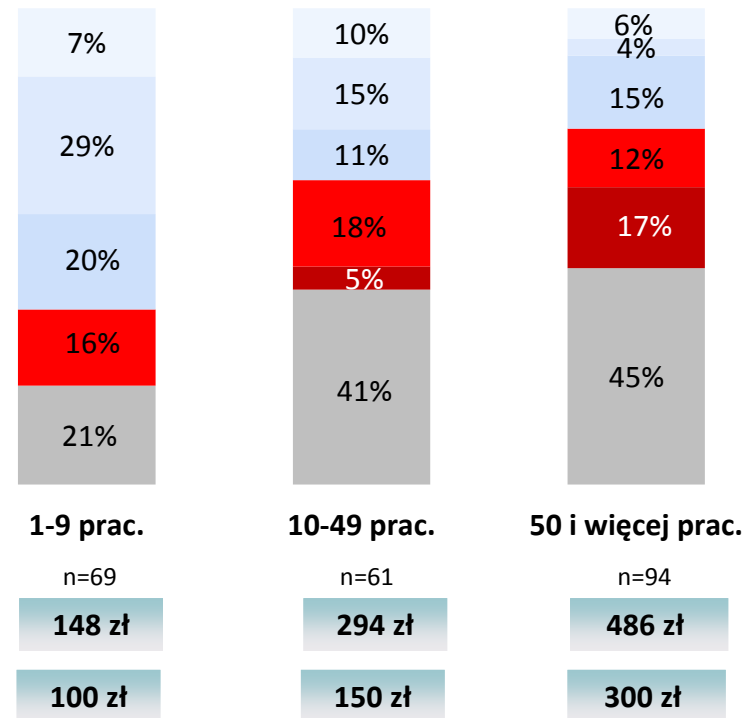


n=224

Średnia: **162 zł**

Mediana: **100 zł**

Firmy wg liczby zatrudnionych



1-9 prac.  
n=69

Średnia: **148 zł**

Mediana: **100 zł**

10-49 prac.  
n=61

Średnia: **294 zł**

Mediana: **150 zł**

50 i więcej prac.  
n=94

Średnia: **486 zł**

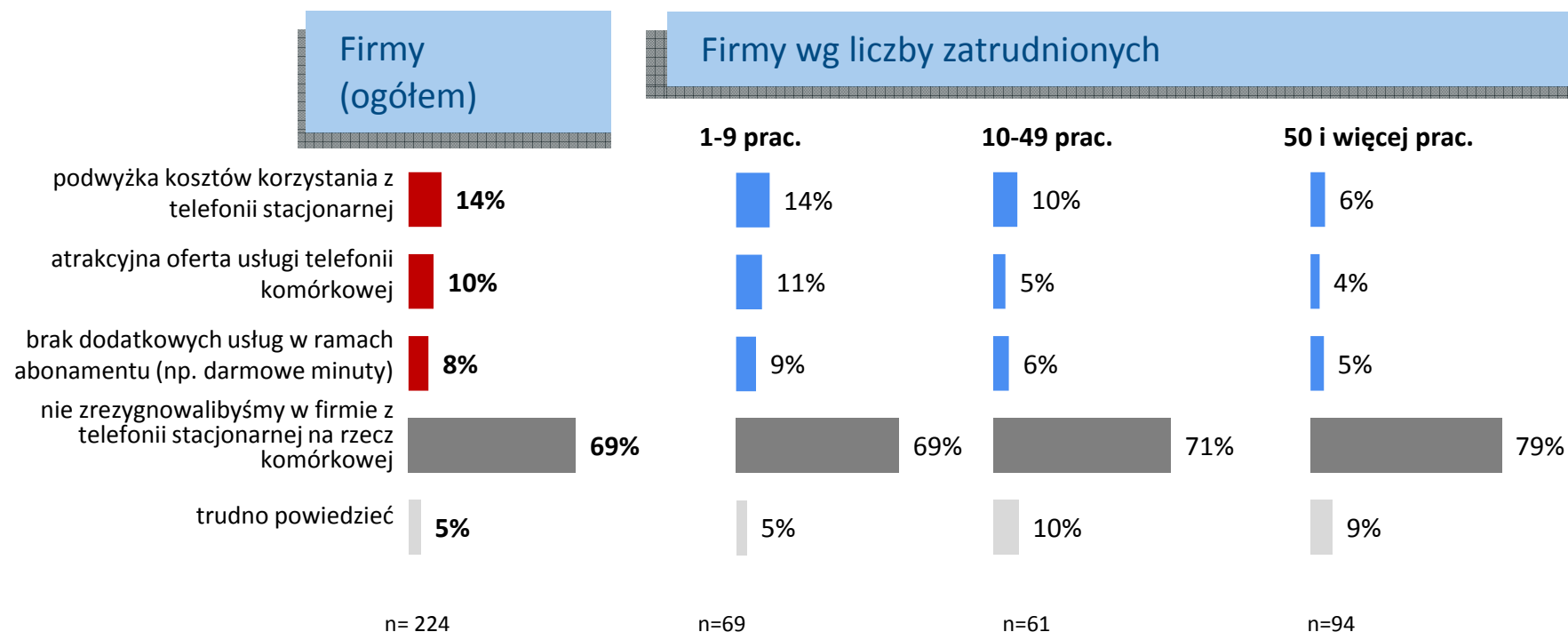
Mediana: **300 zł**

- Średnie wydatki są zależne od wielkości firmy i wahają się od 148 zł (sektor mikro) do 486 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=224



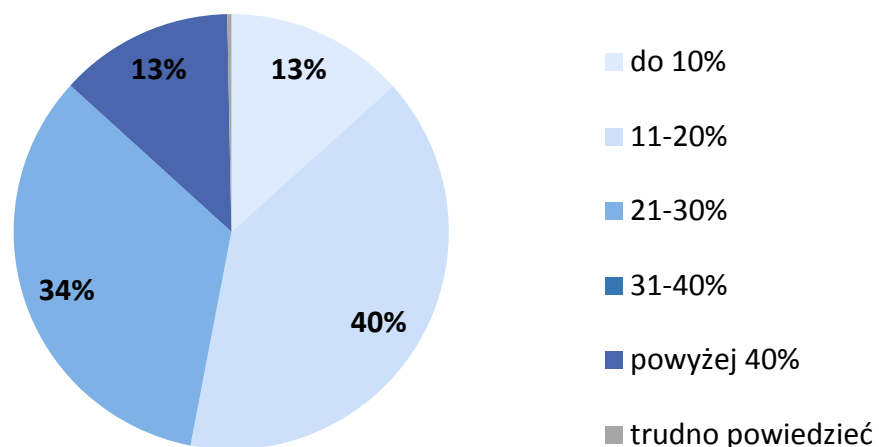
- Skłonność do rezygnacji z telefonii stacjonarnej na rzecz komórkowej jest niska, szczególnie w przypadku największych podmiotów.
- Podwyżka kosztów korzystania z telefonii stacjonarnej byłaby powodem rezygnacji z telefonii stacjonarnej dla 14% firm.



## 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=23\*



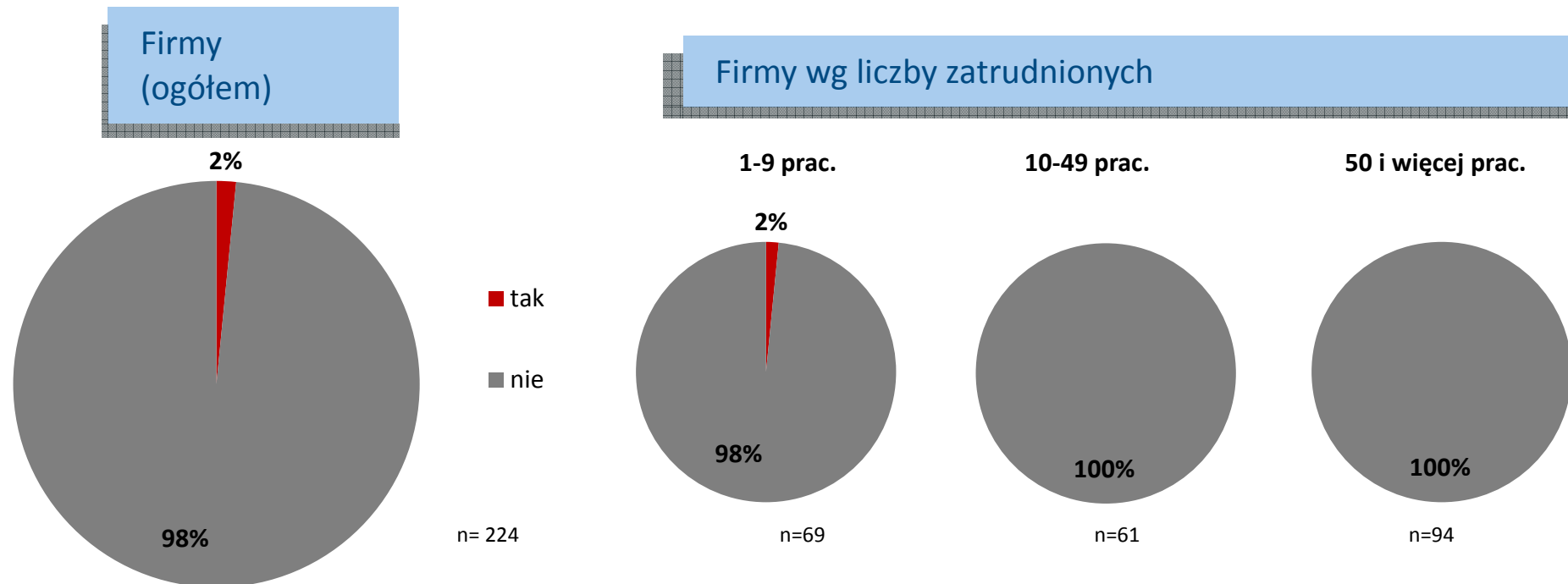
- Firmy skłonne zrezygnować z usług telefonii stacjonarnej w przypadku podwyżek cen, najczęściej wskazywały poziom od 11% do 20%.

\*zbyt mała liczebność do wnioskowania statystycznego; dane mają charakter poglądowy

# Zmiana operatora

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

Podstawa: Firmy posiadające telefon stacjonarny, n=224



- W ciągu ostatniego roku bardzo niewielki odsetek badanych dużych i średnich firm zmieniał operatora sieci stacjonarnej.



