

# Rynek usług telekomunikacyjnych w Polsce w 2015 roku

Raport z badania klientów indywidualnych

Grudzień 2015 r.

# Zawartość raportu

	Nr slajdu
<b>Podstawowe informacje o badaniu</b>	<b>6</b>
<b>Najważniejsze wyniki i wnioski</b>	<b>10</b>
<b>Rozdział 1. Korzystanie z usług telekomunikacyjnych</b>	<b>27</b>
Korzystanie z usług	28
Profil użytkowników	29
<b>Rozdział 2. Rynek Internetu stacjonarnego i mobilnego</b>	
<b>2.1. Korzystanie i dostęp do Internetu – ogółem</b>	<b>35</b>
Korzystanie z Internetu – częstotliwość i miejsca	36
Częstotliwość korzystania z usług internetowych	38
Posiadanie prywatnego dostępu do Internetu	41
„Portret” posiadaczy dostępu do internetu	42
<b>2.2. Internet stacjonarny</b>	<b>44</b>
Czynniki wyboru dostawcy Internetu stacjonarnego	45
Zadowolenie z usług dostawcy	46
Rzeczywista i preferowana prędkość Internetu stacjonarnego	47
Wysokość wydatków na Internet stacjonarny	48
Substytucja Internetu stacjonarnego	49
Reklamacje i skargi u dostawcy	50
„Portret” posiadaczy dostępu stacjonarnego	52

# Zawartość raportu

	Nr slajdu
2.3. Internet mobilny	<b>53</b>
LTE – znajomość i korzystanie	54
Powody korzystania z Internetu mobilnego	56
Czynniki wyboru dostawcy	57
Zadowolenie z usług dostawcy	58
Limit transferu danych w Internecie mobilnym	59
Przekraczanie limitu i wysokość opłat za mobilne łącze	60
Substytucja Internetu mobilnego	61
Reklamacje i skargi u dostawcy	62
„Portret” posiadaczy dostępu mobilnego	64
2.4. Internet of Things / Machine2Machine	<b>65</b>
Znajomość i korzystanie	66
Korzystanie i zamiar korzystania z rozwiązań w ramach M2M	68
Wykorzystywane karty SIM i wysokość opłat	69
Korzyści i zagrożenia rozwiązań M2M	70
2.5. Bezpieczeństwo w sieci	<b>73</b>
2.6. Niekorzystanie z Internetu	<b>76</b>
2.7. Publiczny bezpłatny dostęp do Internetu	<b>79</b>
<b>Rozdział 3. Rynek telefonii komórkowej i stacjonarnej</b>	
3.1. Korzystanie z telefonii ogółem	<b>83</b>
Korzystanie z usług telefonii stacjonarnej i komórkowej	84

# Zawartość raportu

	Nr slajdu
<b>3.2. Telefonia komórkowa</b>	<b>89</b>
Ważność posiadania telefonu komórkowego i rodzaj aparatu	90
Rodzaj użytkowanej oferty	91
Liczba aktywnych numerów	97
Częstotliwość korzystania z usług w telefonie komórkowym	98
Internet w telefonie komórkowym	99
Czynniki wyboru operatora	101
Zadowolenie z usług operatora telefonii komórkowej	102
Wysokość rachunku za telefon komórkowy	103
Substytucja telefonii komórkowej	104
Zmiana operatora	105
Reklamacje i skargi składane u operatora	106
Usługi Premium Rate	108
Roaming	110
„Portret” użytkowników telefonii komórkowej	113
Nieposiadanie telefonu komórkowego	114
<b>3.3. Telefonia stacjonarna</b>	<b>116</b>
Typ posiadanej linii stacjonarnej i dostawcy usługi	117
Powody i ważność korzystania z telefonii stacjonarnej	118
Częstotliwość korzystania z telefonii stacjonarnej	119

# Zawartość raportu

	Nr slajdu
Czynniki wyboru operatora	120
Zadowolenie z usług operatora	121
Wydatki i zainteresowanie VoIP	122
Substytucja telefonii stacjonarnej	123
Zmiana operatora	124
Reklamacje i skargi składane u operatora	125
„Portret” użytkowników telefonii stacjonarnej	126
Warunki przyłączenia telefonu stacjonarnego	127
Nieposiadanie telefonu stacjonarnego	129
<b>3.4. Elementy usługi powszechnej</b>	<b>131</b>
Ogólnokrajowe Biuro Numerów	132
Ogólnokrajowy Spis Abonentów	133
Publiczne Aparaty Samoinkasujące	135
Faks	138
<b>Rozdział 4. Usługi wiązane</b>	<b>139</b>
Korzystanie z usług wiązanych	140
Zadowolenie z usług wiązanych	143
Wydatki na usługi wiązane	144
<b>Rozdział 5. Porównanie usług telekomunikacyjnych</b>	<b>145</b>
<b>Rozdział 6. Porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego</b>	<b>135</b>
<b>Rozdział 7. Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego</b>	<b>159</b>
Pozytywne i negatywne zjawiska na rynku	160
Znajomość i ocena UKE	163



## Podstawowe informacje o badaniu

# Podstawowe informacje o badaniu

## Cele badania:

Celem badania było poznanie opinii klientów indywidualnych na temat rynku usług telekomunikacyjnych.

Usługi objęte badaniem to:

- telefonia: stacjonarna, VoIP, komórkowa, w tym usługi Premium Rate
- Internet: dial-up, stacjonarny, mobilny, Internet rzeczy
- usługi wiązane (pakiety)
- elementy usługi powszechnej - Ogólnopolskie Biuro Numerów, Ogólnopolski Spis Abonentów, Publiczne Aparaty Samoinkasujące, faks
- bezpieczeństwo w sieci

Dodatkowo, celem badania było zebranie ogólnych opinii konsumentów o rynku telekomunikacyjnym w Polsce i zmianach na nim następujących.

## Metoda badawcza:

Badanie przeprowadzono metodą bezpośrednich wywiadów ankierskich, wspomaganym komputerowo – CAPI (Computer Assisted Personal Interview).

## Próba:

Badanie zrealizowano na ogólnopolskiej próbie losowo-adresowej 1600 osób (operat: PESEL), reprezentatywnej dla populacji Polski w wieku 15 lat i więcej.

**Termin realizacji:** 13 października – 3 listopada 2015

# Podstawowe informacje o badaniu

## Metoda doboru próby:

W badaniu zastosowano próbę losową, warstwowaną według województwa i wielkości miejscowości. Założono następujący podział na poszczególne warstw:

- 16 województw,
- 5 kategorii wielkości miejscowości: wieś, miasto do 20 tys., miasto 20-50 tys., miasto 50-200 tys., miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

Adresy zostały wylosowane dla każdej celki próby wg województwa i wielkości miejscowości zamieszkania.

## Źródła danych dla warstwowania i ważenia:

Struktura warstw została wyznaczona na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego stan na 2014.

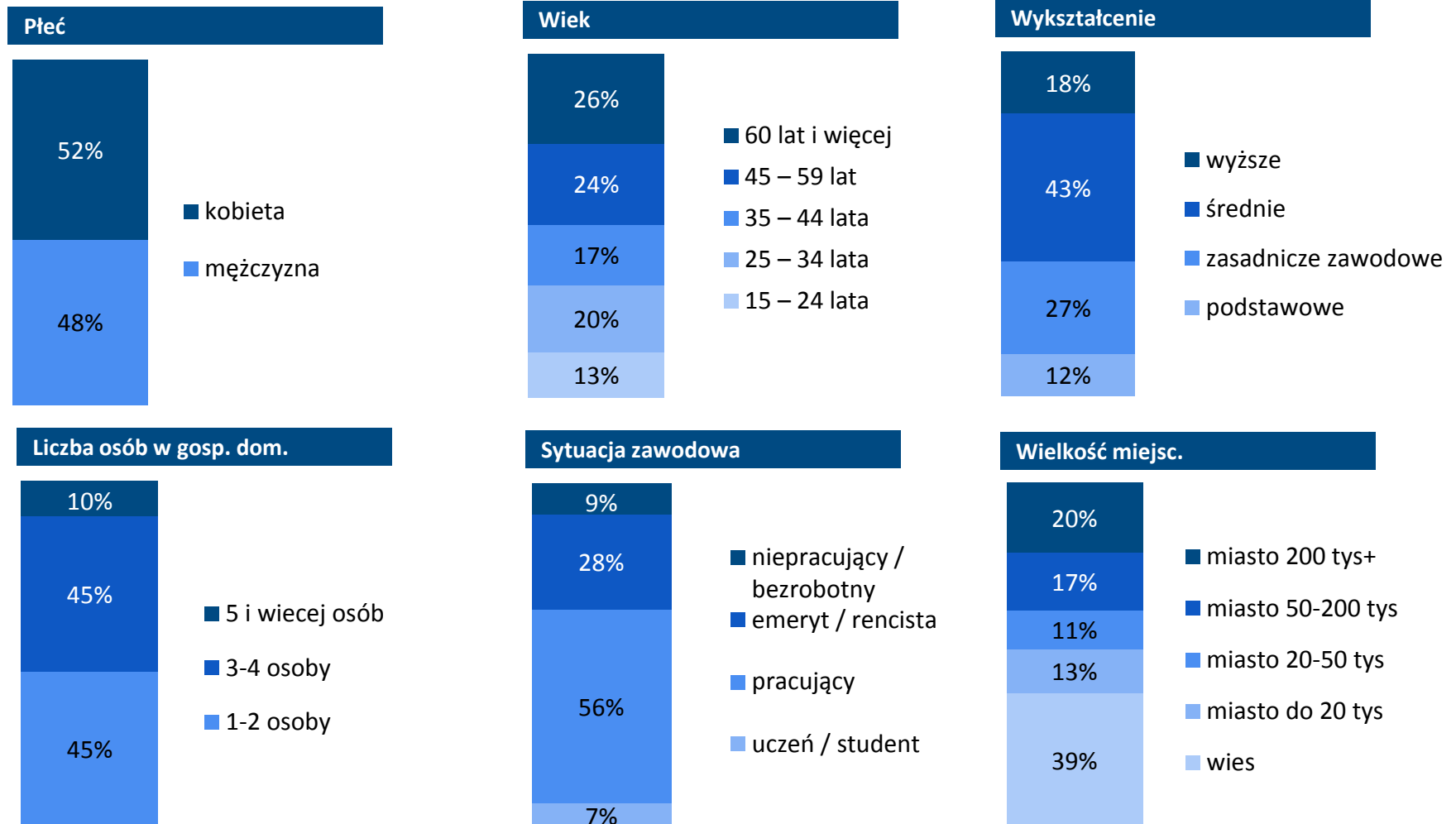
## Ważenie wyników:

Dane wynikowe z badania zostały zważone wg struktury Polaków w wieku 15 lat i więcej. Przy tworzeniu wagi uwzględniono następujące cechy: płeć, wiek, wykształcenie oraz wielkość miejscowości zamieszkania.

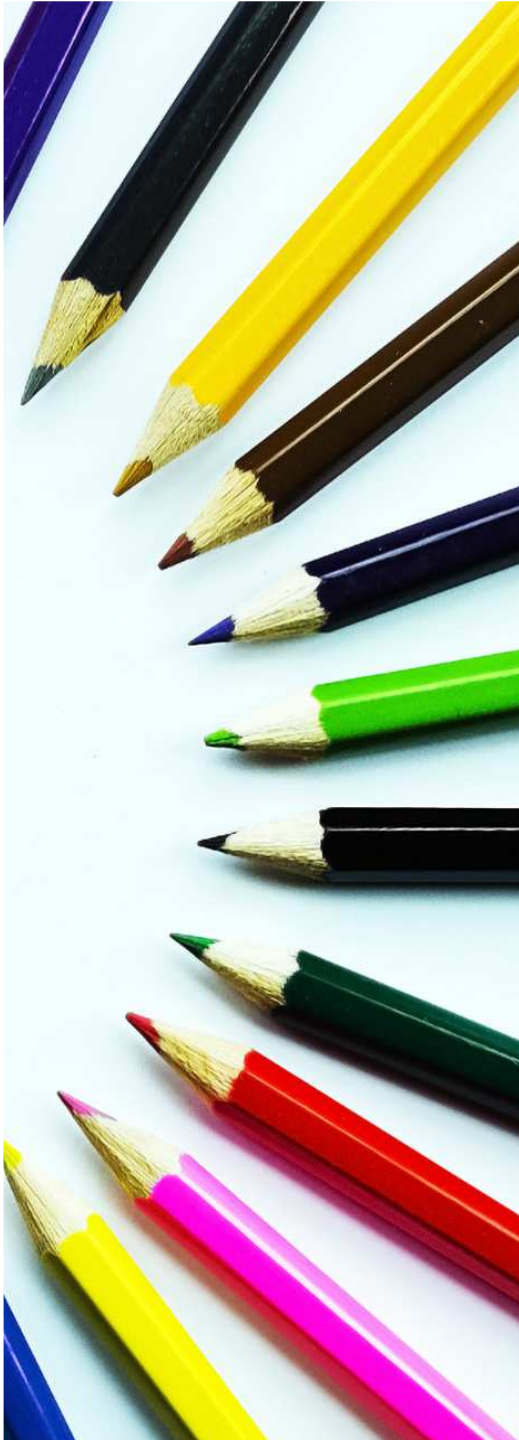
Dane procentowe prezentowane w raporcie są zważone, natomiast dane o liczbie osób odpowiadających na pytanie (n) są nieważone.



# Struktura próby ze względu na podstawowe cechy społeczno-demograficzne



Dane zostały dowożone do rzeczywistej struktury populacji Polaków w wieku 15 lat i więcej.



## Najważniejsze wyniki i wnioski

## Ogólna sytuacja na rynku usług telekomunikacyjnych

- Nasylenie usługami telekomunikacyjnymi na rynku klientów indywidualnych jest wysokie. Tylko 3% Polaków w wieku 15 lat i więcej nie posiada żadnej usługi (telefonu komórkowego, telefonu stacjonarnego, ani dostępu do Internetu).
- Najczęściej wykorzystywane są telefony komórkowe – posiada je 92% badanych. Telefon stacjonarny jest podłączony w 24% gospodarstw domowych, a z dostępu do Internetu (niezależnie od rodzaju łącza) korzysta 69% osób.
- Pod względem współkorzystania z usług telekomunikacyjnych, największą grupę stanowią osoby korzystające z telefonu komórkowego i Internetu stacjonarnego (33% badanych). Tylko z telefonu komórkowego korzysta 21% osób, 16% posiada telefon komórkowy i Internet mobilny, a 14% użytkuje oba rodzaje telefonów oraz Internet stacjonarny.

## Czynniki różnicujące poziom wykorzystania usług telefonicznych

- Zmienne demograficzne różnicują korzystanie z usług telekomunikacyjnych, szczególnie wyraźny wpływ ma wiek, wykształcenie oraz sytuacja zawodowa.
- Korzystanie z telefonu komórkowego maleje wraz ze wzrostem wieku (73% w grupie 60 lat i więcej). Również penetracja Internetu (zarówno stacjonarnego jak i mobilnego) jest coraz niższa w kolejnych przedziałach wiekowych. Wraz ze wzrostem wieku zwiększa się natomiast wskaźnik posiadania stacjonarnego.
- Osoby charakteryzujące się wyższym wykształceniem częściej korzystają ze wszystkich usług telekomunikacyjnych – telefon komórkowy (97%), telefon stacjonarny (28%), Internet stacjonarny (74%) oraz internet mobilny (21%).
- Emeryci i renciści rzadziej korzystają z telefonu komórkowego (73%) i dostępu do Internetu (dostęp stacjonarny – 19%, dostęp mobilny – 6%). Częściej natomiast niż inne grupy zawodowe użytkują telefon stacjonarny (34%).
- W gospodarstwach 1-2 osobowych nieco rzadziej korzysta się zarówno z telefonu komórkowego (85%), jak i Internetu (stacjonarnego – 30%, mobilnego – 12%) niż w rodzinach wieloosobowych.
- Im wyższe miesięczne dochody na osobę, tym częściej wykorzystywane są telefony komórkowe (penetracja wynosi od 89% przy dochodach poniżej 1100 zł, do 97% przy dochodach przekraczających 2000 zł), Internet stacjonarny (42% – 51%) oraz Internet mobilny (13% – 28%).