VoIP

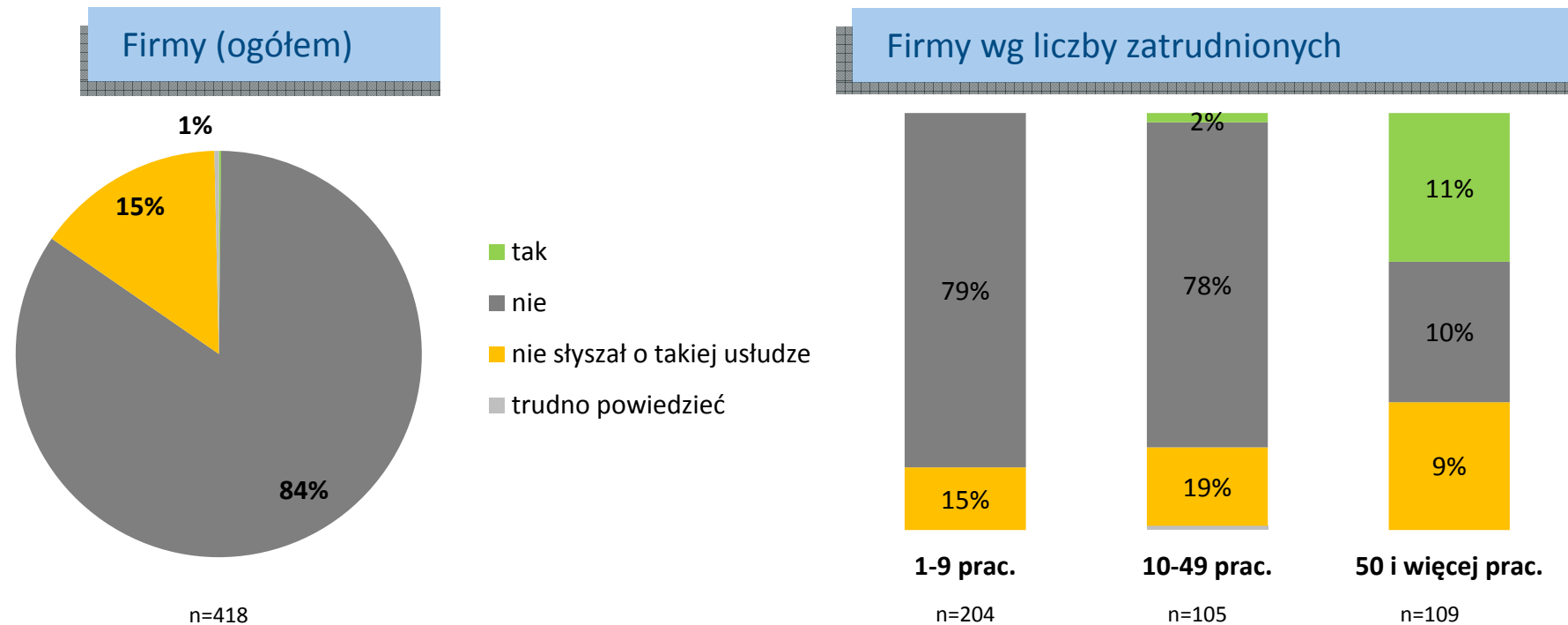
ROZDZIAŁ 3.3



# 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=418



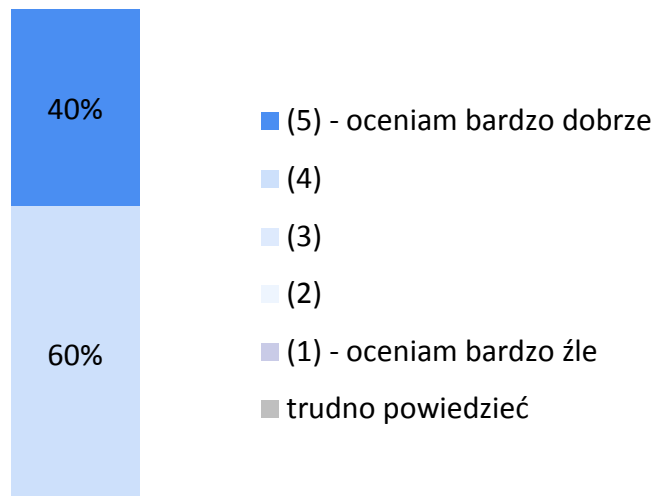
- Usługi VoIP cieszą się niewielką popularnością – korzysta z nich zaledwie poniżej 1% badanych firm, przeważnie z segmentu 50 i więcej pracowników. Jednocześnie co szósty przedstawiciel badanych przedsiębiorstw nigdy nie słytał o takiej usłudze.

# 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=11\*



## Dostawca usług VoIP

### G3. Z jakiego dostawcy usług VoIP Państwo korzystają?

Podstawa: Firmy posiadające technologię VoIP, n=11\*



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

\*zbyt mała liczebność do wnioskowania statystycznego; dane mają charakter poglądowy



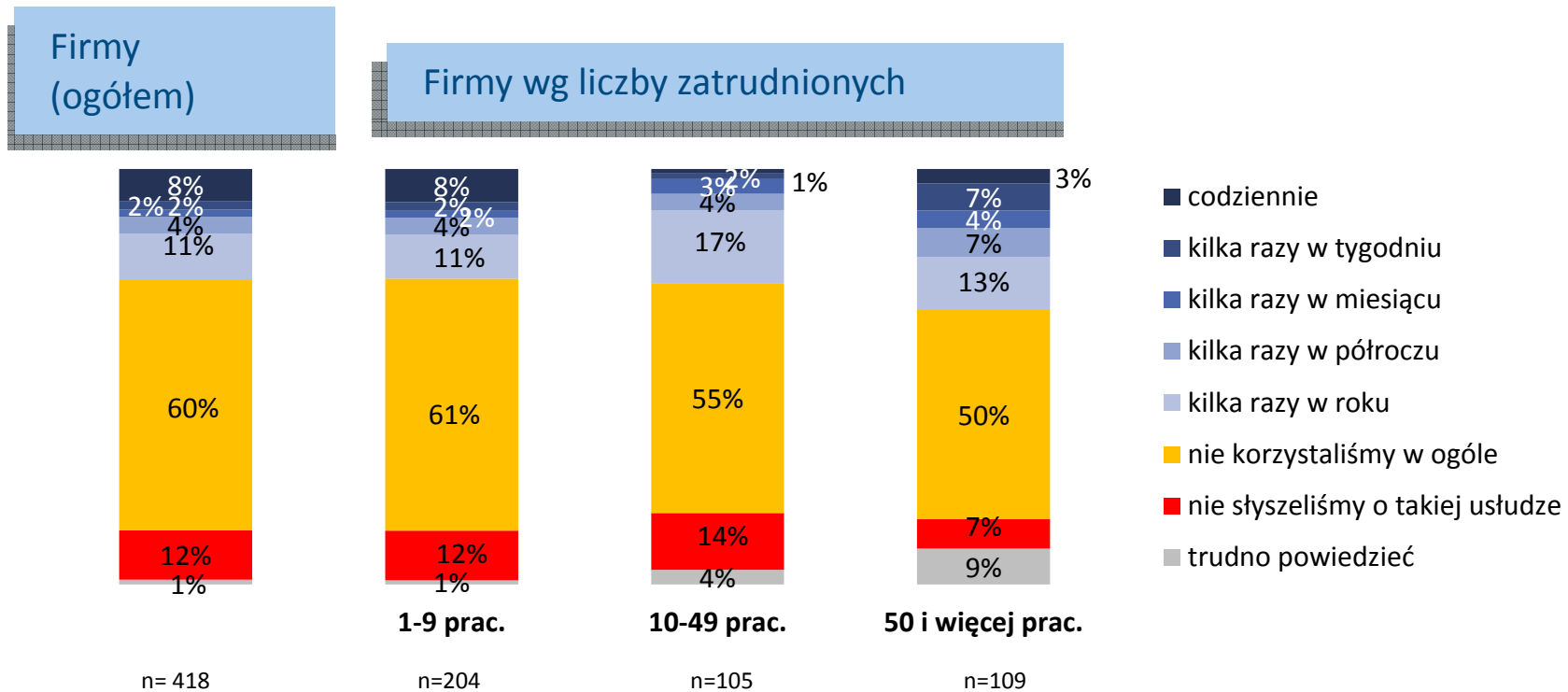
# Elementy usługi powszechniej – OBN, OSA, faks

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=418

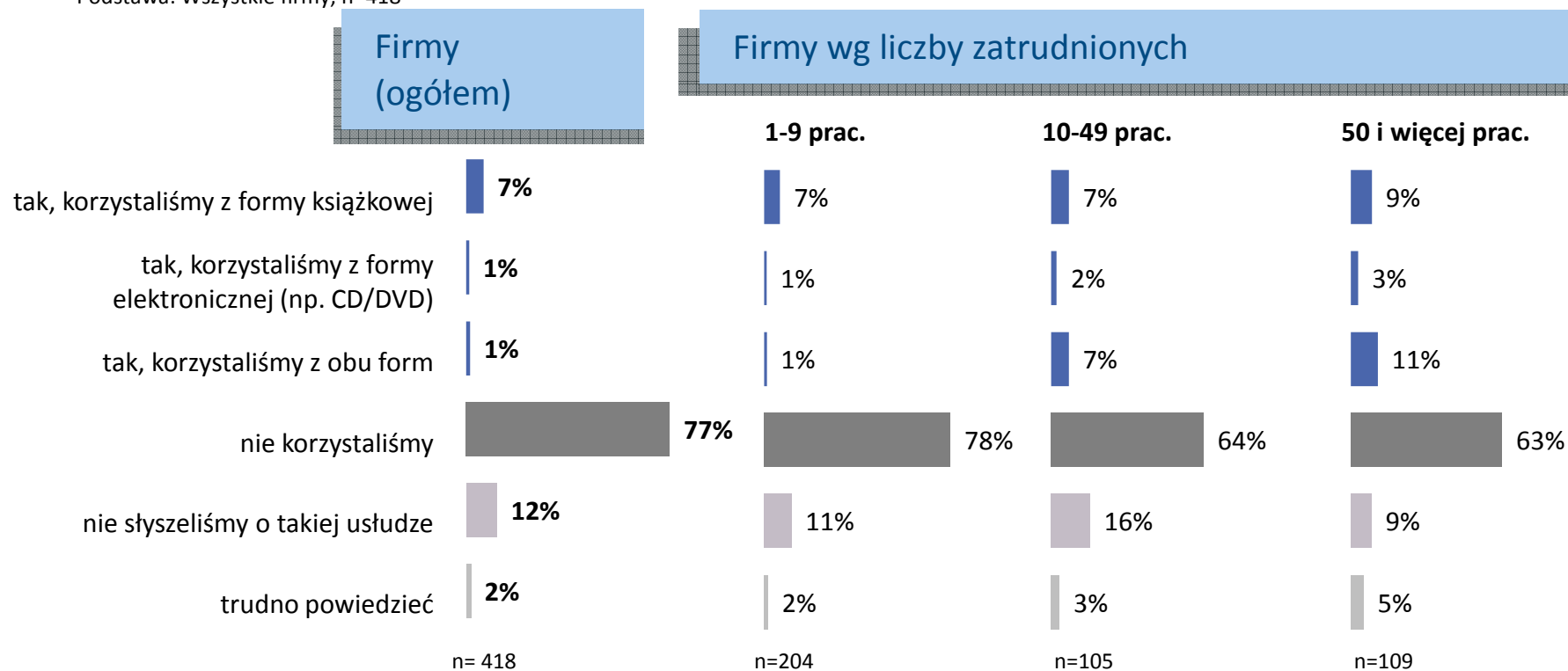


- Co czwarty podmiot przynajmniej raz w roku korzysta z OBN. Wskaźnik ten jest wyższy wśród średnich i dużych przedsiębiorstw.

# Ogólnokrajowy Spis Abonentów - korzystanie

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

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



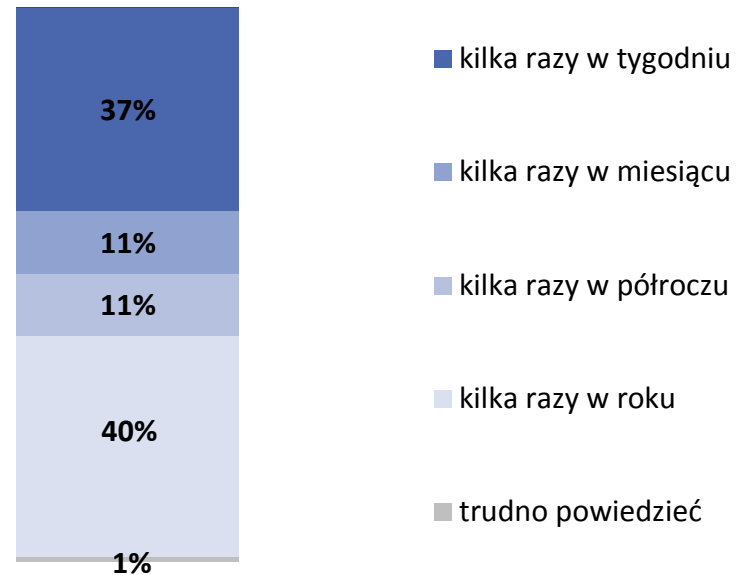
- Korzystanie ze wszystkich dostępnych form Spisu Abonentów deklaruje 9% firm. W firmach zatrudniających 50 i więcej osób z Ogólnokrajowego Spisu Abonentów korzysta się najczęściej (23%).



# 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=56

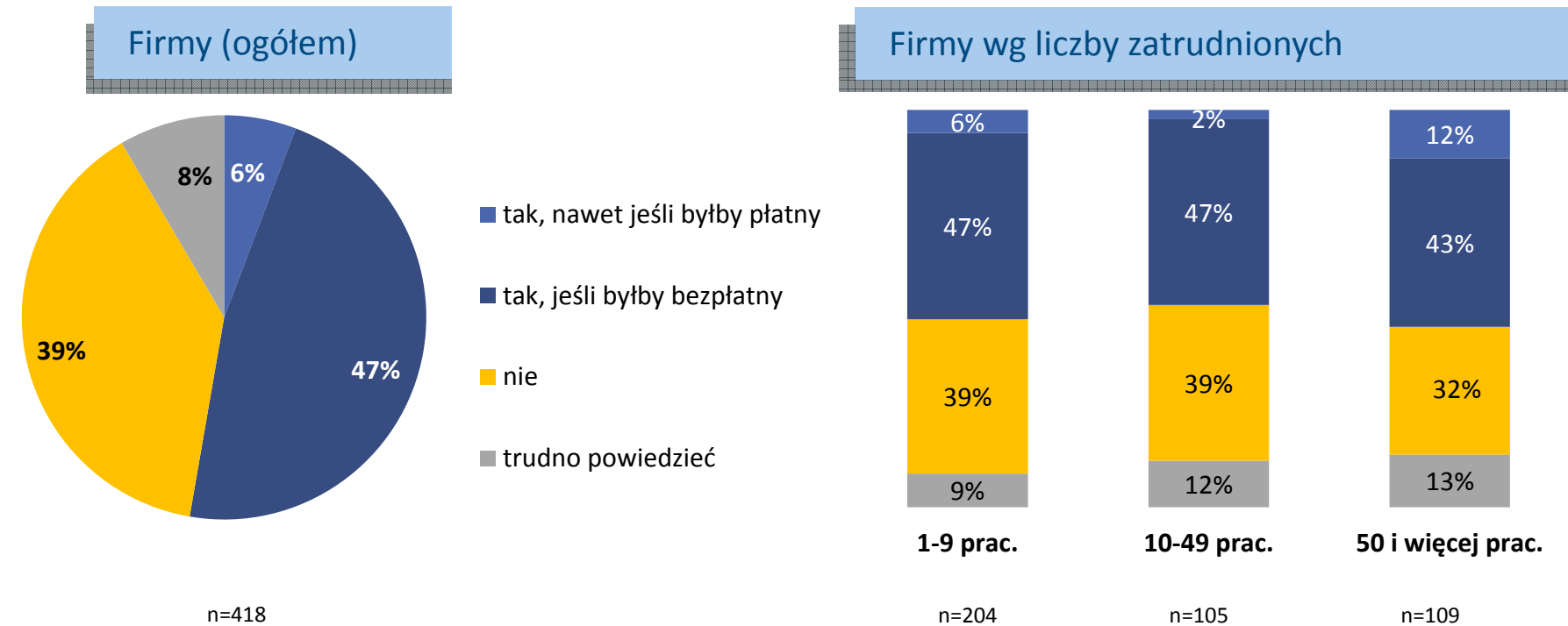


- *Niemal połowa (48%) korzystających sięga po Spis Abonentów co najmniej kilka razy w miesiącu.*

# Ogólnokrajowy Spis Abonentów – potencjał spisu zamieszczanego 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, n=418

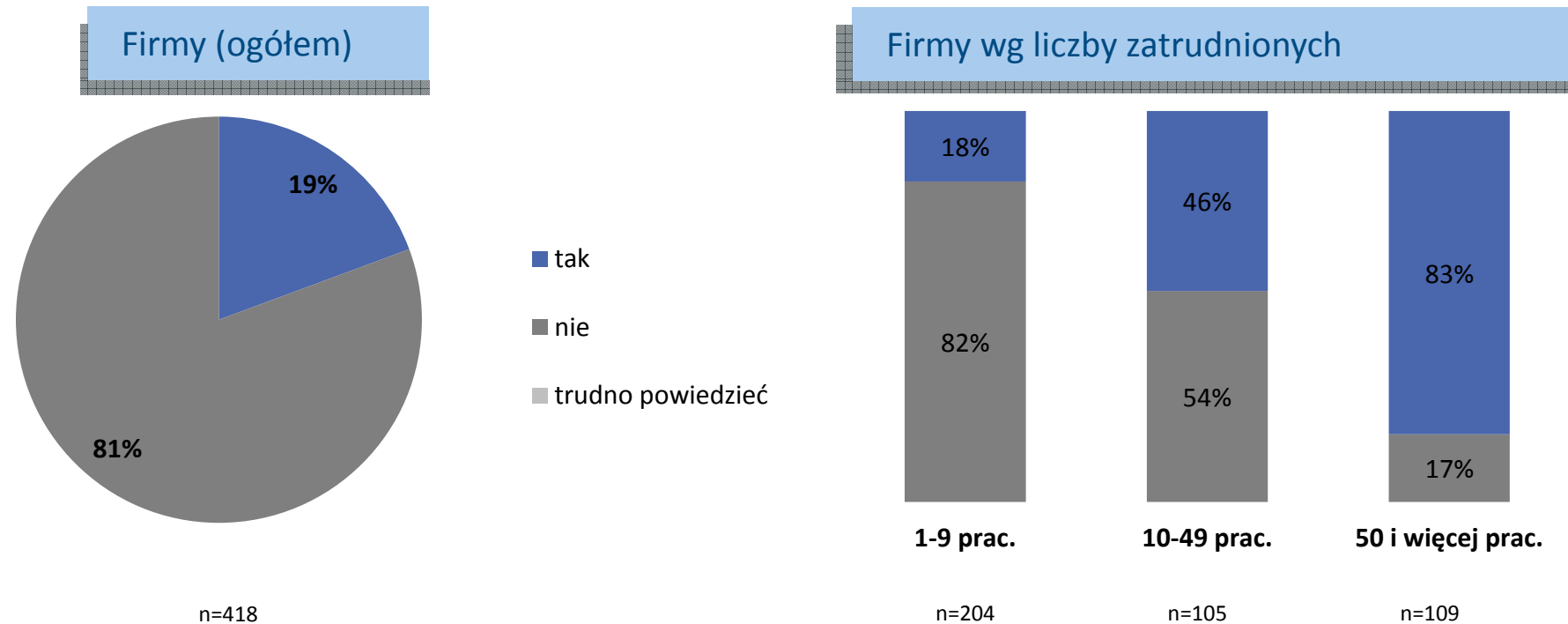


- Zainteresowanie OSA w formie Internetowej jest dość duże. Chęć korzystania z niego deklaruje przeszło połowa (53%) badanych, przy czym w zdecydowanej większości tylko w przypadku, gdy spis byłby bezpłatny.
- Szczególnie wysokie zainteresowanie płatną Internetową wersją OSA jest charakterystyczne dla przedsiębiorstw zatrudniających co najmniej 50 pracowników.

# Faks - korzystanie

## C4. Czy w Pańskiej firmie wykorzystywany jest faks?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418

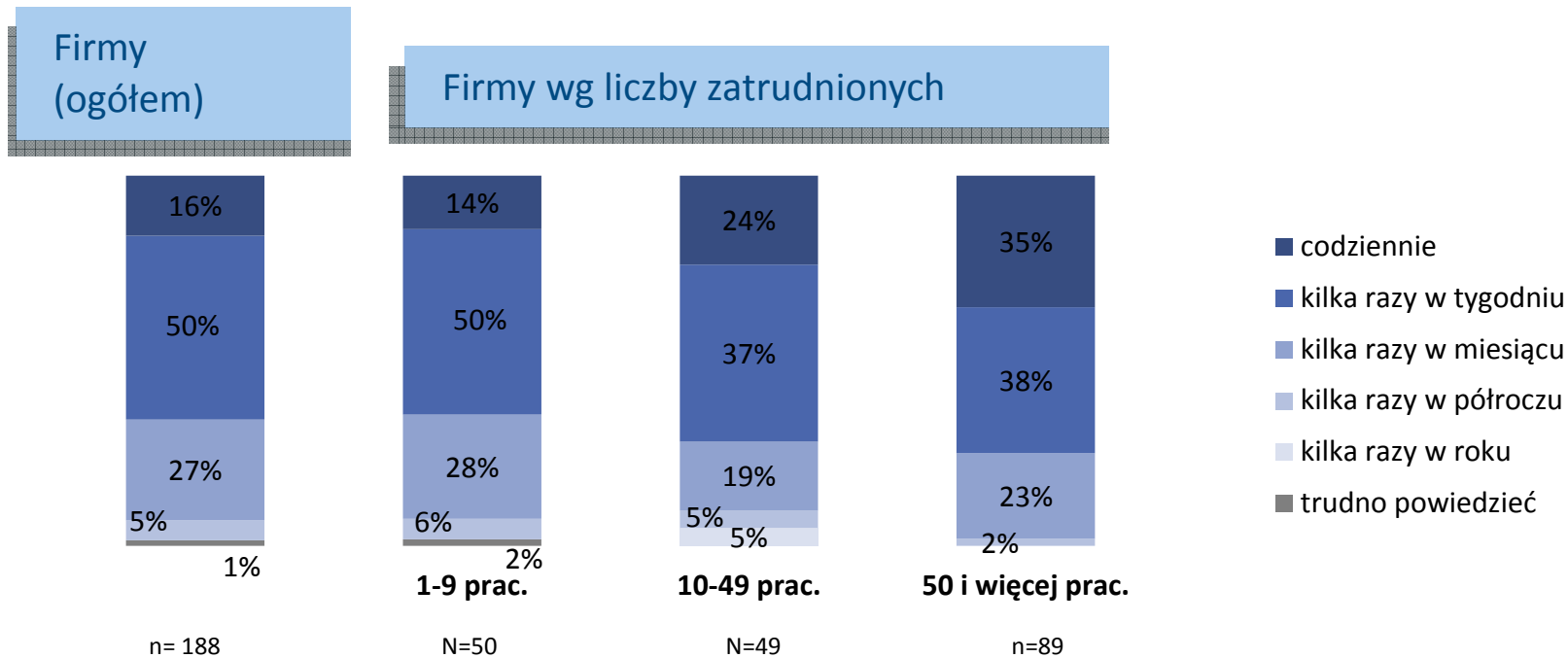


- Z faksu korzysta co piąta (19%) spośród ogółu badanych firm, jest to nadal powszechna (83%) usługa w większych przedsiębiorstwach.