## Powody niekorzystania z usług telekomunikacyjnych

- Najczęstszym powodem niekorzystania z telefonu komórkowego jest ogólny brak potrzeby posiadania takiej usługi oraz substytucyjność telefonem stacjonarnym (po 36%). Prawie co czwarty badany z grupy osób nieposiadających komórki wskazuje na wysokość opłat jako na przeszkodę w korzystaniu z telefonu oraz na brak umiejętności obsługiwanie tego typu urządzeń.
- Brak dostępu do Internetu wiąże się w zdecydowanej większości przypadków z brakiem potrzeb (62% wskazań) lub niewystarczającymi umiejętnościami korzystania z usługi (51%). Ponad ¼ osób niekorzystająca z Internetu nie posiada odpowiedniego sprzętu umożliwiającego dostęp do sieci. Brak możliwości podłączenia Internetu w miejscu zamieszkania dotyka 4% respondentów nie posiadających Internetu.
- Głównym powodem niekorzystania z telefonu stacjonarnego jest posiadanie telefonu komórkowego (73%). Co czwarta osoba nieposiadająca telefonu uważa, że taka usługa nie jest mu w ogóle potrzebna, bo rzadko korzysta z usług głosowych.

## Korzystanie i dostęp do Internetu

- Z dostępu do Internetu korzysta 69% Polaków w wieku 15 lat i więcej, najczęściej w domu (96%), rzadziej natomiast w pracy (35%). Częstotliwość użytkowania jest bardzo wysoka – większość internautów korzysta z dostępu codziennie (52%) lub kilka razy w tygodniu (14%).
- Internet jest najczęściej wykorzystywany do sprawdzania poczty elektronicznej, odwiedzania portali internetowych i serwisów społecznościowych, słuchania muzyki przez Internet oraz używania komunikatorów.
- Osoby posiadające dostęp do Internetu korzystają ze stacjonarnego dostępu (71%), 26% użytkuje dostęp mobilny poprzez modemy, a 10% korzysta z dostępu mobilnego na telefonie komórkowym lub tablecie
- Dostęp mobilny w telefonie komórkowym lub tablecie posiada 7% Polaków w wieku 15 lat i więcej.

## Internet stacjonarny

- Kluczowe czynniki decydujące o wyborze dostawcy stacjonarnego Internetu to atrakcyjność cenowa oferty oraz prędkość łącza (59% i 58% wskazań).
- Dostępność połączenia, stabilność łącza oraz prędkość połączenia to elementy cieszące się największym zadowoleniem wśród użytkowników Internetu. Są to elementy, dla których średnie zadowolenia wyniosło ponad 4,2 (na 5-cio stopniowej skali).
- Średnia miesięczna opłata za korzystanie z Internetu stacjonarnego wynosi 55 zł.
- Posiadacze Internetu, którzy byli w stanie określić prędkość łącza posiadają dostęp o średniej prędkości 34 Mb/s. Dla większości badanych posiadana prędkość jest odpowiednia lub ewentualnie mogłaby ona być wyższa o średnio 6 Mb/s.
- Skłonność do substytucji Internetu stacjonarnego mobilnym jest średnia. 42% badanych byłaby zainteresowana zmianą dostępu, gdyby osiągnęła z tego powodu jakiegokolwiek korzyści. Czynnikiem determinującym tę decyzję jest atrakcyjna oferta cenowa (20% wskazań), lepsza jakość /zasięg Internetu mobilnego (18%) oraz podwyżka kosztów dostępu stacjonarnego (14%) średnio o 28%.
- W ciągu ostatniego roku 3% użytkowników stacjonarnego Internetu złożyło reklamację w związku z posiadaną usługą. Reklamacje dotyczyły głównie problemów z połączeniem z Internetem (81%).

## Internet mobilny

- Większość osób, które posiadają mobilny Internet, spotkała się z usługą LTE (86%), w tym ponad ¾ osób korzysta z takiej usługi. Zadowolenie z usługi jest bardzo duże.
- Dostęp mobilny jest wybierany przede wszystkim ze względu na atrakcyjną ofertę (40%). Chęć korzystania z Internetu poza domem np. w podróży skłoniła 29% badanych do zakupu usługi. Kluczowe elementy wyboru oferty to cena (42% wskazań), prędkość (40%) oraz stabilność połączenia (39%).
- Średnia miesięczna opłata za korzystanie z Internetu mobilnego 55 zł, podobnie jak w przypadku Internetu stacjonarnego.
- Prawie połowa badanych (47%) nie zrezygnowałaby z dostępu mobilnego na rzecz stacjonarnego. Prawie 1/3 badanych byłaby zainteresowana taką zmianą, gdyby została im przedstawiona atrakcyjna oferta dostępu stacjonarnego. 24% osób mogłoby zmienić usługę, gdyby łącze stacjonarne charakteryzowało się lepszą jakością, a 18% zmieniłoby dostęp gdyby koszty łącza mobilnego wzrosły o średnio 34%.
- Reklamację u dostawcy Internetu mobilnego w ciągu ostatniego roku składał zaledwie 1% badanych.



## Internet of Things / Machine 2 Machine

- Co dziesiąty Polak spotkał się z pojęciem „internet rzeczy” i/lub „machine2machine”. 17% osób, które znają to pojęcie korzysta z tego typu rozwiązań (stanowi to prawie 2% całej badanej populacji).
- Połowa osób nie korzystających z takich rozwiązań byłaby zainteresowana korzystaniem w przyszłości.
- Smart TV (82%) to najczęściej wymieniane urządzenia działające w ramach M2M. Co 3 badany wskazał na lokalizatory GPS, a 18% osób korzysta z zaawansowanych technologicznie gadżetów, które nosimy na sobie (ang. wearables).
- Zainteresowanie rozwiązaniami działającymi w ramach M2M jest duże. Badani chcieliby głównie korzystać z takich udogodnień jak: smart TV, powiadamianie o zdarzeniach drogowych, inteligentny licznik zużycia energii elektrycznej, lokalizacja GPS, czy inteligentny samochód. Rozwiązania te wskazało co najmniej  $\frac{3}{4}$  osób planujących korzystanie z M2M.
- Główne korzyści jakie przynosi korzystanie z rozwiązań IoT/M2M to lepsze dopasowanie usług do potrzeb (51%), możliwość sprawdzenia istotnych parametrów dotyczących oferowanych przez przedsiębiorców produktów i usług w czasie rzeczywistym oraz większe poczucie kontroli nad sprzętami (po 30% wskazań).
- Najczęściej wskazywanymi zagrożeniami związanymi z korzystaniem z IoT/M2M są możliwe ataki na urządzenia działające w sieci IoT (45%), zmniejszenie poczucie bezpieczeństwa (27%) oraz brak kontroli nad firmami sprzedającymi rozwiązania IoT (26%).

## Bezpieczeństwo w sieci

- Ponad 2/3 korzystających z Internetu posiada programy antywirusowe, anty spyware lub inne pozwalające zabezpieczyć komputer czy laptop przed potencjalnymi zagrożeniami.
- Co trzeci użytkownik Internetu nie czyta regulaminów przed ich akceptacją. „Zawsze” takie czynności wykonuje 23% korzystających z Internetu, a „czasami” czyni to 41%.
- Ponad 2/3 korzystających z Internetu ma świadomość udostępniania przez siebie danych, a 9% osób padło ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych danych (6% - raz, a 3% - wiele razy).

## Publiczny dostęp do Internetu

- Wśród osób posiadających aktualnie dostęp do sieci w domu 45% osób nie widzi potrzeby korzystania z publicznego Internetu. Jedynie 5% skłonnych byłoby zrezygnować z dotychczasowej usługi na rzecz dostępu publicznego, a 19% korzystałaby z niego jako dodatku do posiadanego łącza.
- Wśród osób nie mających dostępu do Internetu, zainteresowanie korzystaniem z bezpłatnego dostępu deklaruje 14% badanych.
- Brak zainteresowania dostępem publicznym wynika głównie z braku potrzeby korzystania ogólnie z Internetu (70% wskazań). Niewystarczające umiejętności korzystania z Internetu, nieznajomość obsługi sprzętu, czy brak odpowiedniego sprzętu wskazało odpowiednio 50%, 37% i 29% badanych.

## Telefonia komórkowa

- Biorąc pod uwagę jedynie posiadanie usług telefonicznych, korzystanie tylko z telefonu komórkowego deklaruje prawie  $\frac{3}{4}$  badanych. Z telefonu stacjonarnego i komórkowego równolegle korzysta 19% osób, a tylko z telefonu stacjonarnego 5%. Osoby bez żadnego telefonu stanowią 3% wszystkich badanych.
- Posiadanie telefonu komórkowego jest ważne lub zdecydowanie ważne dla niemal wszystkich użytkowników usługi (93%).
- Zdecydowana większość użytkowników korzysta z jednego numeru komórkowego (91% wskazań).
- Blisko połowa respondentów deklaruje korzystanie z oferty na abonament (53%) lub z oferty na kartę (42%), a jedynie 7% osób posiada ofertę mix.
- Ponad połowa użytkowników telefonu komórkowego (54%) korzysta ze smartfona.
- Głównym czynnikiem wyboru operatora sieci komórkowej jest jakość połączenia i zasięg oraz atrakcyjna cenowo oferta.
- Zadowolenie klientów telefonii komórkowej jest wysokie, najwyżej oceniana jest jakość usług, obsługa w punkcie sprzedaży oraz zakres i wybór ofert (dopasowanie usług do potrzeb).
- Średnie wydatki na telefon komórkowy wyniosły 49 złotych. Wydatki różnią się w zależności od rodzaju oferty. Klienci korzystający z telefonów na kartę wydają średnio 35 zł, w przypadku ofert abonamentowych miesięczne koszty sięgają poziomu 62 zł, natomiast dla opcji mix – 50zł.
- Podwyżka kosztów korzystania z telefonii komórkowej motywowałaby do zmiany rodzaju telefonii tylko 6% badanych. Zdecydowana większość użytkowników telefonii komórkowej nie zrezygnowałaby z usługi (86%).

## Telefonia komórkowa

- Operatora komórkowego zmieniło w ciągu ostatniego roku 5% badanych, najczęściej byli to starsi respondenci.
- W ciągu ostatniego roku reklamę składało 3% badanych. W prawie połowie przypadków dotyczyła ona błędnej faktury (43% wskazań). Jako powody reklamacji wskazywano również: nieprawidłowe włączenie lub wyłączenie usługi dodanej i awarię sieci (brak zasięgu).
- Z usług Premium Rate korzysta jedynie 18% respondentów posiadających telefon komórkowy. Osoby korzystające najczęściej wysyłają płatne smsy na akcje charytatywne (10%) i konkursy (6%). Niewielki odsetek osób kupuje za ich pomocą dzwonki, muzykę tapety i gry lub bierze udział w głosowaniach.
- Spośród osób wyjeżdżających w ostatnim roku za granicę, 66% korzystało z roamingu. Mniej niż połowa korzystających z roamingu podejmuje różne kroki w celu obniżenia kosztów usług (48%). Najczęściej polega to na wysyłaniu SMS zamiast dzwonienia (21% wskazań), blokowaniu transmisji danych w telefonie (17%) lub korzystaniu z alternatywnych technologii (13%). Usługami najczęściej wykorzystywanymi za granicą są połączenia przychodzące i wychodzące oraz wysyłanie i odbieranie SMSów (z usług tych korzysta co najmniej 62% osób). Korzystanie z MMSów i Internetu zdarza się raczej rzadko za granicą.

## Telefonia stacjonarna

- Respondenci korzystają z telefonu stacjonarnego głównie z przyzwyczajenia (51% wskazań). Kolejne wskazywane powody to chęć posiadania tańszego internetu (brak opłat za utrzymanie łącza) – 21%, niższe opłaty niż w przypadku telefonu komórkowego oraz lepsza jakość połączeń niż w usłudze komórkowej (po 13% wskazań).
- Posiadanie telefonu stacjonarnego jest mniej ważne niż posiadanie telefonu komórkowego, jednak prawie  $\frac{3}{4}$  użytkowników uważa, że ten rodzaj telefonu jest dla nich ważny (70%).
- Telefony stacjonarne służą głównie do wykonywania połączeń na krajowe numery stacjonarne oraz numery komórkowe. Kilka razy w tygodniu takie połączenia wykonuje 51% (numery stacjonarne) i 25% (numery komórkowe).
- Głównymi kryteriami wyboru operatora telefonii stacjonarnej są czynniki cenowe – atrakcyjność cenowa oferty oraz promocji i rabatów. W dalszej kolejności badani wymieniali: zakres oferowanych usług oraz jakość obsługi przez infolinię.
- Średnie miesięczne opłaty za korzystanie z telefonu stacjonarnego wyniosły 45 zł.
- Prawie  $\frac{1}{3}$  badanych zrezygnowałaby z telefonu stacjonarnego na rzecz komórkowego, gdyby nastąpiła podwyżka kosztów, średnio o 28%. Mniej niż połowa respondentów (44%) deklaruje, że nic nie skłoniłoby ich do rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej.

## Elementy usługi powszechnej – OSA, OBN, PAS i faks

- Korzystanie z elementów usługi powszechnej jest niewielkie :
  - z Ogólnokrajowego Biura Numerów (OBN) korzystało w ciągu ostatniego roku 10% badanych, z czego większość tylko kilka razy w roku,
  - z Ogólnokrajowego Spisu Abonentów (OSA) - 6% badanych (głównie z wersji książkowej), z czego ponad połowa raz na pół roku lub rzadziej,
  - z Publicznych Aparatów Samoinkasujących (tzw. budek telefonicznych) – 1% badanych,
  - z faksu w domu - jedynie 0,8% badanych.
- Ponad 1/3 badanych byłaby zainteresowana korzystaniem z internetowej formy spisu, gdyby nie wiązało się to z dodatkowymi kosztami.

## Usługi wiązane

- Z usług wiązanych korzysta 23% badanych i odsetek ten w ciągu roku wzrósł o 7 p.p.
- Najczęściej wiązane są usługi stacjonarne, w tym głównie Internet, który wchodzi w skład 70% ogółu pakietów. Najpopularniejsze typy pakietów obejmują 2 usługi: telewizję i Internet stacjonarny – 34% lub telefon komórkowy i Internet mobilny – 16%. Pakiet składający się z 3 usług: telewizji, Internetu stacjonarnego i telefonu stacjonarnego posiada 13% użytkowników.
- Klienci usług wiązanych są z nich bardzo zadowoleni – doceniają zwłaszcza wygodę korzystania, przejrzystość oferty oraz jakości usług (dostępność, niezawodność).
- Średnie wydatki na pakiet double play (2 usługi) wynoszą 98 zł., a w przypadku triple play (3 usługi) – 129 zł.



## Opinia o rynku telekomunikacyjnym

- Większość klientów indywidualnych dostrzega szereg pozytywnych zmian na polskim rynku usług telekomunikacyjnych (72%).
- W ciągu ostatniego roku badani dostrzegli i pozytywnie ocenili rozwój nowych technologii oraz obniżkę cen na rynku telekomunikacyjnym (32% i 30%). Co 5 badany zauważył poprawę w zakresie oferowanych usług oraz wzrost liczby operatorów.
- Głównym przedmiotem krytyki są za wysokie ceny (14%) oraz niezrozumiałość i skomplikowane procedury (8%). Negatywnych zjawisk na rynku telekomunikacyjnym nie zauważa 63% badanych.
- O Urzędzie Komunikacji Elektronicznej słyszało 18% badanych, w większości oceniają go oni pozytywnie (56%) lub neutralnie (23%). Co piąty badany nie ma zdania na temat UKE.

## Najistotniejsze zmiany w wynikach - 2015 vs 2014

- W ciągu ostatniego roku zauważyć można wzrost korzystających z telefonii komórkowej (z 88% do 92%). Coraz częściej wykorzystuje się również smartfony (wzrost o 10 p.p.). Nieznacznie zmalał odsetek osób korzystających z oferty na kartę, wzrosło za to posiadanie ofert abonamentowych. Polacy coraz częściej korzystają z Internetu w telefonie (39% w 2014r. i 46% w 2015r.).
- Posiadanie telefonu stacjonarnego utrzymuje się na podobnym poziomie jak przed rokiem.
- Odsetek Polaków korzystających w Internecie (niezależnie od rodzaju łącza) wzrósł w ciągu ostatniego roku z 58% do 69%. W rozbiciu na rodzaje dostępu wzrost wyniósł 7 p.p. w przypadku łącza stacjonarnego (z 42% do 49%) oraz 3 p.p. dla łącza mobilnego (z 15% do 18%). Nieznacznie wzrosła wysokość opłat za korzystanie z dostępu do Internetu (niezależnie od rodzaju łącza: 53 zł w 2014r. i 55 zł w 2015r.). Poprawie uległ również limit transferu danych w dostępie mobilnym (z 16 GB do 26 GB).
- Coraz częściej Polacy decydują się na pakiety usług. Odsetek osób łączących swoje usługi w pakiety wzrósł w ciągu ostatniego roku z 16% do 23%. Nie zmienił się za to skład pakietów, w dalszym ciągu najczęściej łączone są usługi: TV i internet stacjonarny.
- Na podobnym poziomie jak przed rokiem utrzymuje się korzystanie usług powszechnych: OBN, OSA, publiczne aparaty telefoniczne, czy faks.
- W ciągu ostatniego roku nie odnotowano istotnej zmiany w znajomości Urzędu Komunikacji Elektronicznej (2014r.: 17%, 2015r.: 18%).