# Faks – częstotliwość korzystania

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

Podstawa: Firmy, w których korzysta się z faksu, n=188

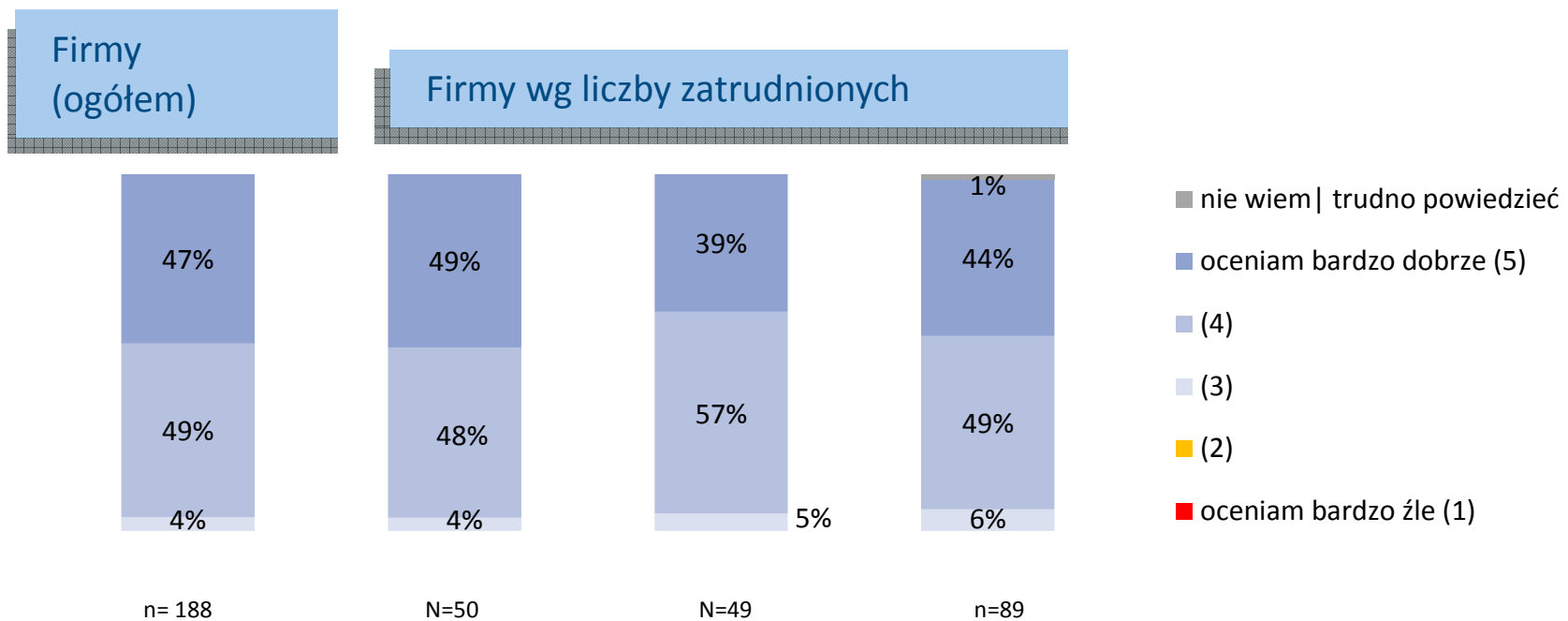


- Firmy posiadające fakсы korzystają z nich dosyć intensywnie – dwie trzecie używa ich co najmniej kilka razy w tygodniu.

# Faks – ocena jakości połączenia

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

Podstawa: Firmy, w których korzysta się z faksu, n=188



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



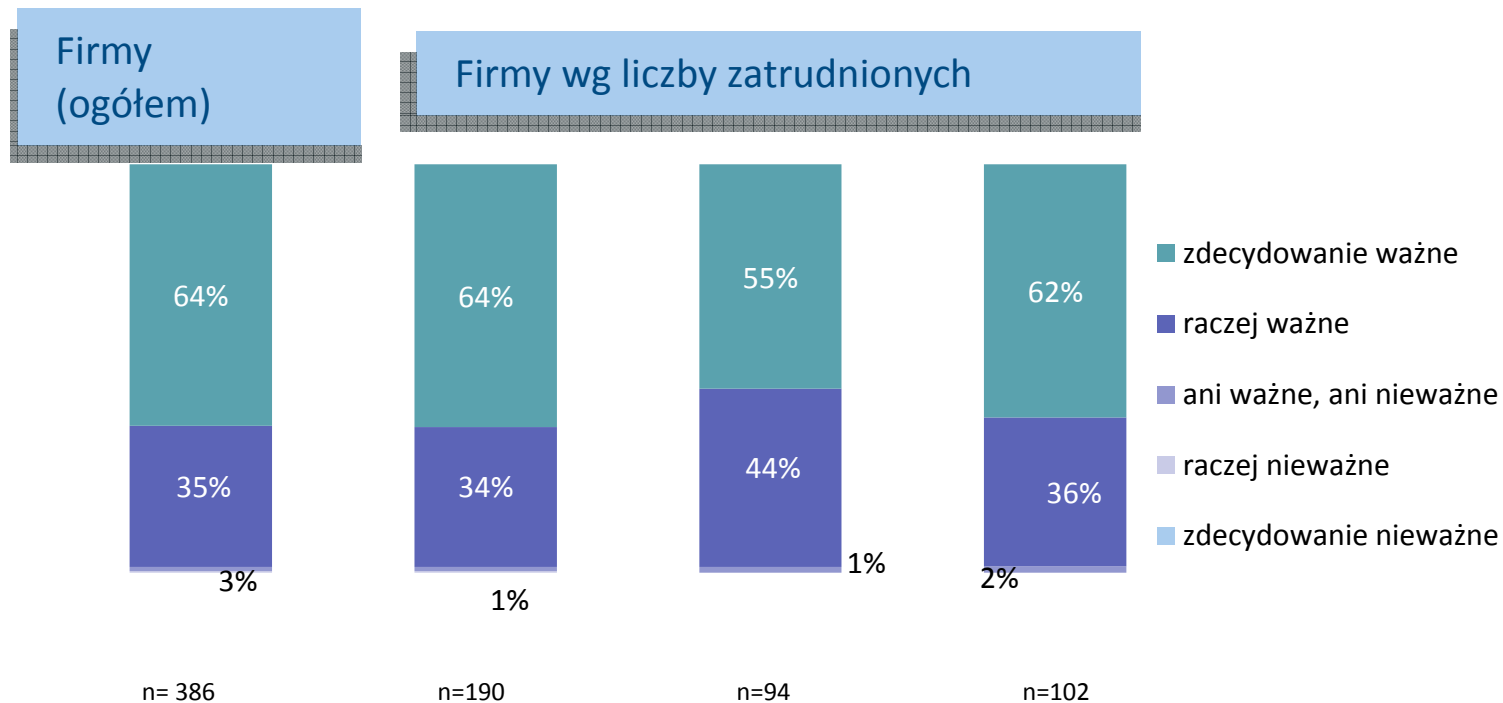
# Telefonia komórkowa

## 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=386

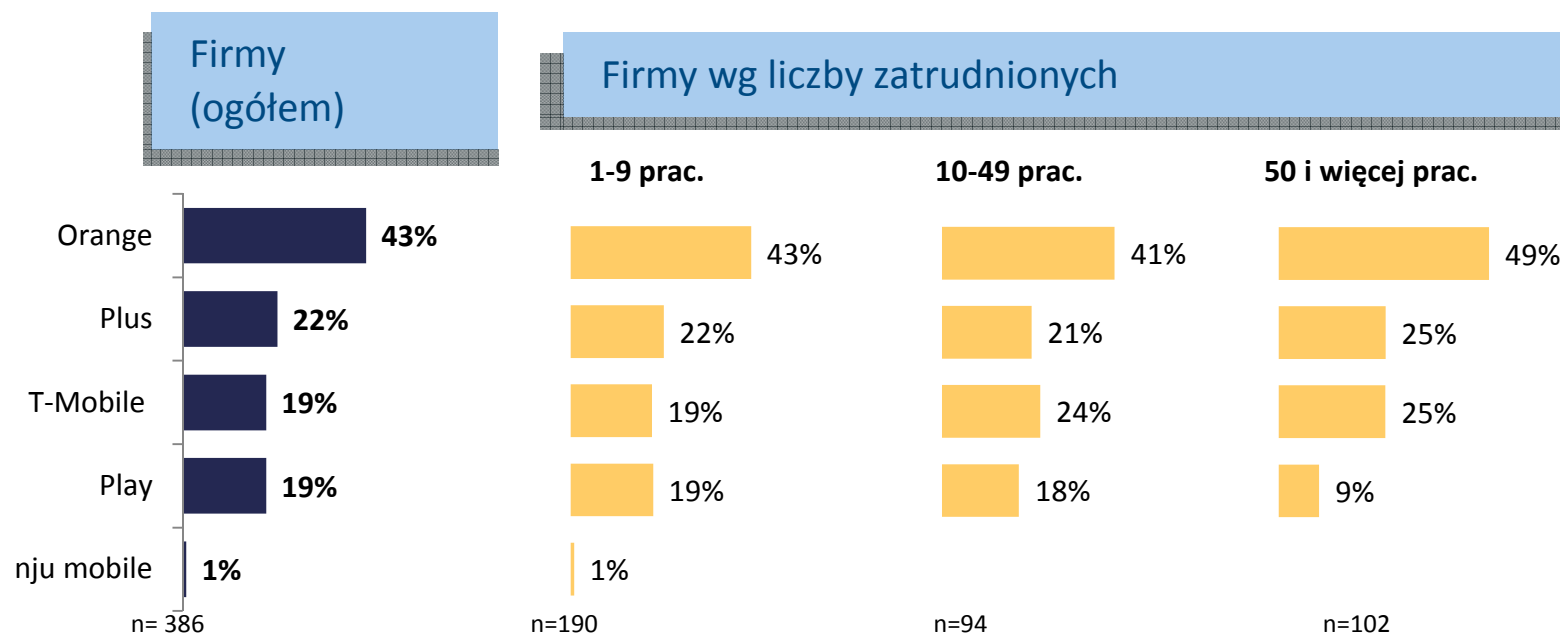


- *Telefony komórkowe dla prawie wszystkich klientów instytucjonalnych z nich korzystających są ważnym narzędziem komunikacji.*

# 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=386



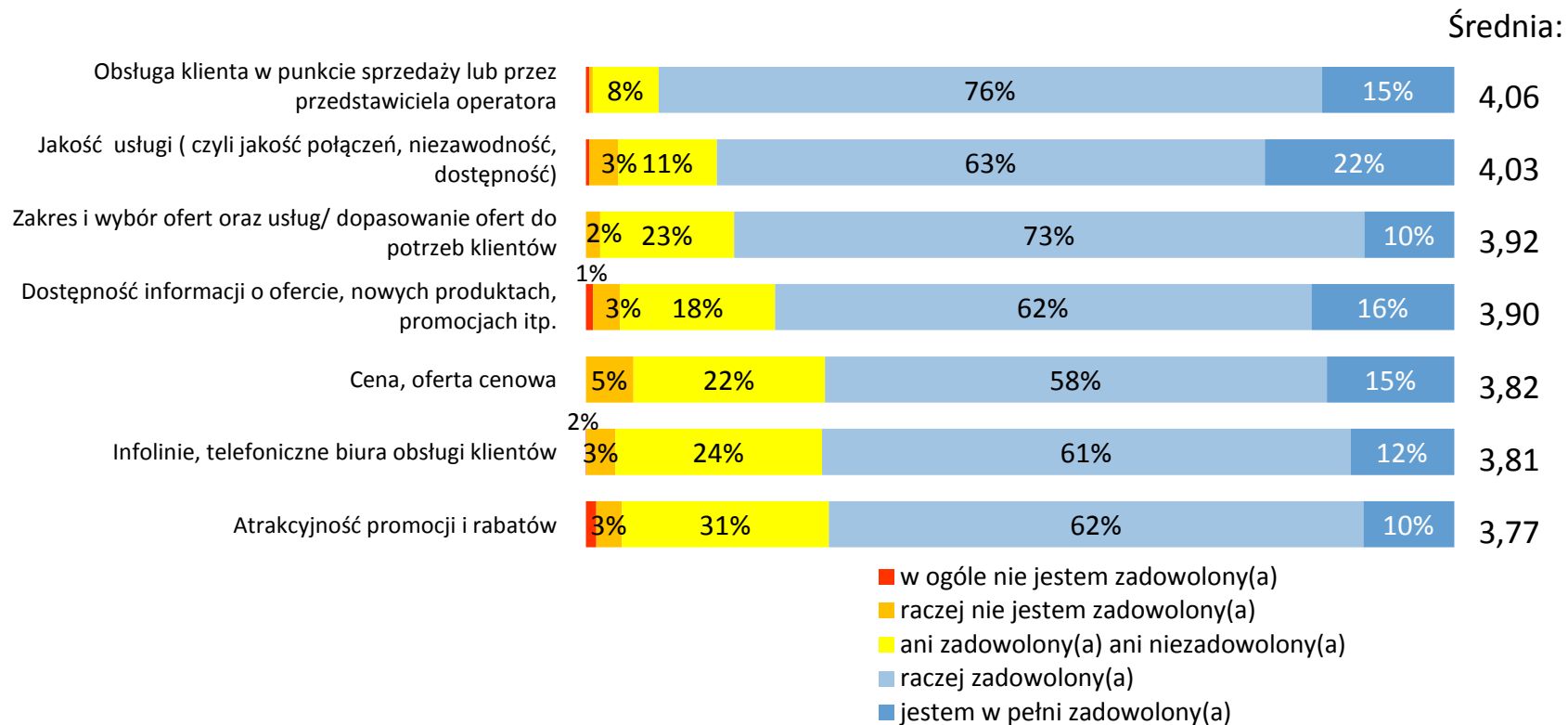
- Wśród klientów instytucjonalnych najbardziej popularnym operatorem komórkowym jest Orange (43%). Przewaga tego operatora występuje zwłaszcza w podmiotach zatrudniających powyżej 50 pracowników. Pozostali „duzi operatorzy” mają podobne udziały.