**Rozdział 1.**

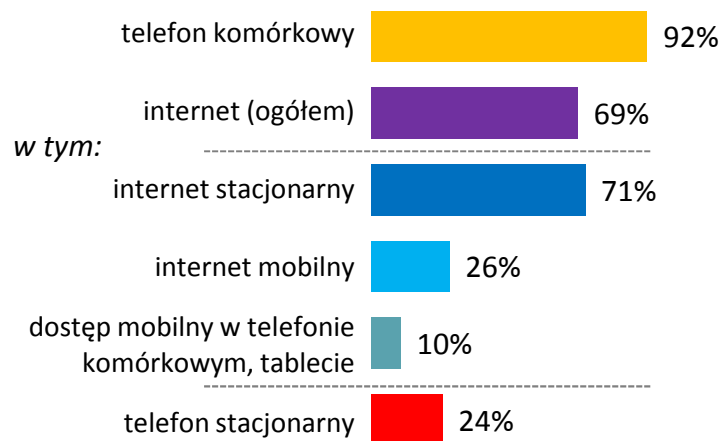
# Korzystanie z usług telekomunikacyjnych

# Korzystanie z usług telekomunikacyjnych

**P0. Z jakich usług telefonicznych Pan(i) korzysta?**  
**H3. Czy posiada Pan(i) prywatny dostęp do Internetu?**

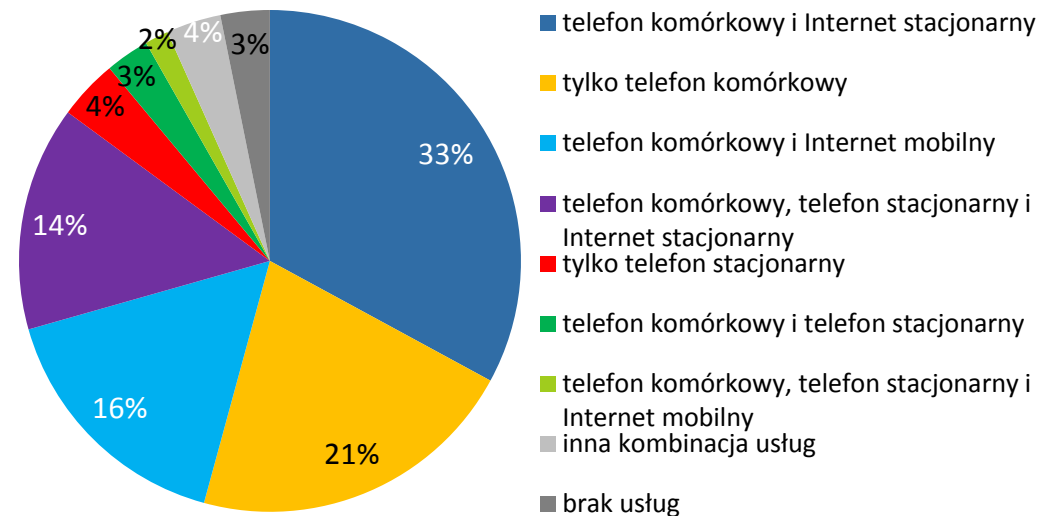
## Dostęp do usług w populacji generalnej:

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



## Współkorzystanie z usług:

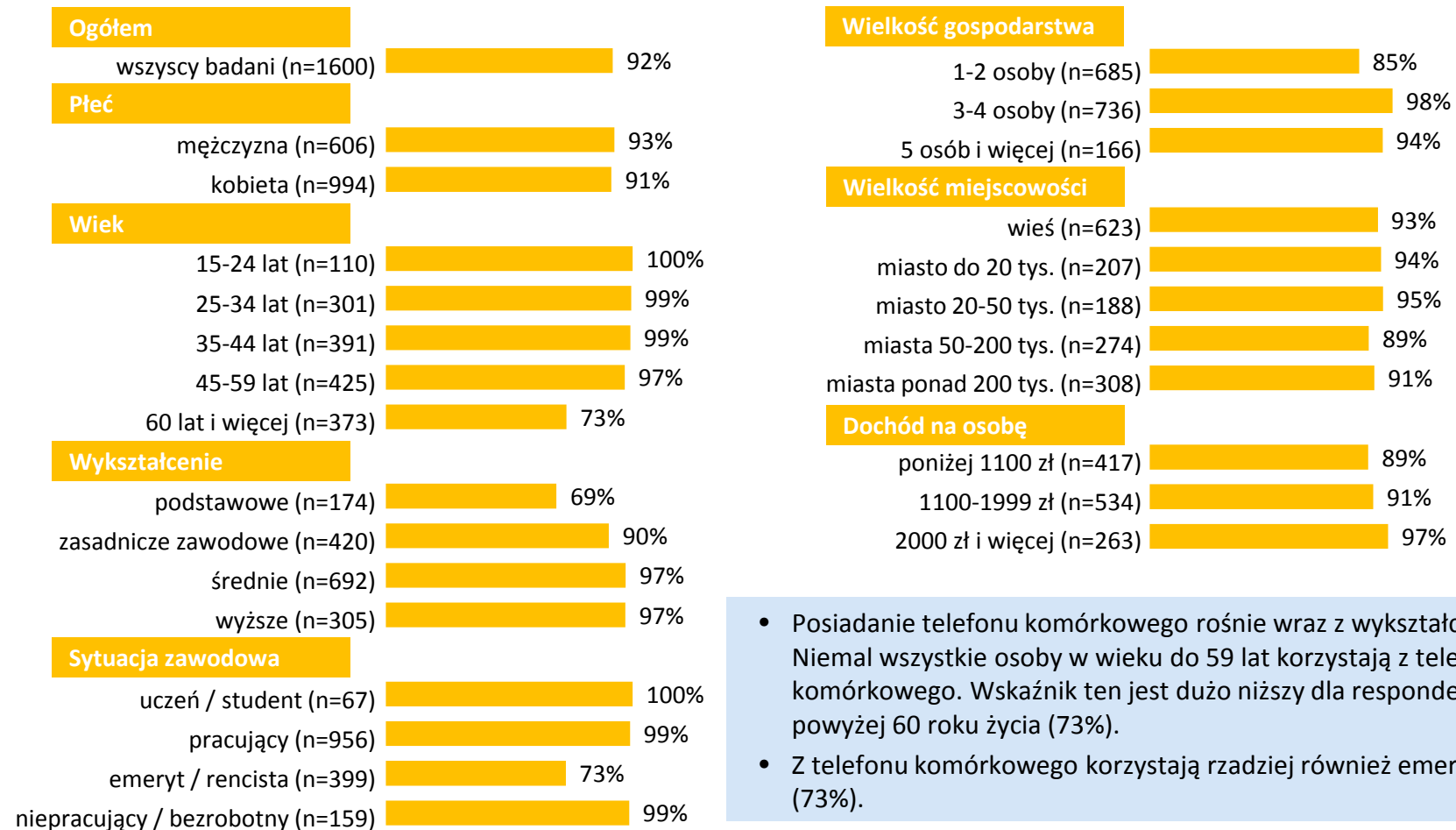
Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



- Z telefonu komórkowego korzysta zdecydowana większość Polaków w wieku 15 lat i więcej (92%). Korzystanie z telefonu komórkowego wzrosło o 4 p.p. w porównaniu do poprzedniego roku. Na podobnym poziomie utrzymuje się posiadanie telefonu stacjonarnego (24%). W ciągu ostatniego roku wzrosło korzystanie z dostępu do Internetu (z 58% do 69%).
- Pod względem współkorzystania z usług telekomunikacyjnych, największą grupę stanowią osoby korzystające z telefonu komórkowego i Internetu stacjonarnego (33% badanych). Tylko z telefonu komórkowego korzysta 21% osób, 16% posiada telefon komórkowy i Internet mobilny, a 14% użytkuje oba rodzaje telefonów oraz Internet stacjonarny.
- Podobnie jak przed rokiem, jedynie 3% badanych nie posiada dostępu do żadnej usługi telekomunikacyjnej.

# Posiadanie telefonu komórkowego

## Posiadanie telefonu komórkowego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:



- Posiadanie telefonu komórkowego rośnie wraz z wykształceniem. Niemal wszystkie osoby w wieku do 59 lat korzystają z telefonu komórkowego. Wskaźnik ten jest dużo niższy dla respondentów powyżej 60 roku życia (73%).
- Z telefonu komórkowego korzystają rzadziej również emeryci i renciści (73%).

# Posiadanie telefonu stacjonarnego

## Posiadanie telefonu stacjonarnego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 24%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 25%

kobieta (n=994) 22%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 13%

25-34 lat (n=301) 17%

35-44 lat (n=391) 20%

45-59 lat (n=425) 24%

60 lat i więcej (n=373) 36%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 22%

zasadnicze zawodowe (n=420) 24%

średnie (n=692) 23%

wyższe (n=305) 28%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 20%

pracujący (n=956) 21%

emeryt / rencista (n=399) 34%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 9%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 23%

3-4 osoby (n=736) 21%

5 osób i więcej (n=166) 34%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 25%

miasto do 20 tys. (n=207) 17%

miasto 20-50 tys. (n=188) 27%

miasta 50-200 tys. (n=274) 22%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 25%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 21%

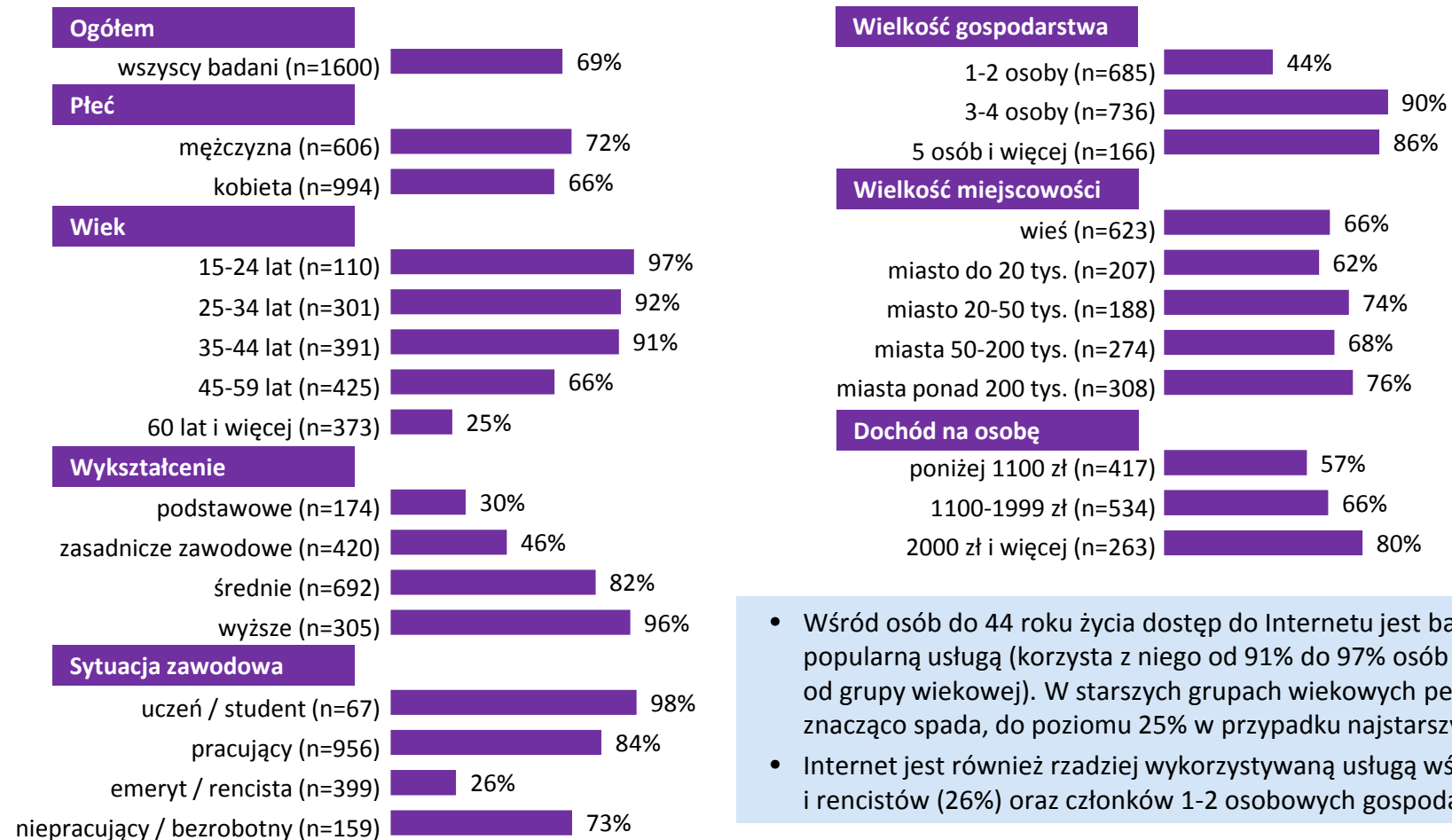
1100-1999 zł (n=534) 25%

2000 zł i więcej (n=263) 24%

- Z telefonii stacjonarnej zdecydowanie częściej korzystają osoby w wieku 60 lat i więcej (36%), emeryci i renciści (34%) oraz członkowie wieloosobowych rodzin (5 osób i więcej – 34%).
- Penetracja telefonem stacjonarnym jest najmniejsza wśród niepracujących / bezrobotnych (9%) oraz wśród młodych osób (15-24 lata – 13% i 25-34 lata – 17%).

# Posiadanie dostępu do Internetu ogółem

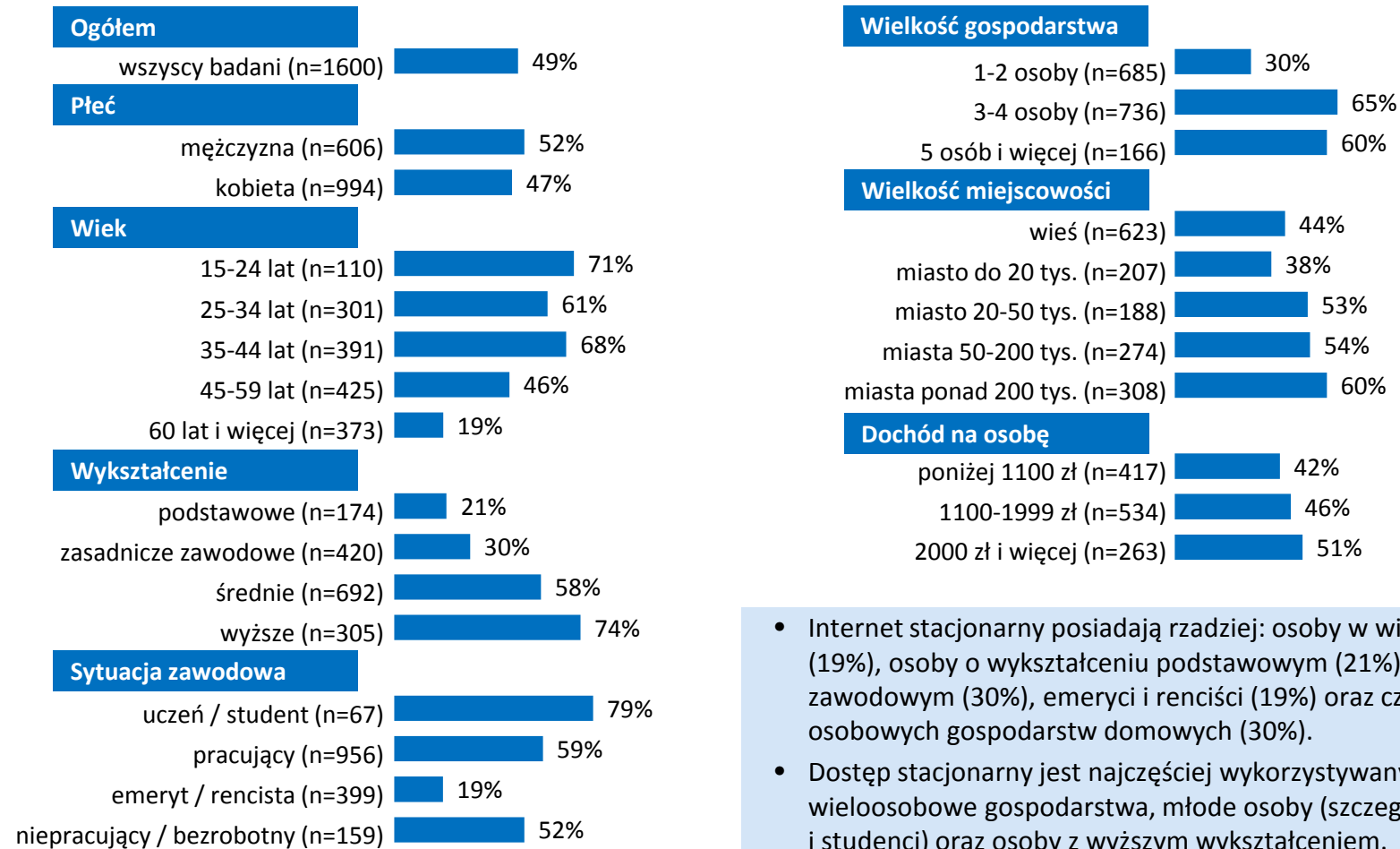
## Posiadanie dostępu do Internetu ogółem w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:



- Wśród osób do 44 roku życia dostęp do Internetu jest bardzo popularną usługą (korzysta z niego od 91% do 97% osób w zależności od grupy wiekowej). W starszych grupach wiekowych penetracja znacząco spada, do poziomu 25% w przypadku najstarszych.
- Internet jest również rzadziej wykorzystywaną usługą wśród emerytów i rencistów (26%) oraz członków 1-2 osobowych gospodarstw (44%).