# 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=386

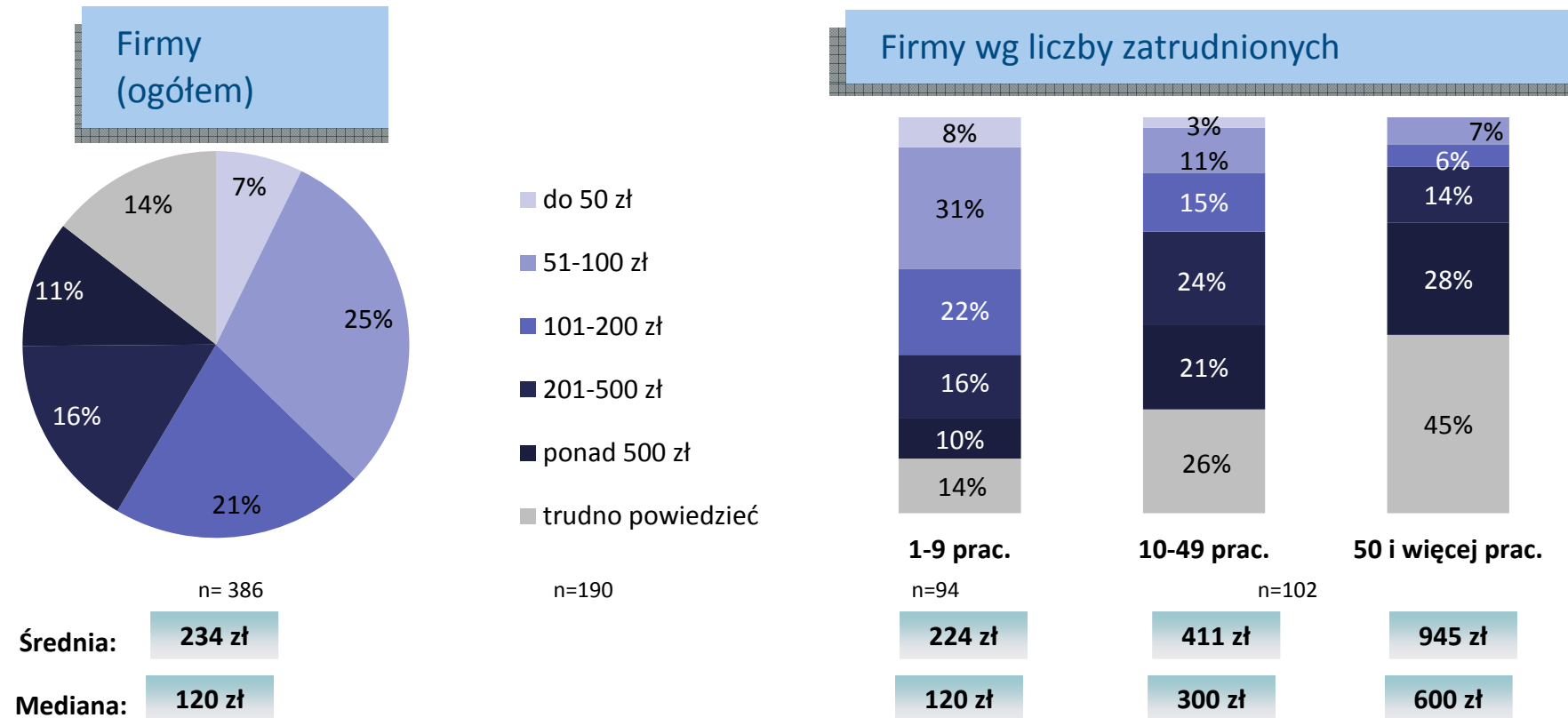


- Zadowolenie klientów z usług telefonii komórkowej jest wysokie. Najwyżej oceniane są: obsługa klienta w punkcie sprzedaży lub przez przedstawiciela operatora oraz jakość usług.
- Najniżej oceniane są infolinie i telefoniczne biura obsługi klientów oraz atrakcyjność promocji i rabatów.

# 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=348

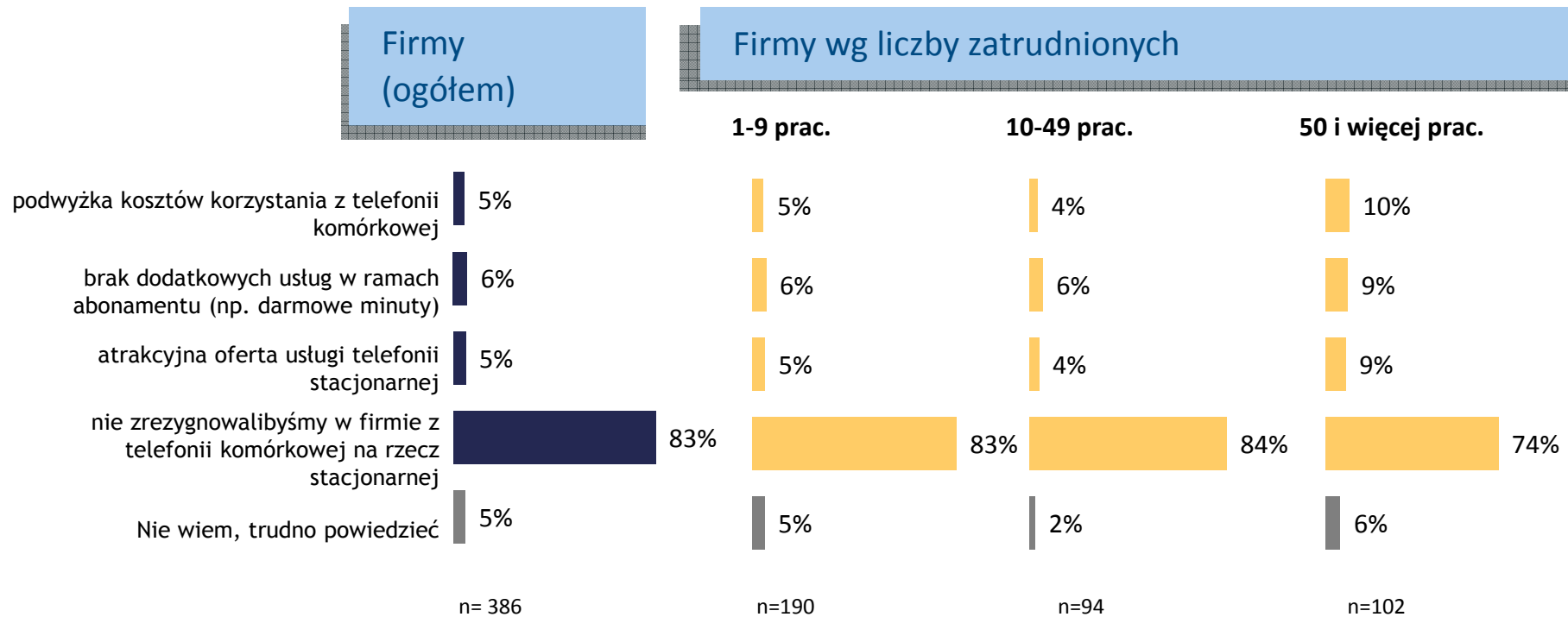


- Średnie wydatki na telefonię komórkową są bardzo zróżnicowane w zależności od wielkości firmy. W firmach mikro jest to 224 zł, w małych 411 zł a w średnich i dużych 945 zł.

# 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=386



- Przeważająca część (83%) firm w ogóle nie byłaby skłonna zrezygnować z usług telefonii komórkowej na rzecz stacjonarnej.



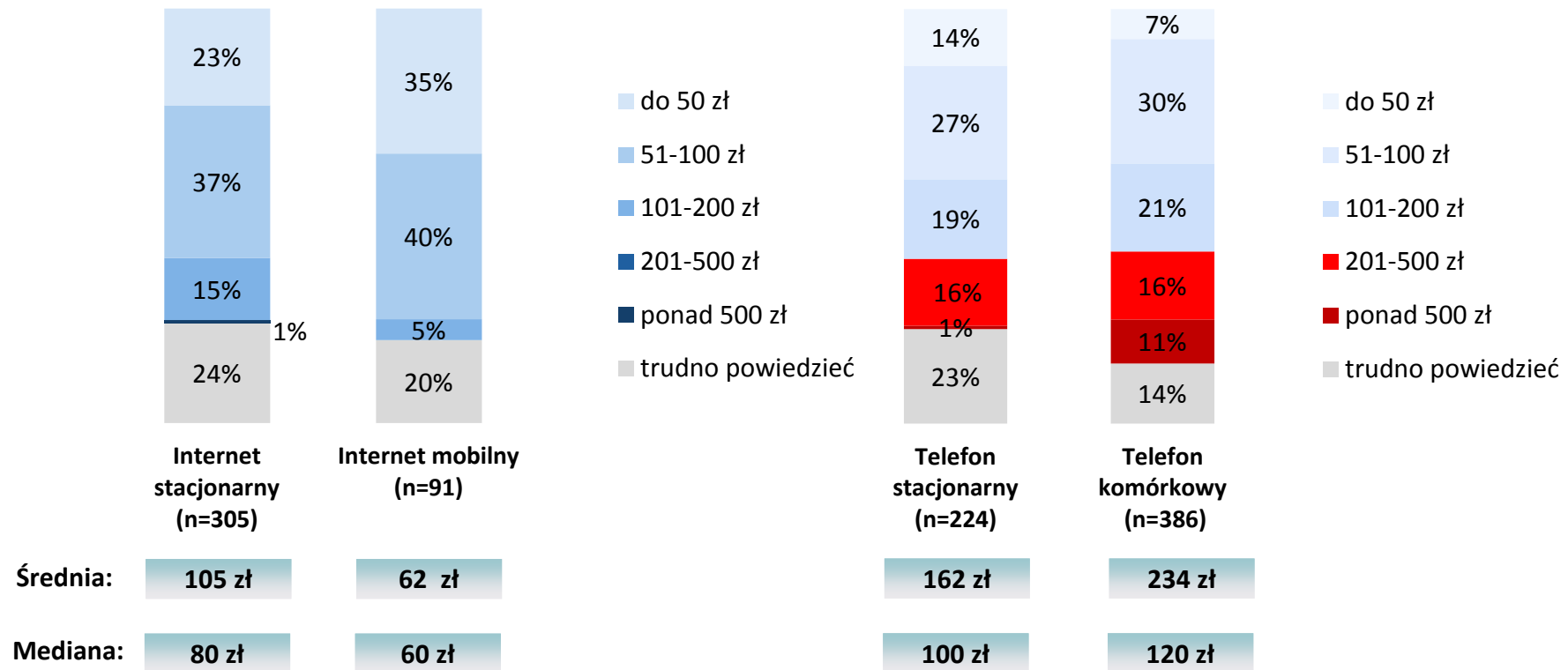
# Porównanie usług telekomunikacyjnych – najważniejsze wskaźniki