# Posiadanie Internetu stacjonarnego

## Posiadanie dostępu stacjonarnego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:



- Internet stacjonarny posiadają rzadziej: osoby w wieku 60 lat i więcej (19%), osoby o wykształceniu podstawowym (21%) i zasadniczym zawodowym (30%), emeryci i renciści (19%) oraz członkowie 1-2 osobowych gospodarstw domowych (30%).
- Dostęp stacjonarny jest najczęściej wykorzystywany przez wieloosobowe gospodarstwa, młode osoby (szczególnie uczniowie i studenci) oraz osoby z wyższym wykształceniem.



# Posiadanie Internetu mobilnego

## Posiadanie Internetu mobilnego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 18%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 19%

kobieta (n=994) 17%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 24%

25-34 lat (n=301) 28%

35-44 lat (n=391) 20%

45-59 lat (n=425) 19%

60 lat i więcej (n=373) 5%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 8%

zasadnicze zawodowe (n=420) 14%

średnie (n=692) 22%

wyższe (n=305) 21%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 17%

pracujący (n=956) 24%

emeryt / rencista (n=399) 6%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 17%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 12%

3-4 osoby (n=736) 24%

5 osób i więcej (n=166) 21%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 21%

miasto do 20 tys. (n=207) 22%

miasto 20-50 tys. (n=188) 18%

miasta 50-200 tys. (n=274) 15%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 13%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 13%

1100-1999 zł (n=534) 18%

2000 zł i więcej (n=263) 28%

- Internet mobilny dominuje wśród młodszych osób (do 34 lat), z wykształceniem średnim lub wyższym oraz w gospodarstwach o miesięcznych dochodach na osobę wynoszących co najmniej 2000 zł.
- Najrzadziej z dostępu mobilnego korzystają emeryci i renciści oraz osoby w wieku 60 lat i więcej (odpowiednio 5% i 6%).

# Posiadanie Internetu mobilnego w telefonie komórkowym, tablecie

## Posiadanie Internetu mobilnego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 7%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 7%

kobieta (n=994) 7%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 13%

25-34 lat (n=301) 13%

35-44 lat (n=391) 9%

45-59 lat (n=425) 4%

60 lat i więcej (n=373) 0,2%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 4%

zasadnicze zawodowe (n=420) 5%

średnie (n=692) 7%

wyższe (n=305) 11%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 15%

pracujący (n=956) 9%

emeryt / rencista (n=399) 0,3%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 9%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 4%

3-4 osoby (n=736) 9%

5 osób i więcej (n=166) 9%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 8%

miasto do 20 tys. (n=207) 1%

miasto 20-50 tys. (n=188) 7%

miasta 50-200 tys. (n=274) 8%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 7%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 4%

1100-1999 zł (n=534) 8%

2000 zł i więcej (n=263) 6%

- Z dedykowanego dostępu mobilnego w telefonie komórkowym lub tablecie korzystają głównie młode osoby (do 34 roku życia), uczniowie i studenci oraz osoby z wyższym wykształceniem.
- Jest to usługa, z której niemal w ogóle nie korzystają emeryci i renciści oraz osoby najstarsze.



## Rozdział 2.1.

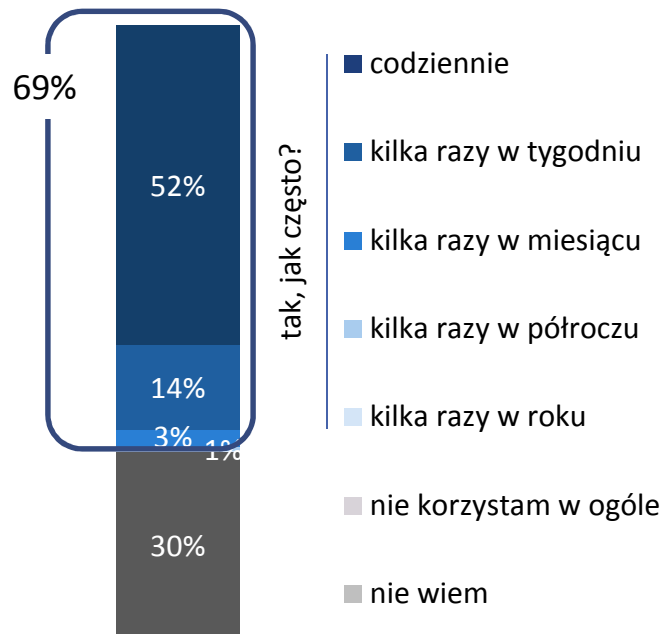
# Rynek Internetu stacjonarnego i mobilnego

Korzystanie i dostęp do Internetu

# Częstość i miejsce korzystania z Internetu

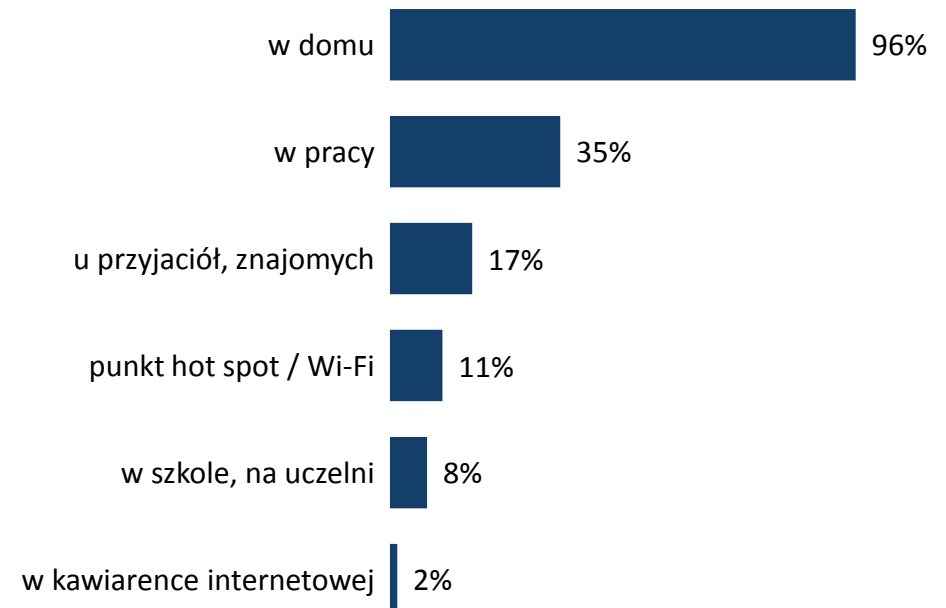
**H0. Czy korzysta Pan(i) z Internetu? Chodzi o korzystanie w ogóle, a nie tylko w gospodarstwie domowym. Jeśli tak, jak często?**

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



**H1. Gdzie korzysta Pan(i) z dostępu do Internetu?**

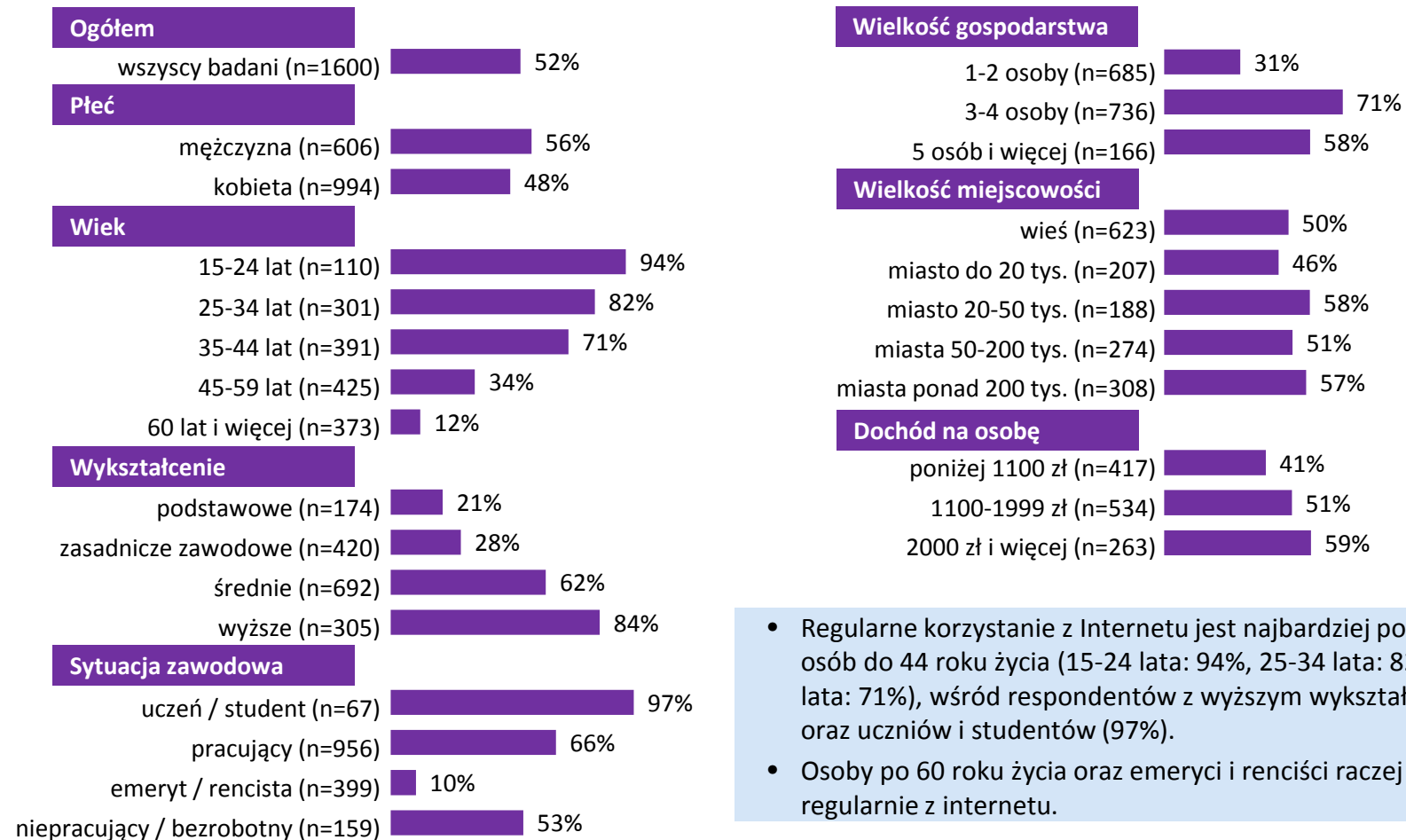
Podstawa: respondenci, którzy korzystają z Internetu, n=1104



- Internet użytkuje 69% Polaków w wieku 15 lat i więcej, najczęściej w domu (96%), rzadziej natomiast w pracy (35%). Ponad połowa respondentów (52%) korzysta z Internetu codziennie.

# Korzystanie „codzienne” z Internetu

## Korzystający z Internetu codziennie w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:



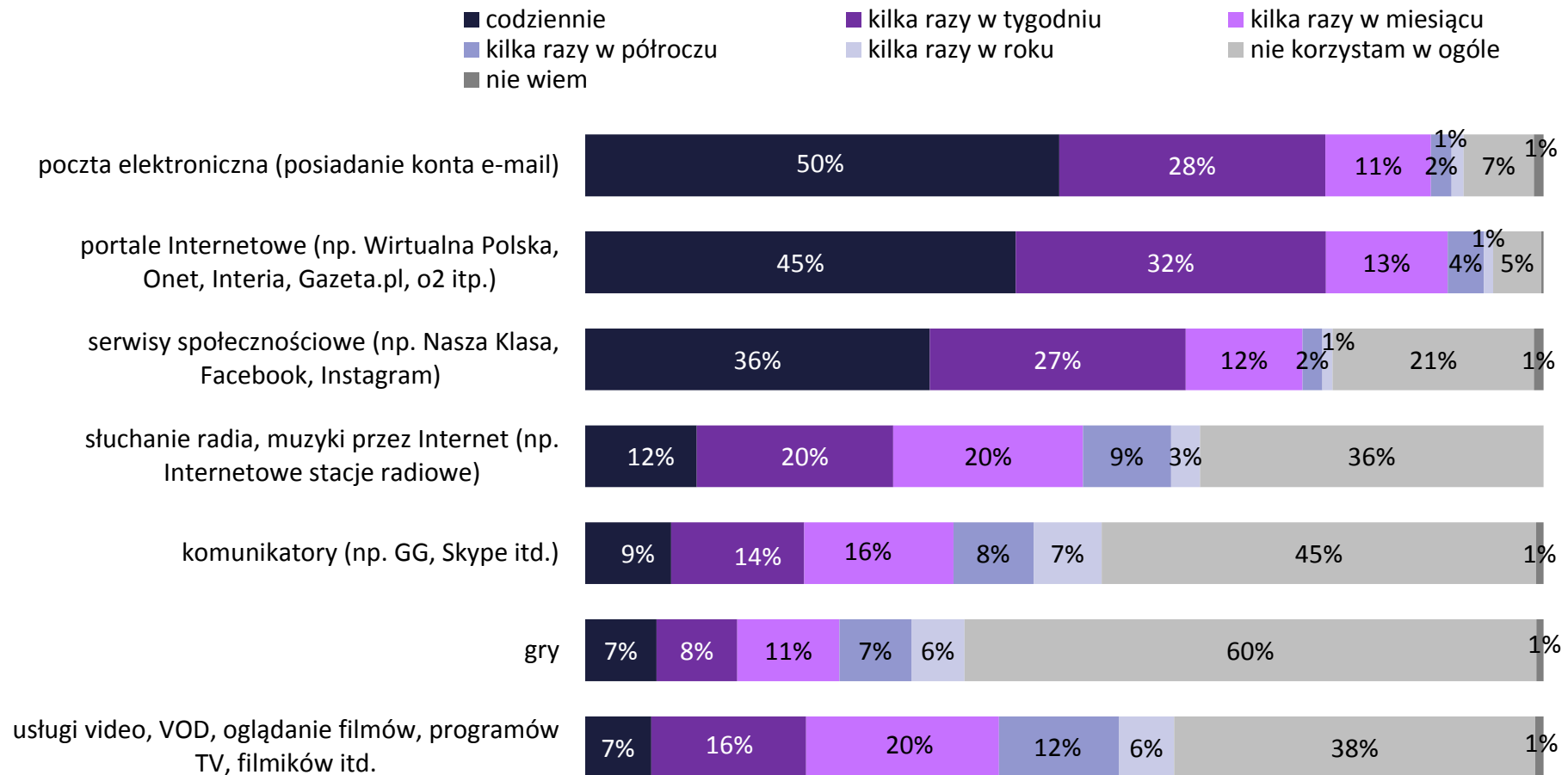
- Regularne korzystanie z Internetu jest najbardziej powszechne wśród osób do 44 roku życia (15-24 lata: 94%, 25-34 lata: 82% oraz 35-44 lata: 71%), wśród respondentów z wyższym wykształceniem (84%) oraz uczniów i studentów (97%).
- Osoby po 60 roku życia oraz emeryci i renciści raczej nie korzystają regularnie z internetu.

# Częstotliwość korzystania z usług Internetowych

(1/2)

## H2. Internauci korzystają z wielu różnorodnych usług. Proszę powiedzieć, jak często korzysta Pan(i) z następujących usług?