ROZDZIAŁ 4

# Wielkość wydatków

## A6/D5/J4/K4. Jaka jest Pana(i) przeciętna miesięczna wysokość rachunku za ...

Podstawa: Firmy posiadające poszczególne usługi, n – w zależności od usługi



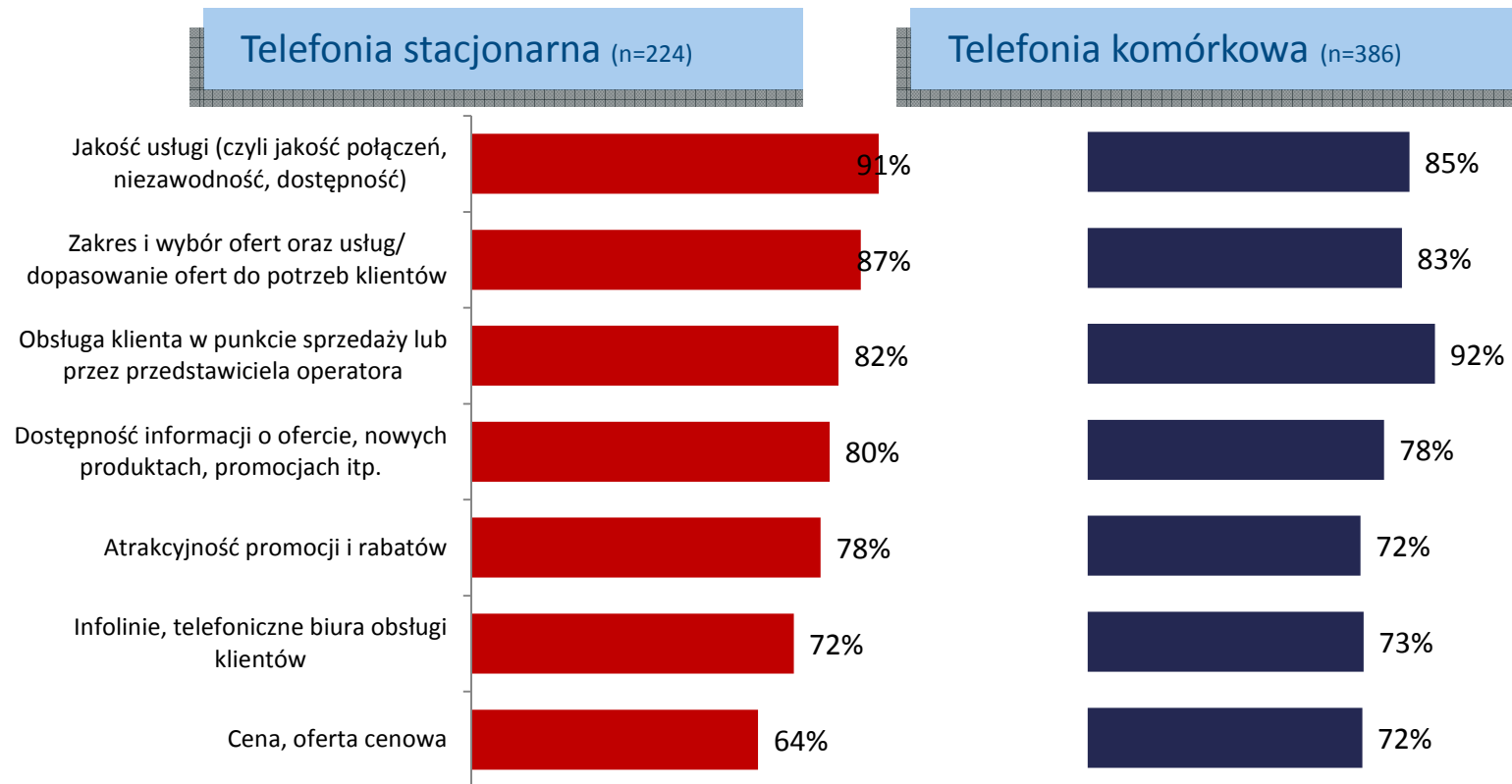
- Najniższe wydatki firmy ponoszą za dostęp mobilny do Internetu. Nieco wyższe są koszty użytkowania Internetu stacjonarnego. Wydatki na usługi głosowe są wyższe niż na Internet – w szczególności dotyczy to wydatków na telefonię komórkową.

# Zadowolenie z usług telefonicznych

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

Podstawa: Firmy posiadające poszczególne usługi, n – w zależności od usługi

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



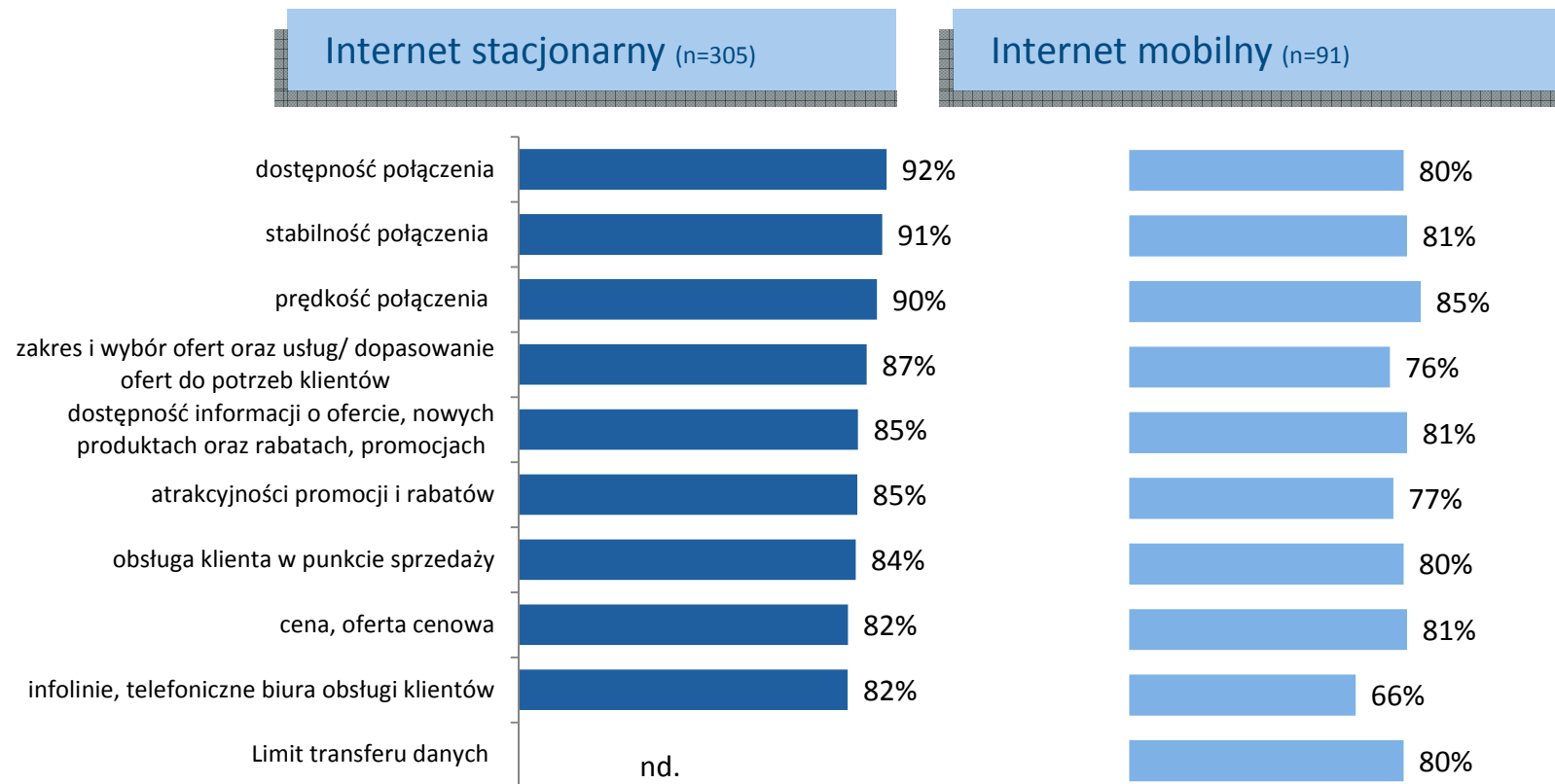
- Elementy usługi telefonii komórkowej są oceniane podobnie jak stacjonarnej.
- W przypadku obu rodzajów telefonii najniżej ocenianym elementem jest oferta cenowa.

# Zadowolenie z usług Internetowych

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

Podstawa: Firmy posiadające poszczególne usługi, n – w zależności od usługi

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



- Zadowolenie firm korzystających z Internetu stacjonarnego jest większe od zadowolenia z dostępu mobilnego we wszystkich elementach.



# Porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego

ROZDZIAŁ 5



# Korzystanie z telefonii

## porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



- Najbardziej rozpowszechnioną usługą telekomunikacyjną w firmach jest telefonia komórkowa – korzysta z niej 97% ogółu badanych firm.
  - Głównym źródłem informacji o operatorze są portale internetowe. O wyborze operatora decyduje atrakcyjność jego oferty: optymalizacja kosztów przy maksymalizacji dostępnych usług.
  - W przypadku małych, średnich i dużych firm pomocny okazuje się również opiekun klienta, który potrafi doradzić najbardziej optymalne rozwiązanie.
- Z telefonii stacjonarnej korzysta 30% ogółu badanych firm. Wykorzystywana jest głównie w firmach sektora SME (od 10 do 49 zatrudnionych) oraz w firmach LMA (powyżej 50 zatrudnionych). Jej wykorzystanie w mikroprzedsiębiorstwach, a zwłaszcza startupach (innowacyjnych firmach działających do roku) jest niewielkie.
- Z faksu korzysta 19% ogółu podmiotów gospodarczych, przy czym w firmach dużych jest to aż 83%, w przedsiębiorstwach zatrudniających 10-49 pracowników – 46%.
  - Przedstawiciele startupów nie decydują się na korzystanie z faksu.
  - Dla małych, średnich i dużych firm posiadanie faksu wciąż stanowi konieczność, ze względu na przyzwyczajanie do tego rodzaju kontaktu przez niektóre przedsiębiorstwa i urzędy.

# Korzystanie z Internetu

porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



- Dostęp do Internetu posiada 80% przedsiębiorstw.
  - Dominuje dostęp stacjonarny do Internetu – posiada go 72% firm korzystających z sieci. Warto zauważyć, że w tej grupie 89% firm zatrudniających 50 i więcej pracowników, posiada stałe łącze.
  - Dostęp mobilny jest używany rzadziej – jego użytkownicy stanowią 31% badanych przedsiębiorstw korzystających z Internetu, częściej korzystają z niego mikrofirmy.
- Internet stacjonarny uważany jest za bardziej stabilny niż Internet mobilny. Zarówno startupy jak i większe firmy, których specyfika wymaga przemieszczania się korzystają także z Internetu mobilnego.
  - Właściciele startupów uważają posiadanie dostępu do Internetu za niezbędne do prowadzenia działalności. Ze względu na zadowalającą jakość, startupy posiadają Internet stacjonarny z WI-FI.
  - Badane średnie i duże firmy coraz częściej korzystają zarówno z Internetu stacjonarnego jak i mobilnego na wszelkiego typu urządzeniach mobilnych (tabletach, smartfonach). Korzystanie z dwóch sposobów korzystania z Internetu związane jest z profilem działalności. Badani przedsiębiorcy przyznają, że pracownicy są teraz coraz bardziej mobilni i potrzebują takiego sposobu dostępu do Internetu, który umożliwi im dostęp do firmowych dokumentów także poza biurem.
- Prawie trzy czwarte (71%) firm posiadających dostęp do Internetu zna usługę LTE. Znajomość tej usługi jest największa w firmach zatrudniających minimum 50 pracowników.