Podstawa: korzystający z Internetu, n=1104

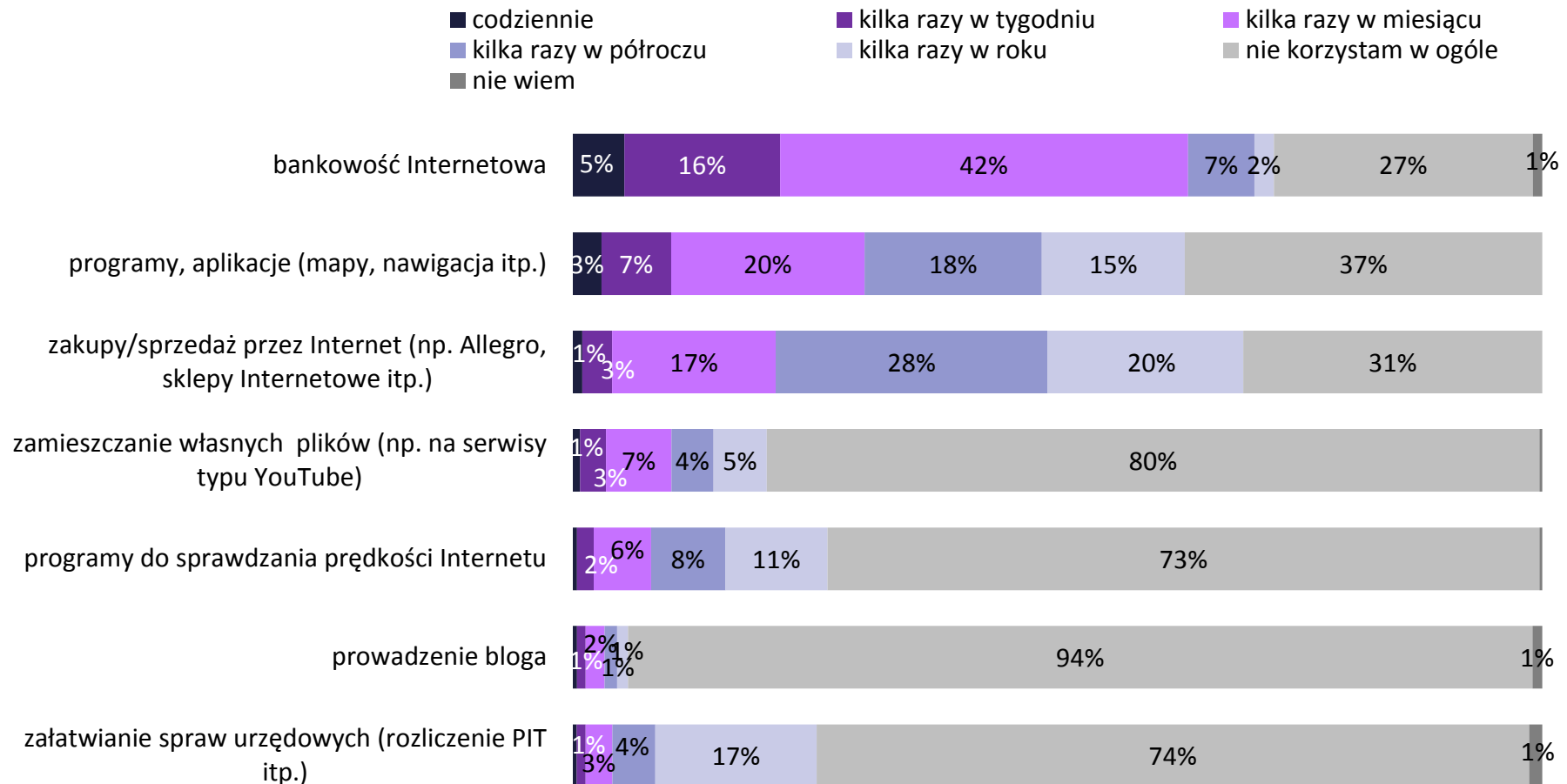


## Częstotliwość korzystania z usług Internetowych

(2/2)

## H2. Internauci korzystają z wielu różnorodnych usług. Proszę powiedzieć, jak często korzysta Pan(i) z następujących usług?

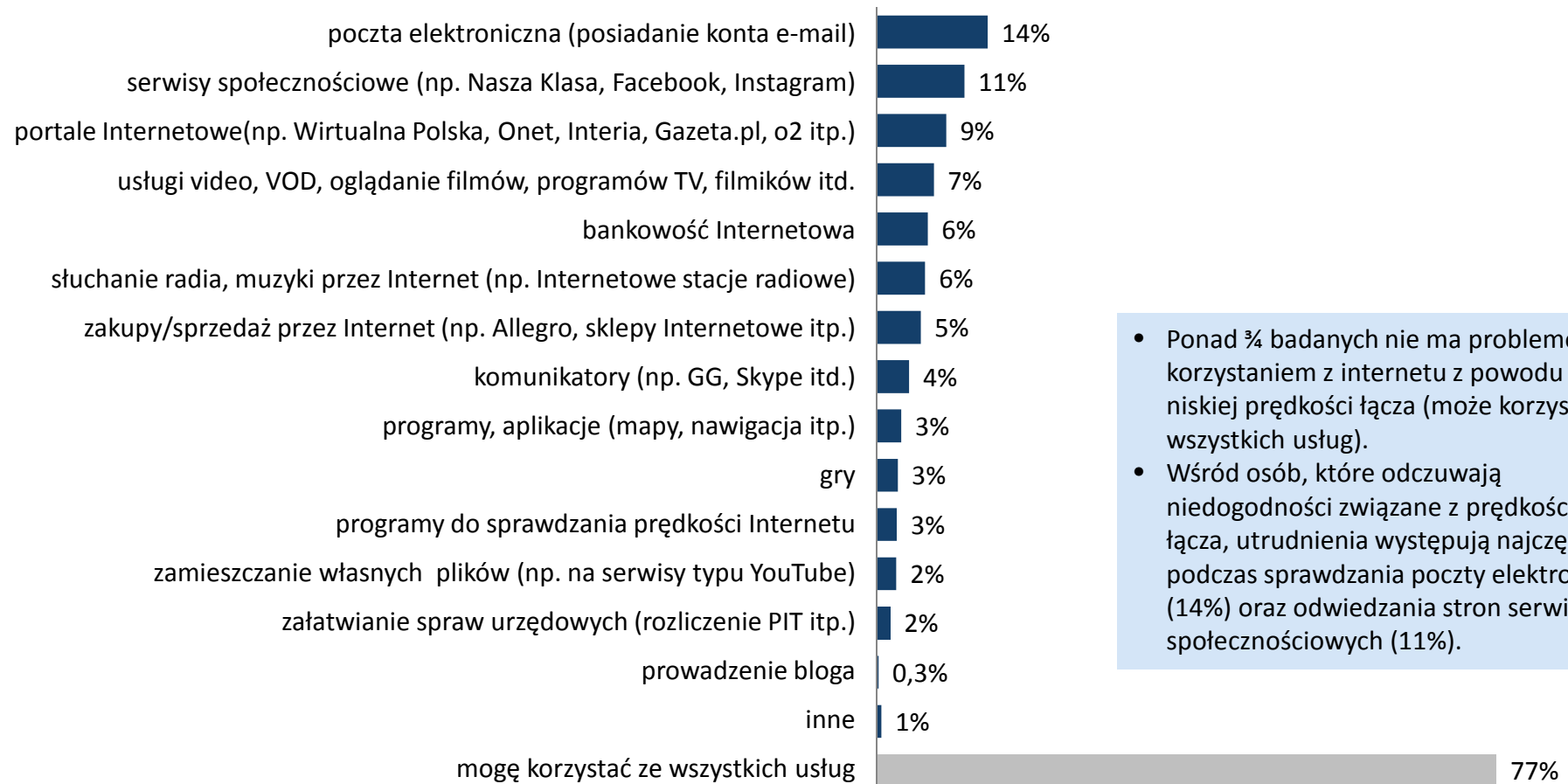
Podstawa: korzystający z Internetu, n=1104



# Utrudnienia w korzystaniu z usług z powodu prędkości łącza

**H3A. Korzystanie z niektórych usług może być utrudnione za względu na zbyt niską prędkość łącza.**  
**Proszę powiedzieć, z jakich usług nie może Pan(i) korzystać z powodu aktualnie posiadanej prędkości łącza?**

Podstawa: korzystający z Internetu, n=1104



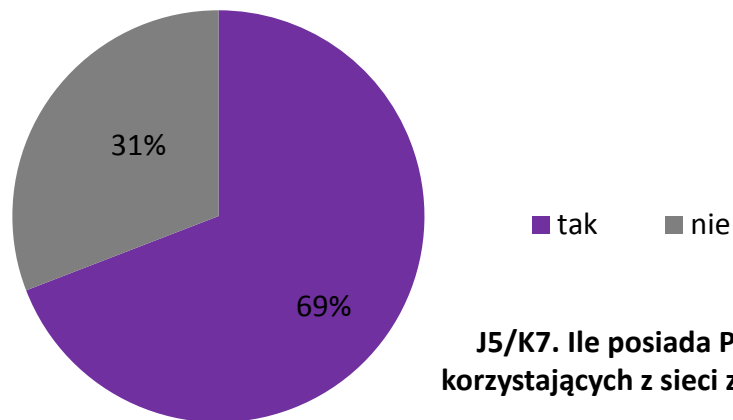
- Ponad ¾ badanych nie ma problemów z korzystaniem z internetu z powodu zbyt niskiej prędkości łącza (może korzystać ze wszystkich usług).
- Wśród osób, które odczuwają niedogodności związane z prędkością łącza, utrudnienia występują najczęściej podczas sprawdzania poczty elektronicznej (14%) oraz odwiedzania stron serwisów społecznościowych (11%).



# Posiadanie i rodzaj prywatnego dostępu do Internetu

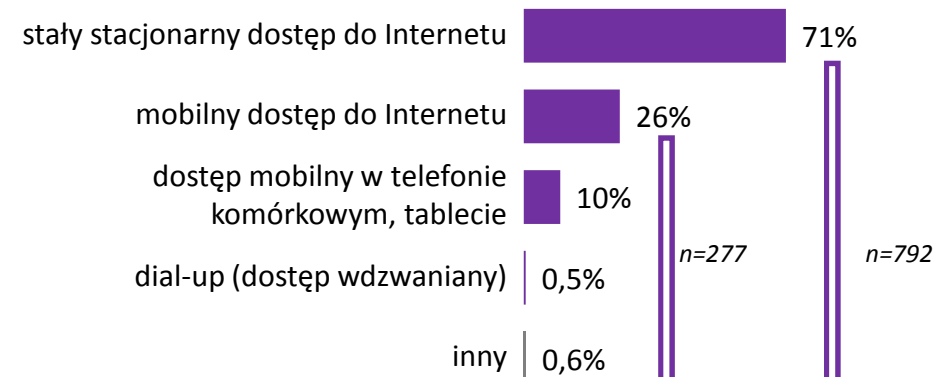
## H3. Czy posiada Pan(i) prywatny dostęp do Internetu, niezależnie od tego czy Pan(i) z niego korzysta czy nie?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600

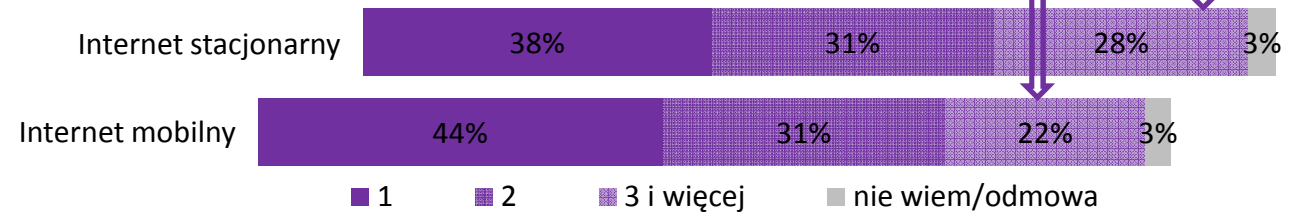


## H4. Jakiemu rodzajowi dostępu do Internetu Pan(i) posiada?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają dostęp do Internetu, n=1105

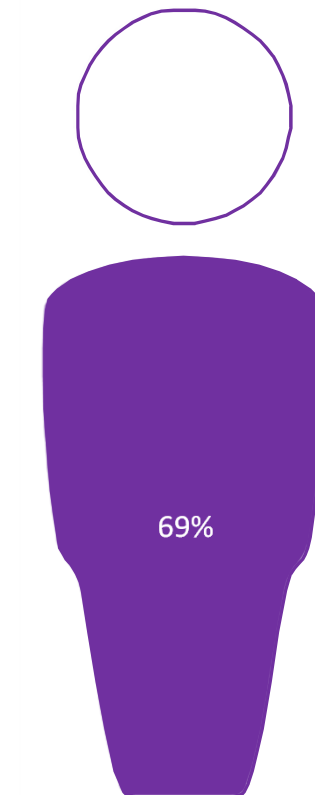
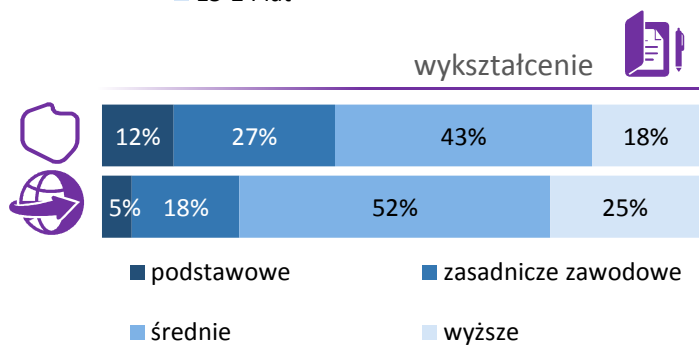
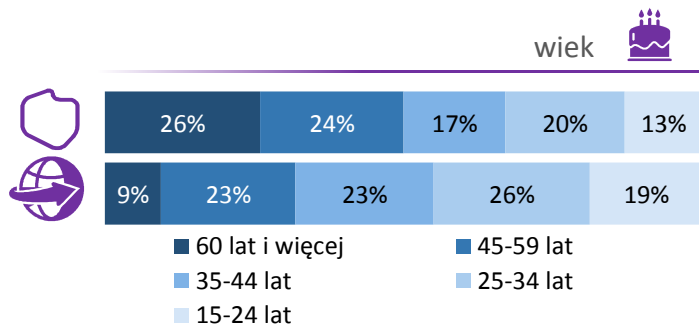
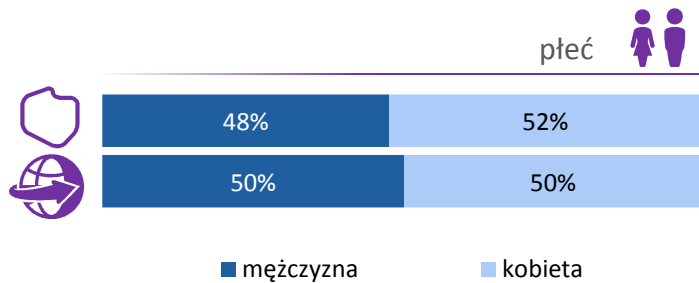


## J5/K7. Ile posiada Pan(i) urządzeń (PC, laptopy, tablety, komórki itp.) korzystających z sieci za pośrednictwem łącza stacjonarnego / mobilnego?



- Posiadacze dostępu do Internetu najczęściej wykorzystują stacjonarne łącze (71%). Co 4 użytkownik Internetu używa modemu mobilnego, a co 10 korzysta z dostępu mobilnego na telefonie komórkowym lub tablecie. Uogólniając wynik na całą badaną populację posiadanie stacjonarnego i mobilnego dostępu wyniosło odpowiednio: 49% i 18%.
- Blisko ¼ gospodarstw korzysta z Internetu na 1 lub 2 urządzeniach.

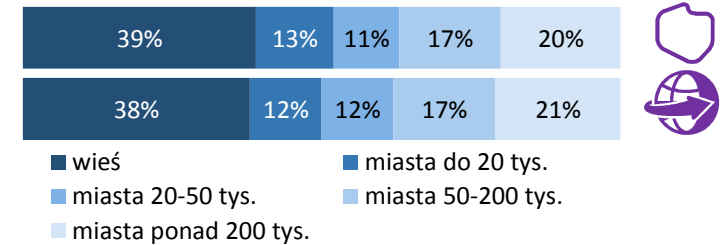
# „Portret” społeczno - demograficzny posiadaczy Internetu



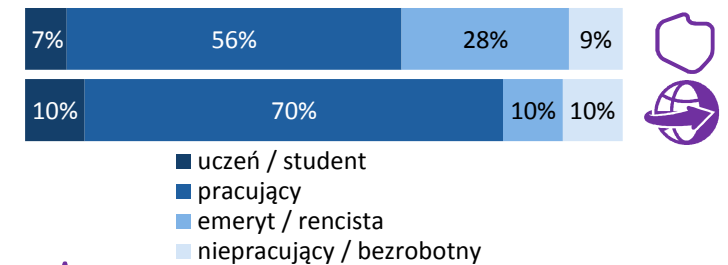
Populacja, n=1600

posiadacze Internetu, n=1105

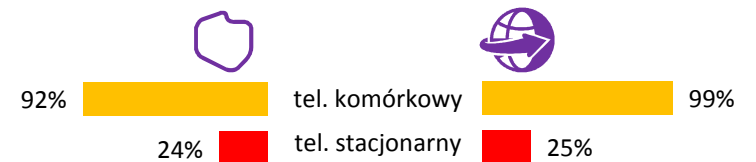
**wielkość miejscowości zamieszkania**



**sytuacja zawodowa**



**korzystanie z usług**



## Dostęp DIAL - UP

### I2. Czy korzystał(a)by Pan(i) nadal z wdzwanianego dostępu, jeśli miał(a)by pan(i) możliwość podłączenia stałego dostępu do Internetu?

Podstawa: wszyscy respondenci posiadający Internet wdzwaniany, *n=6, MAŁA LICZEBNOŚĆ*

	n=6*
tak	3
nie	2
nie wiem	1

\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki proszę traktować poglądowo.

### I1. Jak często Pan(i) korzysta z wdzwanianego dostępu do Internetu?

Podstawa: wszyscy respondenci posiadający Internet wdzwaniany, *n=6, MAŁA LICZEBNOŚĆ*

	n=6*
codziennie	2
kilka razy w tygodniu	1
kilka razy w miesiącu	1
nie korzystam w ogóle	2



**Rozdział 2.2.**

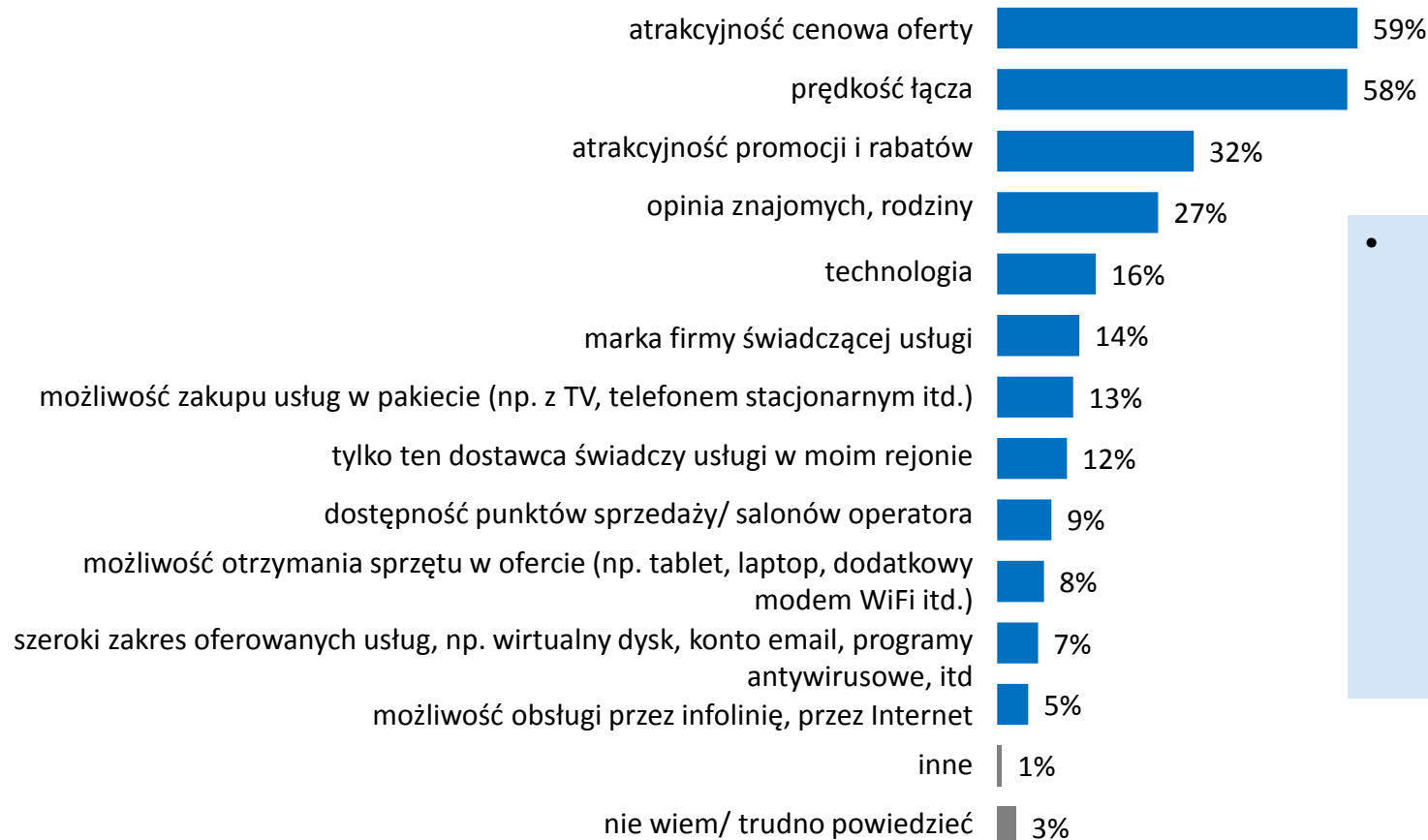
# Rynek Internetu stacjonarnego i mobilnego

Internet stacjonarny

# Czynniki wyboru dostawcy Internetu stacjonarnego

## J2. Co brał(a) Pan(i) pod uwagę przy wyborze dostawcy stacjonarnego Internetu, z którego usług Pan(i) obecnie korzysta?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet stacjonarny, n=792

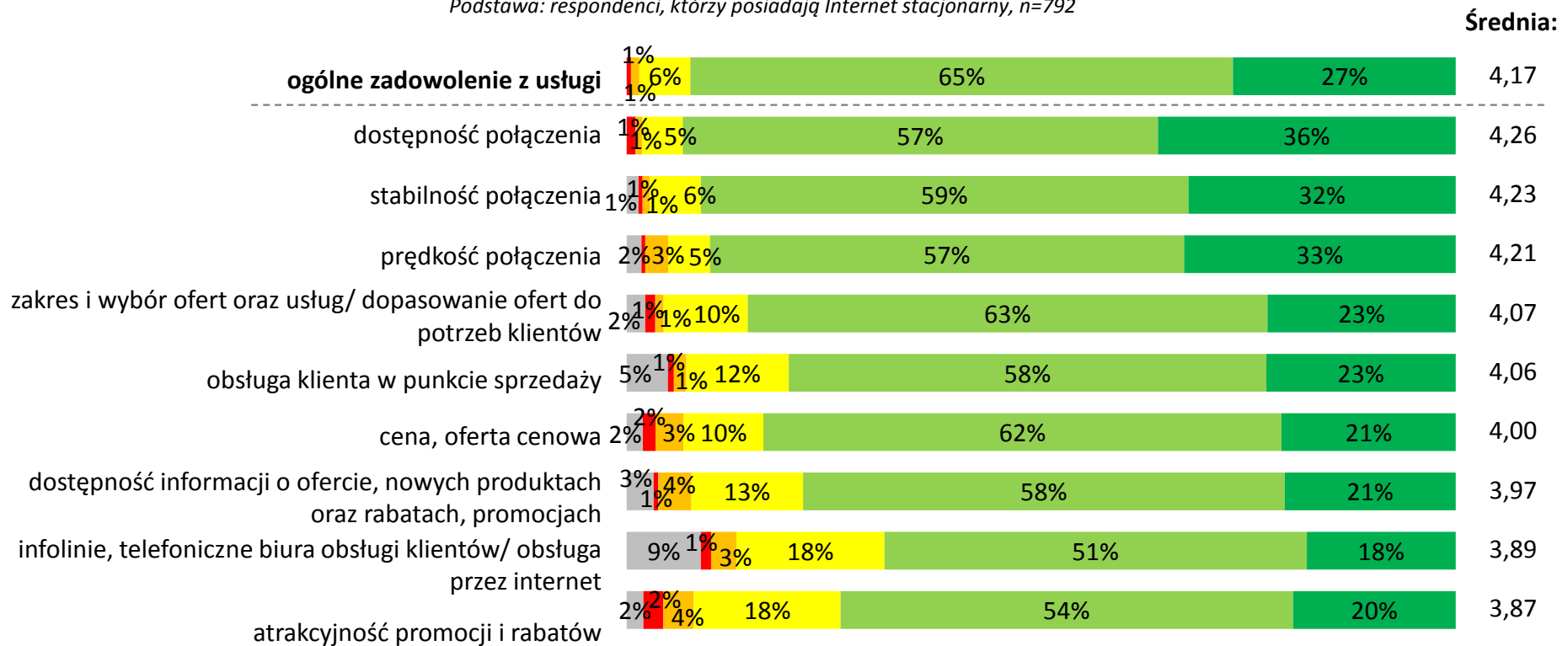


- Najczęściej wskazywanymi czynnikami decydującymi o wyborze dostawcy stacjonarnego Internetu jest atrakcyjność cenowa oferty (59%) oraz prędkość łącza (58%). Co trzeci badany zwraca podczas zakupu internetu zwraca uwagę na promocje i rabaty, a co czwarty kieruje się opinią znajomych i rodziny.

# Zadowolenie z usług dostawcy Internetu stacjonarnego

**J1. Przeczytam teraz Panu(i) elementy funkcjonowania usługi stacjonarnego dostępu do Internetu. Proszę określić stopień swojego zadowolenia z tych elementów w przypadku Pana(i) dostępu stacjonarnego.**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet stacjonarny, n=792



- Dostępność połączenia, stabilność łącza oraz prędkość połączenia to elementy cieszące się największym zadowoleniem wśród użytkowników Internetu.

■ nie wiem

■ raczej nie jestem zadowolony(a)

■ raczej zadowolony(a)

■ w ogóle nie jestem zadowolony(a)

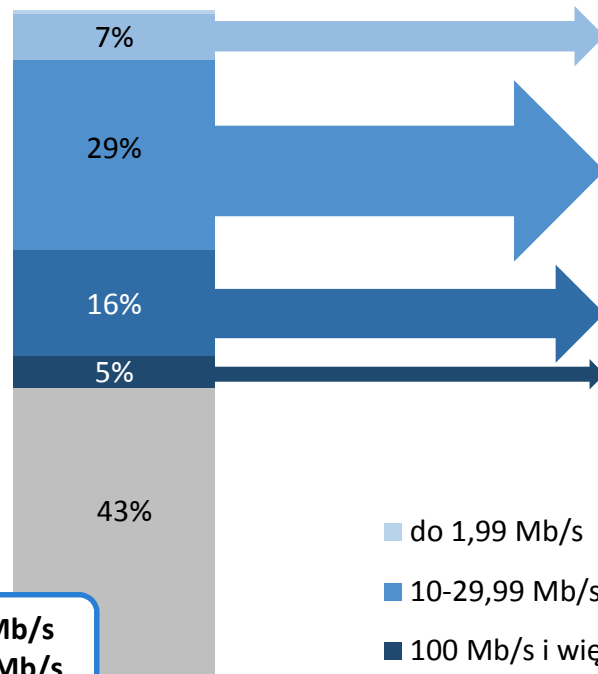
■ ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)

■ jestem w pełni zadowolony(a)

# Rzeczywista i preferowana prędkość Internetu stacjonarnego

## J3. Jaka jest maksymalna ustalona w umowie z operatorem prędkość Pana(i) stacjonarnego łącza internetowego w domu?

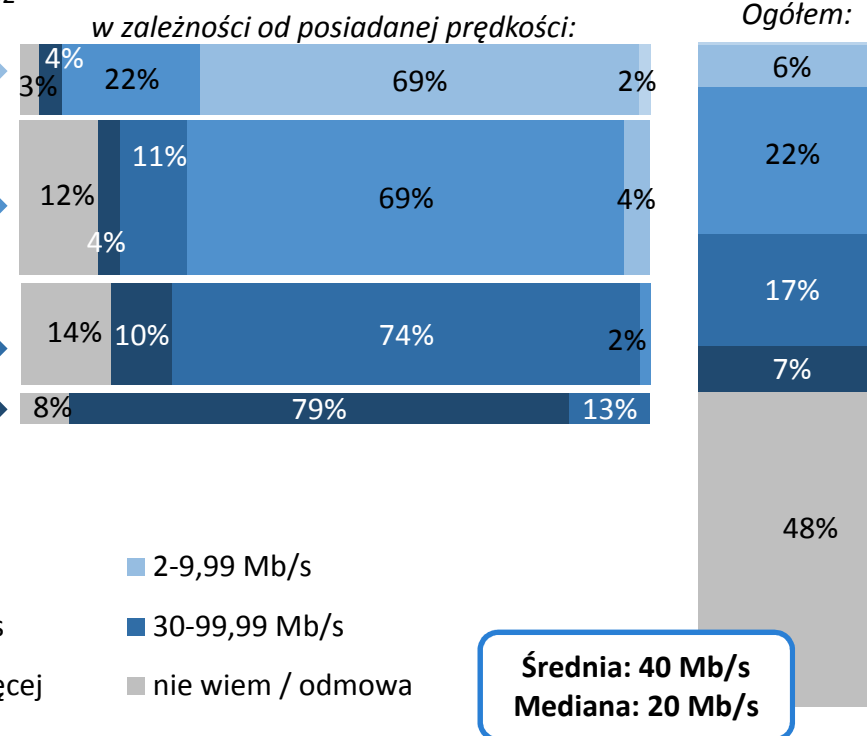
Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet stacjonarny, n=792



Średnia: 34 Mb/s  
Mediana: 20 Mb/s

## J4. Jaka prędkość łącza byłaby odpowiednia dla Pana(i) potrzeb?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet stacjonarny, n=792



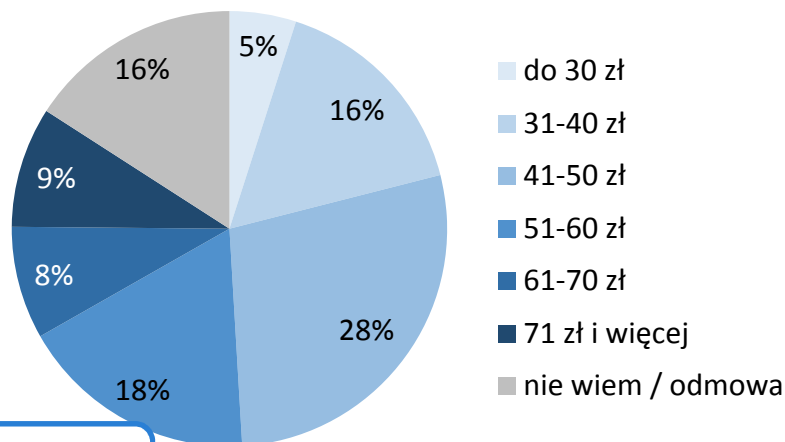
Średnia: 40 Mb/s  
Mediana: 20 Mb/s

- 43% badanych nie jest w stanie określić prędkości dostępu, z którego korzystają. Ponad ¼ badanych znających parametry swojej usługi deklaruje posiadanie łącza o prędkości 10-29,99 Mb/s. Szybsze niż 30 Mb/s łącze posiada 21%, a 7% korzysta z dostępu o prędkości do 10 Mb/s.
- Preferowana prędkość łącz w większości przypadków pokrywa się w aktualnie posiadaną.