# Korzystanie z nowych technologii

## porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



- Z telefonii VoIP korzysta nieznaczny odsetek mikro i małych firm, natomiast wśród firm zatrudniających minimum 50 pracowników ten odsetek sięga 11%.
  - Technologia VoIP jest znana badanym jednak nie uważają jej oni za niezbędną. Przedsiębiorcy sięgają po Skype, który jest najczęściej wymienianym programem służącym do komunikacji. Wykorzystują go głównie do rozmów między pracownikami w firmie.
- Startupy są bardziej otwarte na korzystanie z zaawansowanych usług telekomunikacyjnych. Usługi z jakich korzystają lub planują skorzystać w najbliższym czasie to m.in. Machine2Machine, usługi w chmurze, centralki telefoniczne, telekonferencje.
- Wykorzystywanie zaawansowanych usług telekomunikacyjnych przez średnie i duże przedsiębiorstwa jest ograniczone, jednak powoli staje się bardziej popularne. Rzadziej niż przedstawiciele startupów korzystają oni również z usług firm o zasięgu globalnym działających w Internecie. Przedsiębiorcy coraz częściej decydują się na korzystanie z usług w chmurze.

# Internet of Things (w skrócie IoT, pol. Internet rzeczy)

## porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



- Jedna czwarta (25%) przedstawicieli badanych firm słyszała o Internecie rzeczy.
- Wykorzystanie rozwiązań działających w systemie Machine2Machine deklaruje jedynie 3% ogółu firm.
  - Rozwiązania związane z prowadzeniem inteligentnego biura nie leżą w planach startupów. Jedynym elementem, który biorą pod uwagę, jest wprowadzenie monitoringu biura. Nie jest to jednak działanie zaplanowane na najbliższą przyszłość.
  - Powodem, dla którego firmy nie korzystają z rozwiązań M2M są obawy dotyczące bezpieczeństwa danych oraz granic inwigilowania swoich pracowników, jak również niska wiedza na temat tych rozwiązań i ich wysokie koszty.
- Niewiele firm (6%) rozważa korzystanie w przyszłości z rozwiązań opartych na zasadzie M2M. Warto zauważyć, że zainteresowanie tego typu rozwiązaniami jest większe (12%) w firmach zatrudniających 50 i więcej pracowników.
  - Startupy obawiają się, że wprowadzenie rozwiązań związanych z prowadzeniem inteligentnego biura może spowodować poczucie dyskomfortu wśród pracowników lub może zostać wykorzystane przed podmioty zewnętrzne.

# Bezpieczeństwo w sieci

porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



- Zdecydowana większość (92%) firm jest świadoma zagrożeń płynących z dostępu do sieci i stosuje zabezpieczenia przed potencjalnymi zagrożeniami. W firmach zatrudniających od 10 do 49 pracowników wykorzystanie zabezpieczeń deklaruje 98% badanych, a w przedsiębiorstwach zatrudniających przynajmniej 50 pracowników 99%.
  - Nie wszystkie startupy są świadome potrzeby ochrony danych firmowych i danych klientów (poza startupami telekomunikacyjnymi). Większość jednak chroni się zabezpieczeniami fizycznymi (np. dodatkowe blokady) oraz zwiększa trudność haseł dostępu.
  - Dużo większą wiedzę na temat bezpieczeństwa danych posiadają średnie i duże firmy. Większość z nich posiada politykę bezpieczeństwa danych oraz pracownika oddelegowanego do zajmowania się tą kwestią.
- Prawie połowa (45%) ogółu firm zawsze czyta regulaminy korzystania z usług internetowych (poczta, komunikatory, publiczne sieci WiFi) przed ich akceptacją. Taka świadomość jest większa (69%) w firmach zatrudniających 50 i więcej pracowników.
- Co szósta (16%) firma przyznaje, że padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez nią danych.



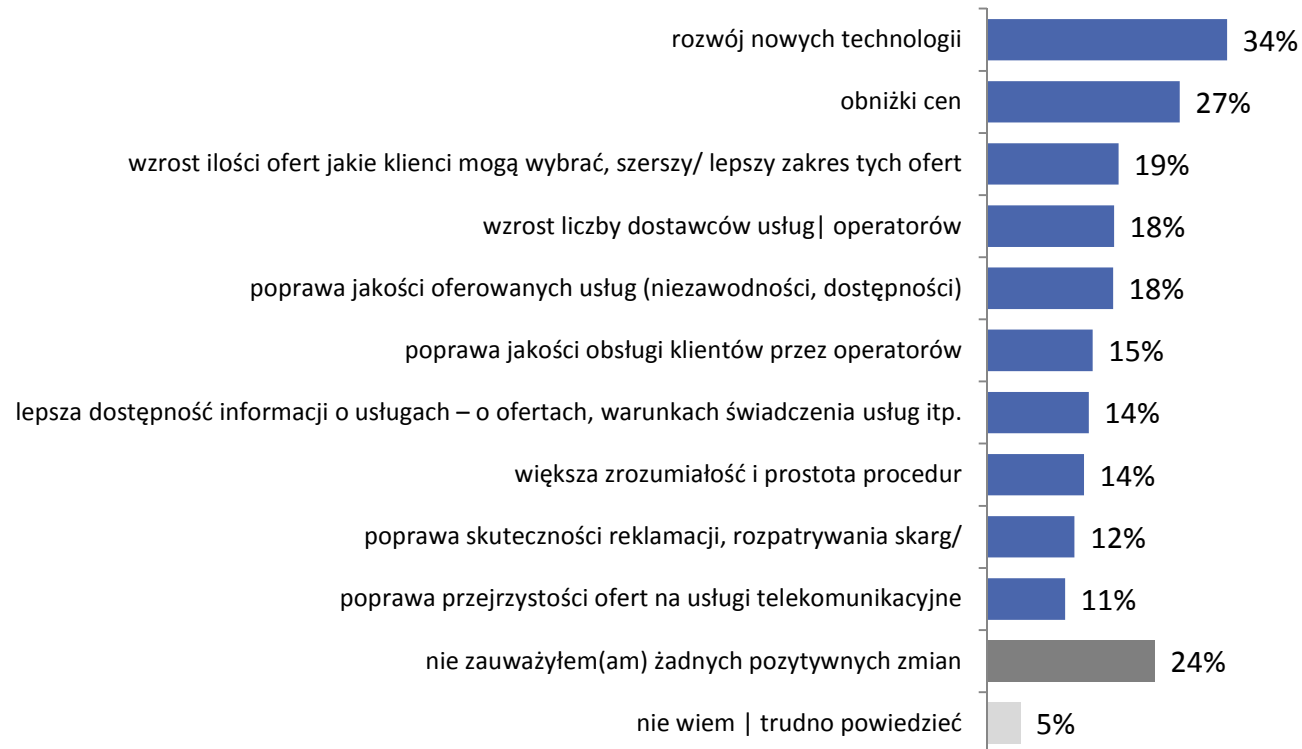
# Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego

ROZDZIAŁ 6

# Pozytywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym

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

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418

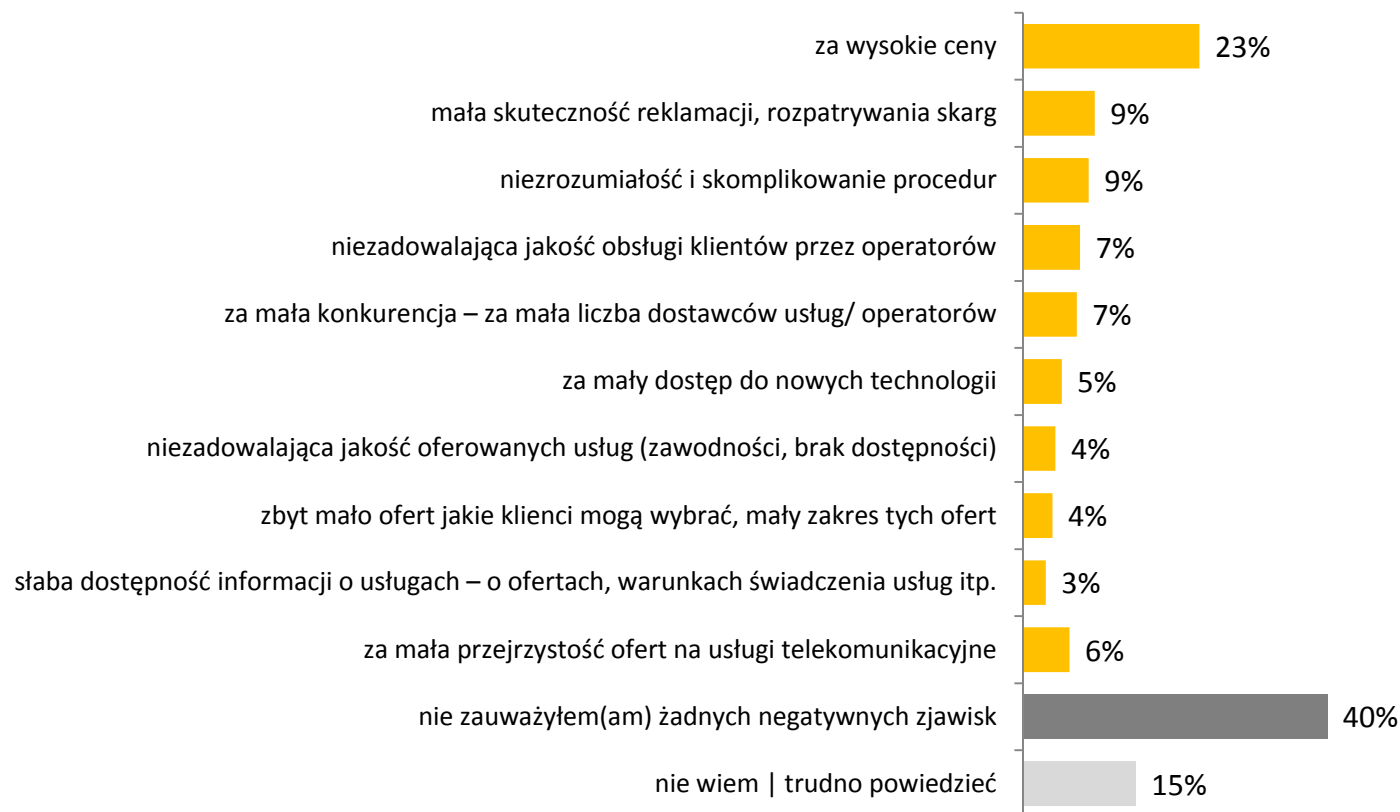


- Najczęściej wskazywaną pozytywną zmianą na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku jest rozwój nowych technologii.
- Mimo relatywnie niskiego zadowolenia z kosztów usług telekomunikacyjnych, klienci dostrzegają obniżki cen na tym rynku.