# Wysokość wydatków na Internet stacjonarny

## J6. Jaka jest Pana(i) obecna przeciętna miesięczna wysokość rachunku za korzystanie z Internetu stacjonarnego?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet stacjonarny, n=792



**Średnia: 55 zł**  
**Mediana: 50 zł**

### Średnie w zależności od dochodu na osobę w gosp.:

poniżej 1100 zł (n=159) – 50 zł  
1100-1999 zł (n=235) – 57 zł  
2000 zł i więcej (n=116) – 59 zł

### Średnie w zależności od prędkości łącza:

do 1,99 Mb/s (n=5) – 44 zł  
2-9,99 Mb/s (n=54) – 52 zł  
10-29,99 Mb/s (n=215) – 54 zł  
30-99,99 Mb/s (n=118) – 57 zł  
100 Mb/s i więcej (n=35) – 70 zł

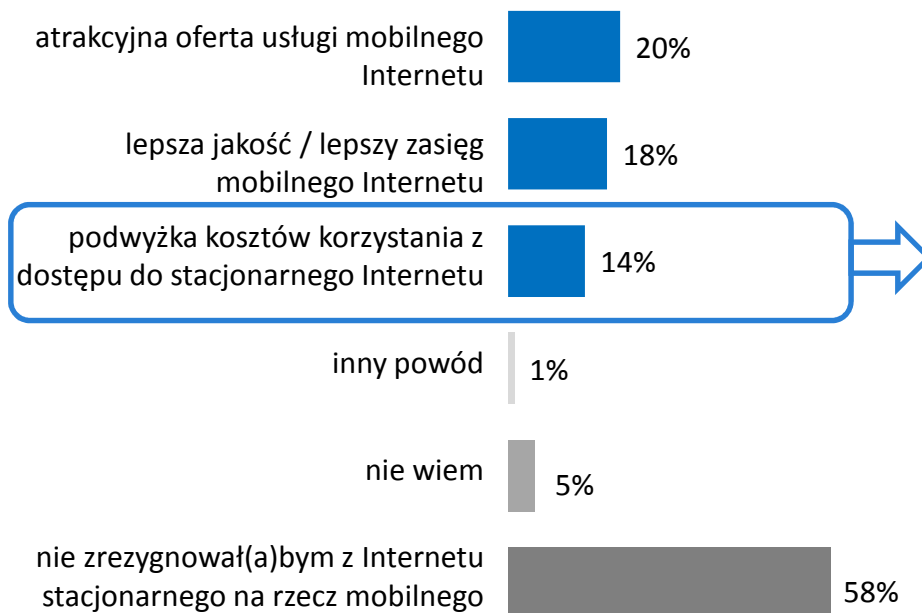
- Średnia wysokość opłat za korzystanie z dostępu stacjonarnego wynosi 55 zł. Niemal połowa osób płaci nie więcej niż 50 zł za stałe łącze.
- Wysokość rachunku w zależności od prędkości łącza nie wykazuje większych różnic dla prędkości od 2 do 100 Mb/s. Za dostępu o prędkościach z tego przedziału badani płacą średnio od 52 zł do 57 zł. Korzystając z dostępu o prędkości powyżej 100 Mb/s trzeba liczyć się z opłatami rzędu 70 zł.



# Substytucja Internetu stacjonarnego przez mobilny

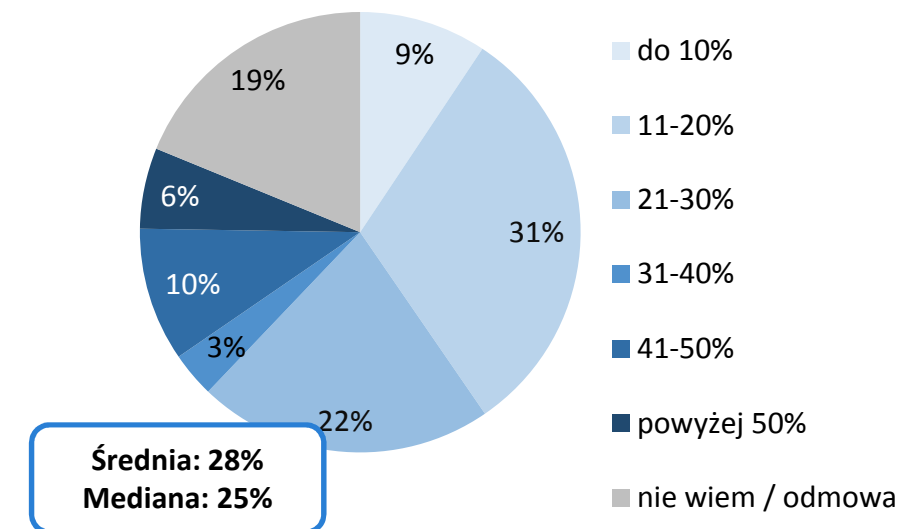
**J7. Proszę powiedzieć, co mogłoby Pana(ią) skłonić do rezygnacji z usługi stacjonarnego dostępu do Internetu na rzecz Internetu mobilnego?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet stacjonarny, n=792



**J8. Proszę określić w procentach, jaka podwyżka kosztów korzystania z Internetu stacjonarnego skłoniłaby Pana(ią) do rezygnacji z usługi ?**

Podstawa: respondenci, którzy zrezygnowaliby z usługi w przypadku podwyżki cen, n=116

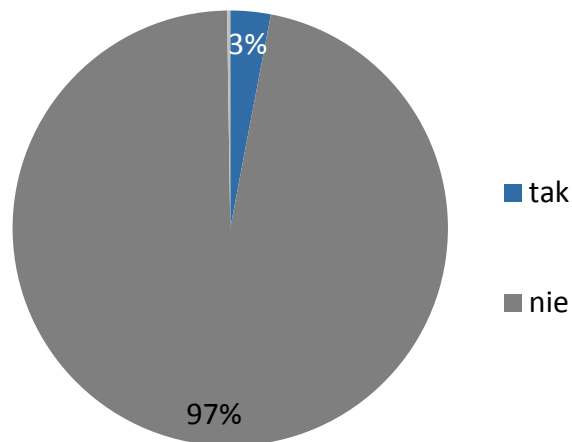


- Skłonność do substytucji Internetu stacjonarnego mobilnym jest średnia. 42% badanych byłaby zainteresowana zmianą dostępu, gdyby osiągnęła z tego powodu jakiegokolwiek korzyści.
- Czynnikiem mogącym skłonić do zmiany dostępu jest atrakcyjna oferta cenowa i lepsza jakość / zasięg Internetu mobilnego (odpowiednio 20% i 18%). Podwyżka kosztów korzystania z Internetu stacjonarnego (średnio o 28%) skłoniłaby do rezygnacji z usługi 14% użytkowników.

# Reklamacje i skargi u dostawcy Internetu stacjonarnego

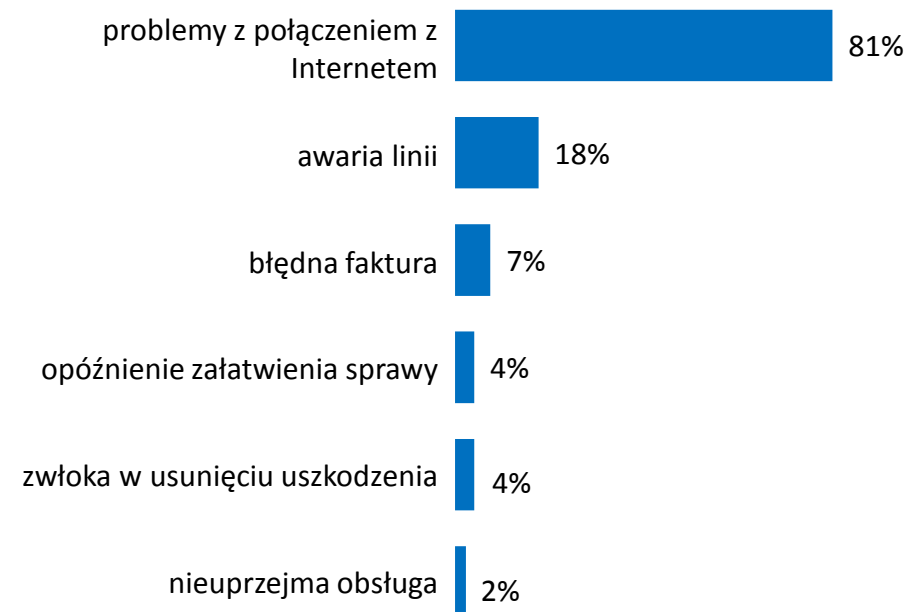
## J9. Czy w ciągu ostatniego roku złożył(a) Pan(i) reklamację lub wniośł(o) skargę u dostawcy stacjonarnego Internetu?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet stacjonarny, n=792



## J10. Jakie były przyczyny ostatniej reklamacji lub skargi wniesionej do dostawcy stacjonarnego Internetu?

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamacje w ciągu roku, n=29, MAŁA LICZEBNOŚĆ.



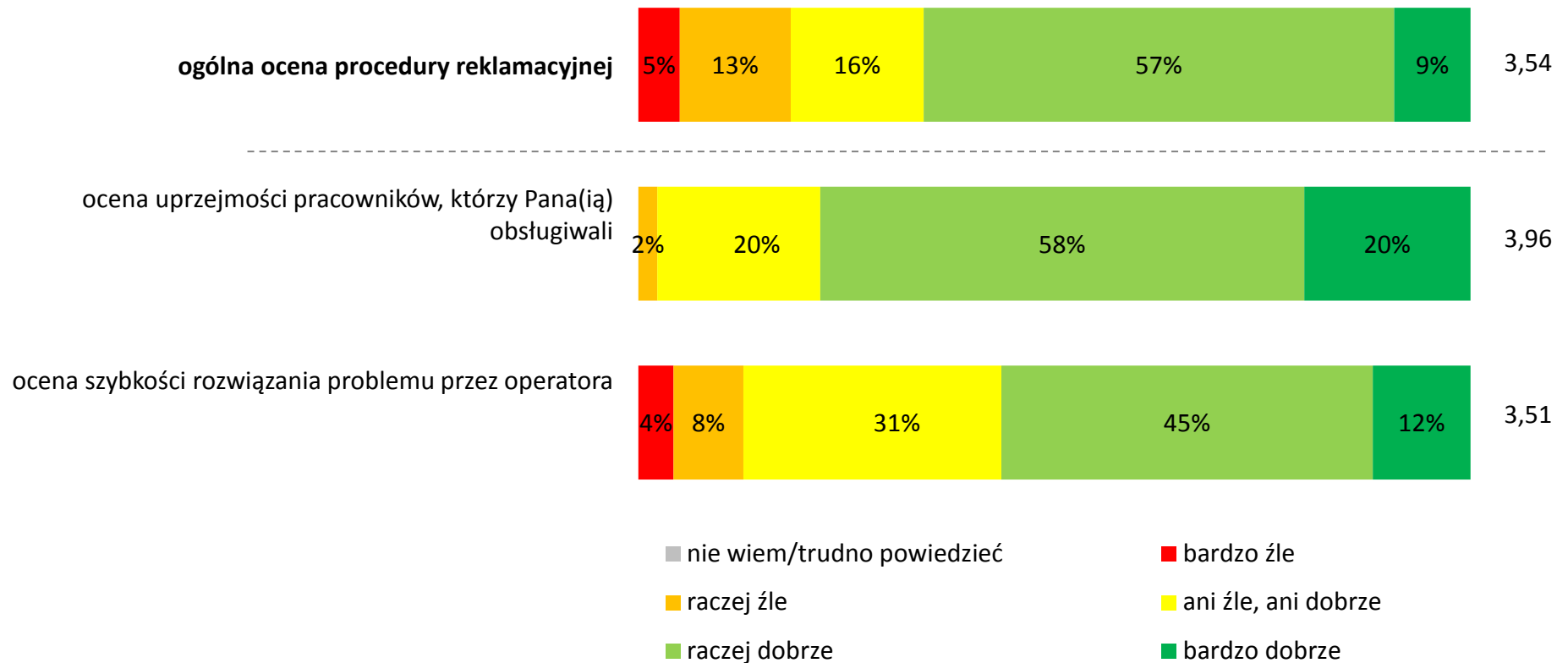
- Jedynie 3% użytkowników stacjonarnego Internetu złożyło reklamację w ciągu ostatniego roku. Głównym powodem skargi były problemy z połączeniem z Internetem.

# Ocena procedury reklamacyjnej dostawcy Internetu stacjonarnego

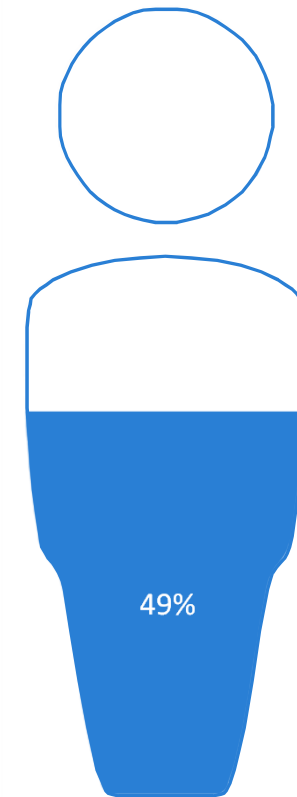
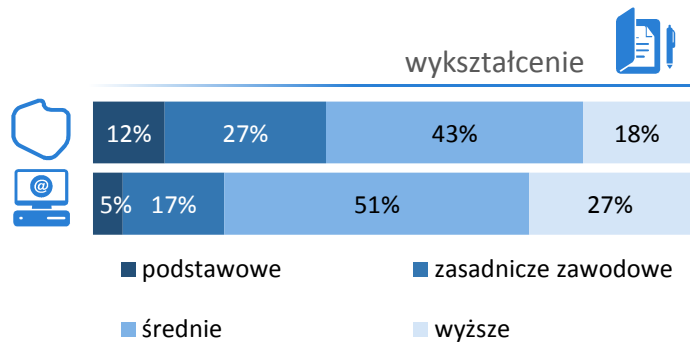
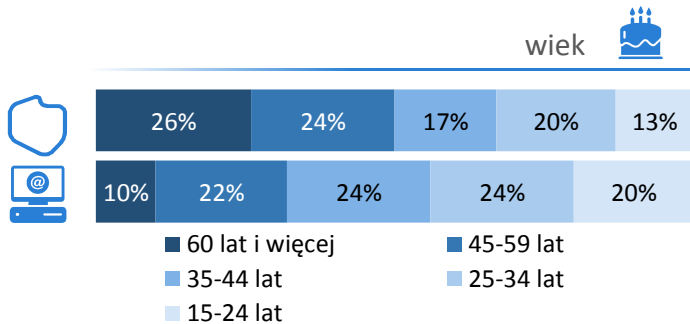
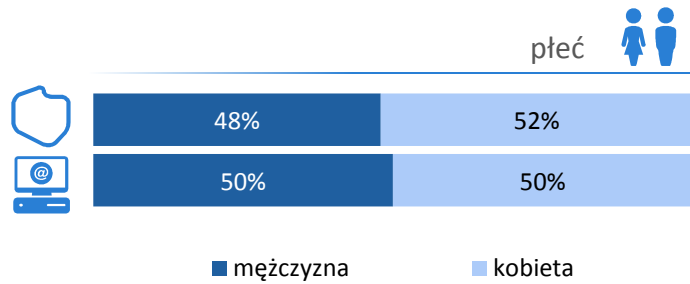
## J11. Jak Pan(i) ocenia poniższe elementy procedury reklamacyjnej?