# Negatywne zjawiska na rynku telekomunikacyjnym

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

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



- *Prawie jedna czwarta (23%) firm za negatywne zjawisko zaobserwowane w ciągu ostatniego roku uznała zbyt wysokie ceny. Przeszło połowa (55%) firm nie wskazała żadnych negatywnych zjawisk.*

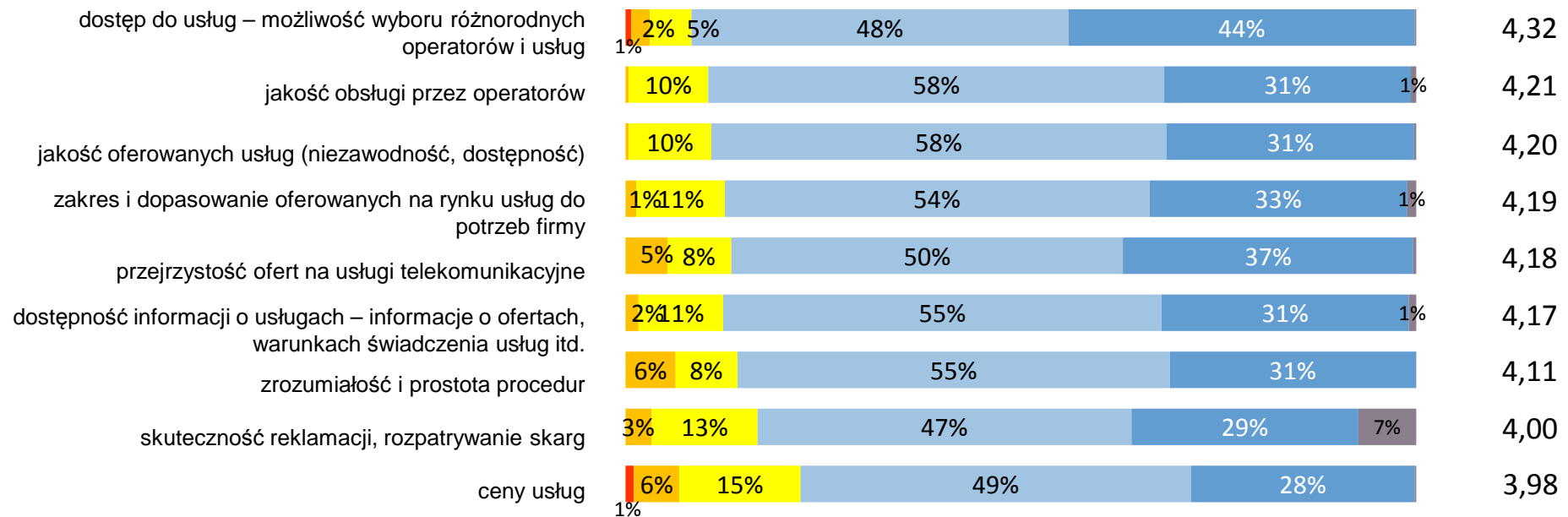


# Ogólna ocena funkcjonowania rynku

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

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418

Średnia:



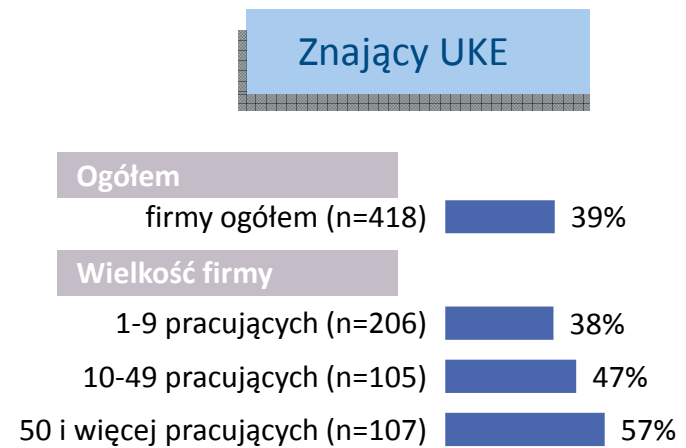
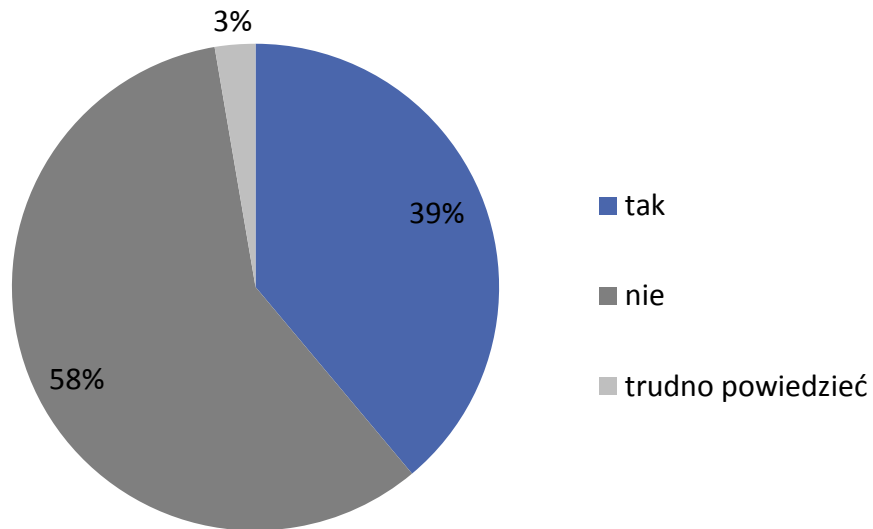
■ 1 - bardzo źle ■ 2 - raczej źle ■ 3 - ani dobrze, ani źle ■ 4 - raczej dobrze ■ 5 - bardzo dobrze ■ nie wiem | trudno powiedzieć

- *Najlepiej ocenianym aspektem polskiego rynku telekomunikacyjnego jest dostęp do usług – możliwość wyboru różnorodnych operatorów i usług.*
- *Najmniej satysfakcjonującym aspektem działania polskiego rynku jest skuteczność rozpatrywania skarg i reklamacji oraz ceny usług.*

# Znajomość UKE

## O5. Czy słyszeli Państwo o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej?

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418

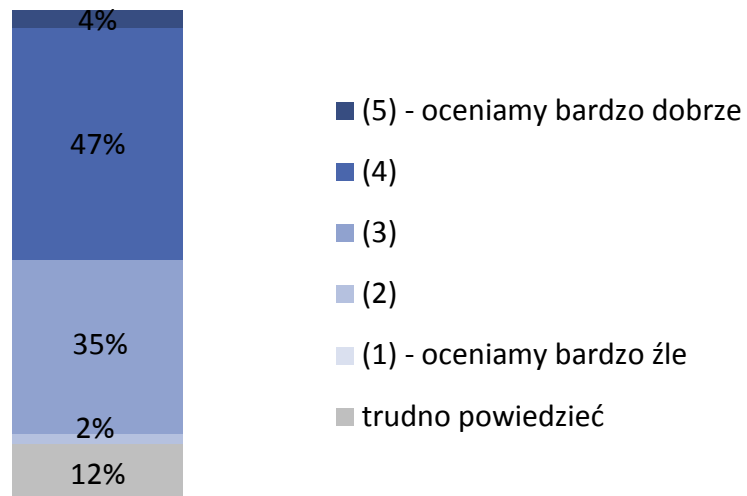


- 39% przedstawicieli firm słyszało o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej.
- Znajomość UKE jest najwyższa wśród największych przedsiębiorstw – zatrudniających od 50 pracowników.

# Ocena działalności UKE

## O5a. Jak oceniają Państwo dotychczasową działalność Urząd Komunikacji Elektronicznej?

Podstawa: Firmy, które słyszały o działalności UKE, n=209



- Połowa (51%) osób, które słyszały o działalności UKE, wyraża pozytywną opinię o Urzędzie. Opinię negatywną wystawia jedynie 2% firm. Jedna ósma badanych nie potrafi ocenić działalności Urzędu.



# Podstawowe informacje o firmach

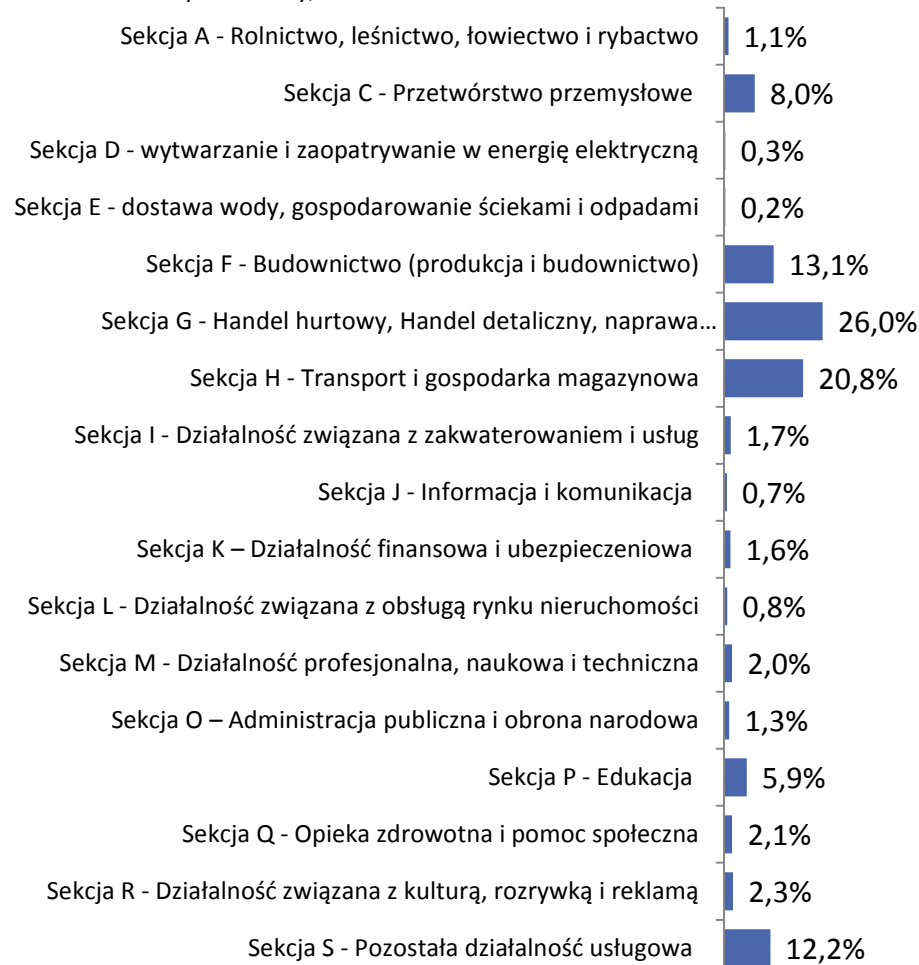
ROZDZIAŁ 7

# Podstawowe informacje o firmach

## Branża

### S3. W jakiej branży działa firma?

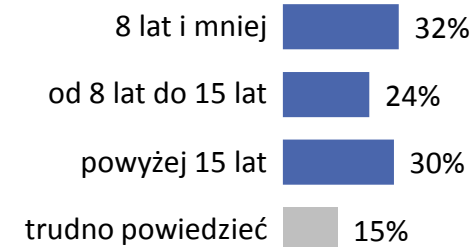
Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



## Staż firmy na rynku

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

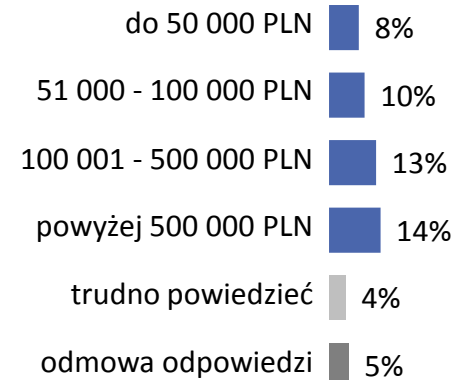
Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



## Obroty

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

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



# Podstawowe informacje o firmach - respondent

## Stanowisko zajmowane w firmie

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

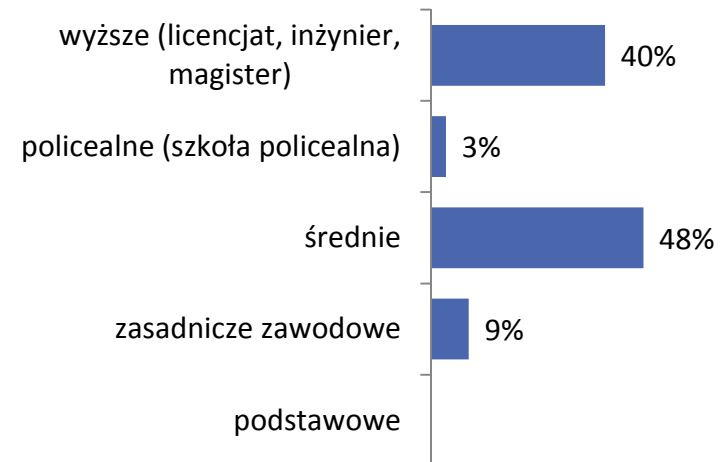
Podstawa: Wszystkie firmy, n=418



## Wykształcenie

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

Podstawa: Wszystkie firmy, n=418





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