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamacje w ciągu roku, *n=29, MAŁA LICZEBNOŚĆ*

Średnia:



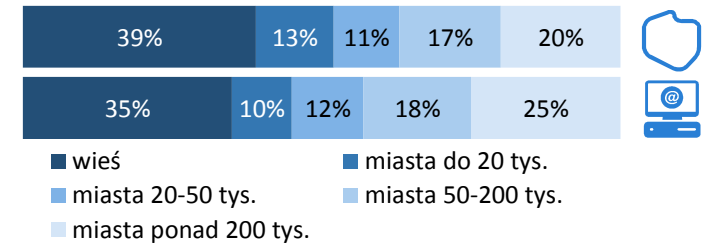
# „Portret” społeczno - demograficzny posiadaczy Internetu stacjonarnego



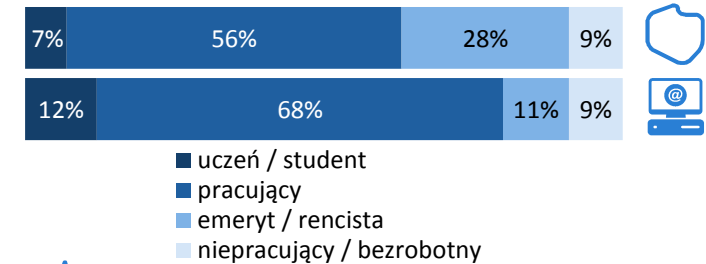
Populacja, n=1600

posiadacze Internetu stacjonarnego, n=792

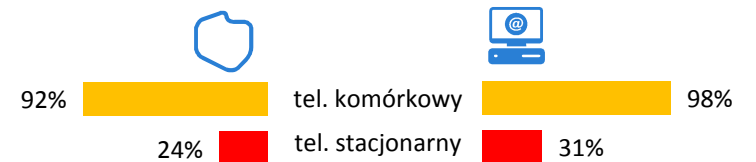
**wielkość miejscowości zamieszkania**



**sytuacja zawodowa**



**korzystanie z usług**



18% Internet mobilny | 2%



## Rozdział 2.3.

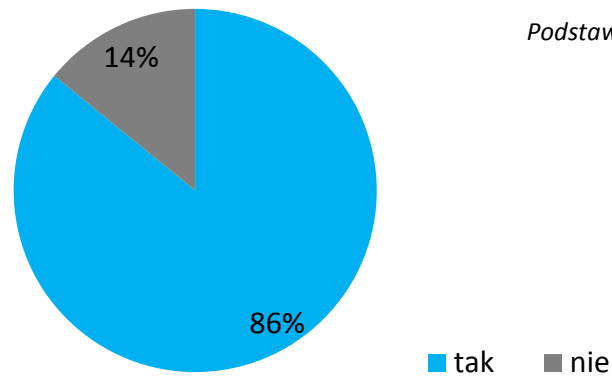
# Rynek Internetu stacjonarnego i mobilnego

Internet mobilny

# Znajomość i korzystanie z usługi LTE

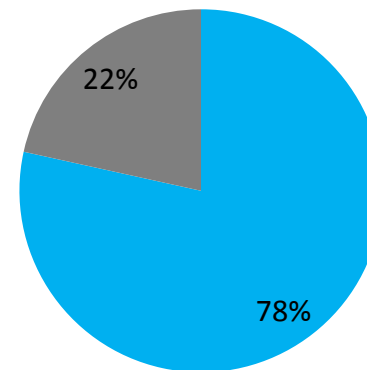
## T1. Czy spotkał(a) się Pan(i) z usługą LTE?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



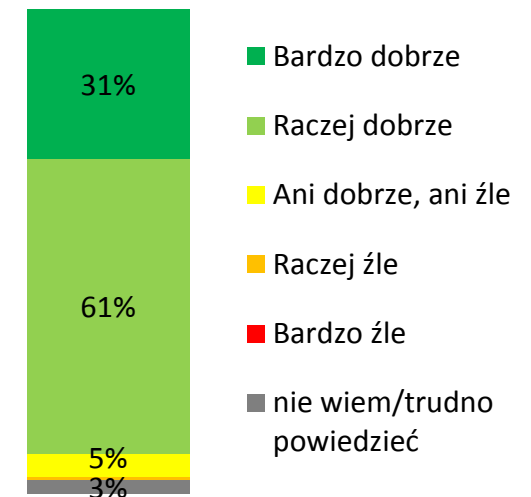
## T2. Czy posiada Pan(i) urządzenia z dostępem do LTE?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny i spotkali się z usługą LTE, n=234



## T3. Jak ocenia Pan(i) jakość usługi LTE?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny LTE, n=180



- Większość osób, które posiadają mobilny Internet, spotkała się z usługą LTE (86%), w tym ponad ¾ osób korzysta z takiej usługi.
- Zadowolenie z usługi jest bardzo duże.

# Posiadanie usługi LTE

## Posiadanie usługi LTE w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 12%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 14%

kobieta (n=994) 10%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 18%

25-34 lat (n=301) 23%

35-44 lat (n=391) 14%

45-59 lat (n=425) 11%

60 lat i więcej (n=373) 1%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 3%

zasadnicze zawodowe (n=420) 9%

średnie (n=692) 15%

wyższe (n=305) 16%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 14%

pracujący (n=956) 17%

emeryt / rencista (n=399) 2%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 9%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 7%

3-4 osoby (n=736) 17%

5 osób i więcej (n=166) 12%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 13%

miasto do 20 tys. (n=207) 19%

miasto 20-50 tys. (n=188) 12%

miasta 50-200 tys. (n=274) 11%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 8%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 8%

1100-1999 zł (n=534) 12%

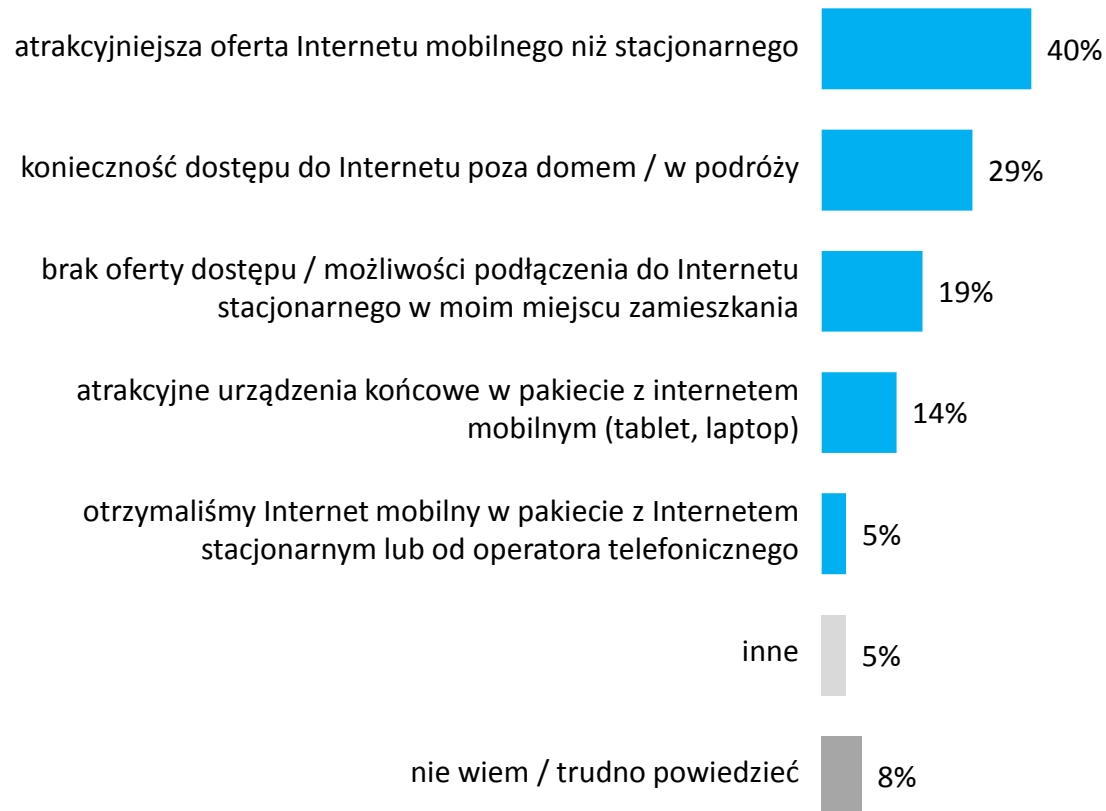
2000 zł i więcej (n=263) 22%

- Posiadanie usługi LTE dominuje wśród młodszych osób (do 34 lat), wśród osób posiadających stałą pracę i zarabiających co najmniej 2000 zł w przeliczeniu na osobę.
- Najrzadziej z LTE korzystają emeryci i renciści oraz osoby w wieku 60 lat i więcej (1%-2%). Rzadziej z usługi korzysta się również w gospodarstwach 1-2 osobowych.

# Powody korzystania z Internetu mobilnego

## K2. Z jakich powodów zdecydował(a) się Pan(i) na korzystanie z Internetu mobilnego?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



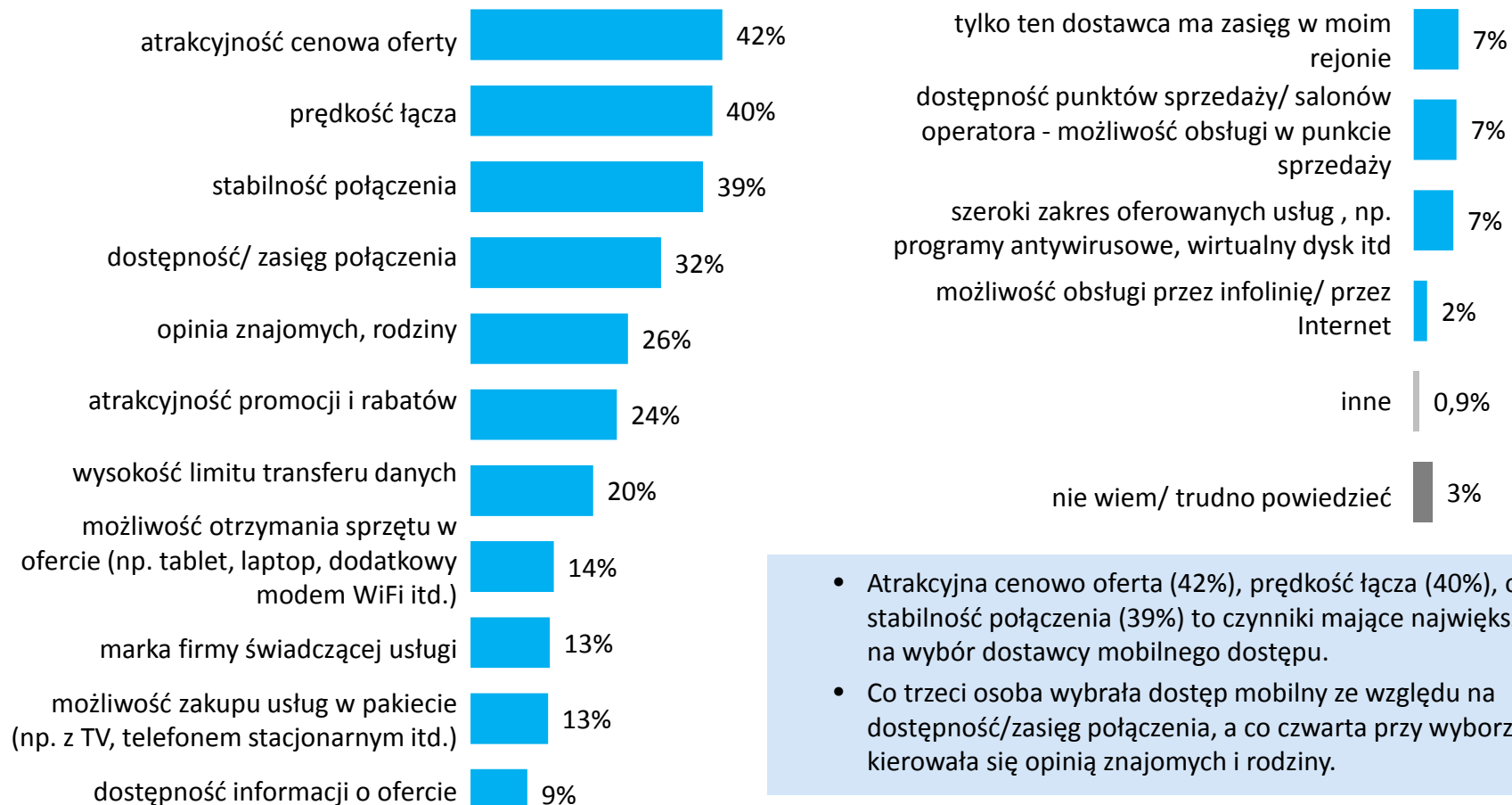
- Głównym powodem wyboru Internetu mobilnego była bardziej atrakcyjna oferta niż w przypadku Internetu stacjonarnego (40%). Chęć korzystania z dostępu do sieci poza domem np. w podróży skłoniła 29% badanych do zakupu Internetu mobilnego.



# Czynniki wyboru dostawcy Internetu mobilnego

## K3. Co brał(a) Pan(i) pod uwagę przy wyborze dostawcy mobilnego Internetu, z którego usług Pan(i) obecnie korzysta?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



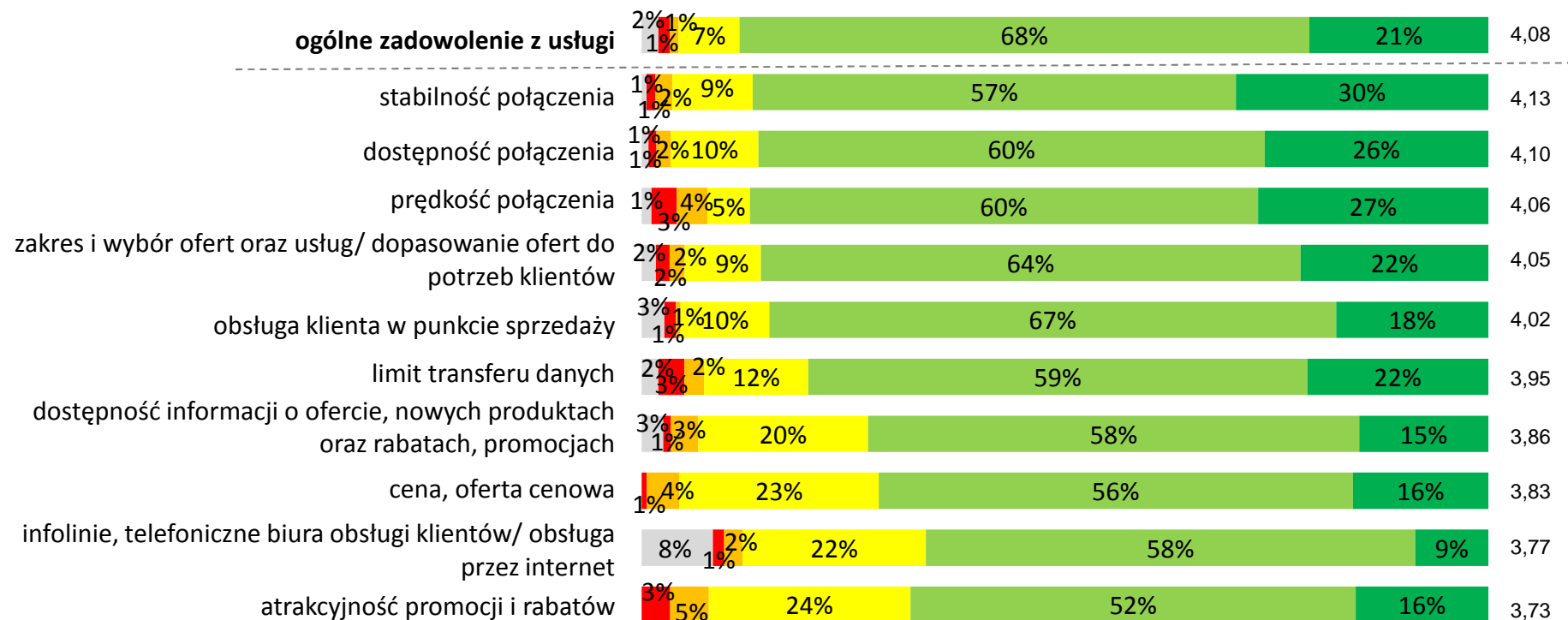
- Atrakcyjna cenowo oferta (42%), prędkość łącza (40%), oraz stabilność połączenia (39%) to czynniki mające największy wpływ na wybór dostawcy mobilnego dostępu.
- Co trzeci osoba wybrała dostęp mobilny ze względu na dostępność/zasięg połączenia, a co czwarta przy wyborze kierowała się opinią znajomych i rodziny.

# Zadowolenie z usług dostawcy Internetu mobilnego

**K1. Przeczytam teraz Panu(i) elementy funkcjonowania usługi mobilnego dostępu do Internetu. Proszę ocenić swoje zadowolenie z tych elementów Pana(i) dostępu.**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=274

Średnia:



Elementami najlepiej ocenianymi są: stabilność, dostępność oraz prędkość połączenia.

Zadowolenie z dopasowania oferty do potrzeb klienta oraz obsługa klienta w punkcie sprzedaży to aspekty, których średnia ocena przekroczyła 4,0.

nie wiem

raczej nie jestem zadowolony(a)

raczej zadowolony(a)

w ogóle nie jestem zadowolony(a)

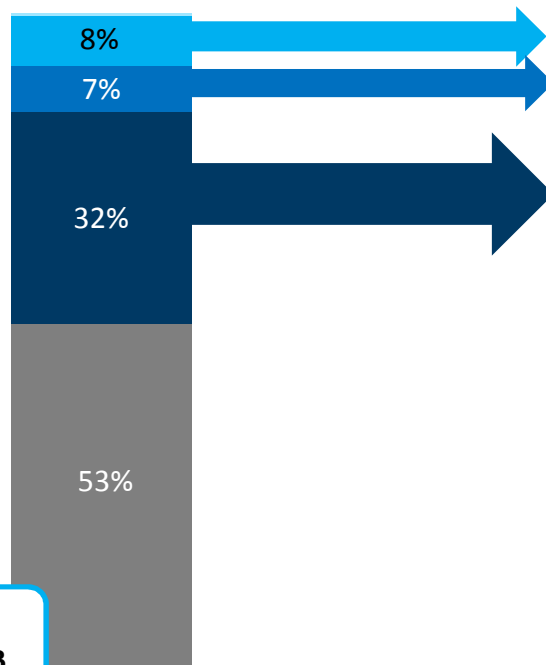
ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)

jestem w pełni zadowolony(a)

# Limit transferu danych w Internecie mobilnym

## K4. Jaki jest ustalony w umowie z operatorem limit transferu danych?

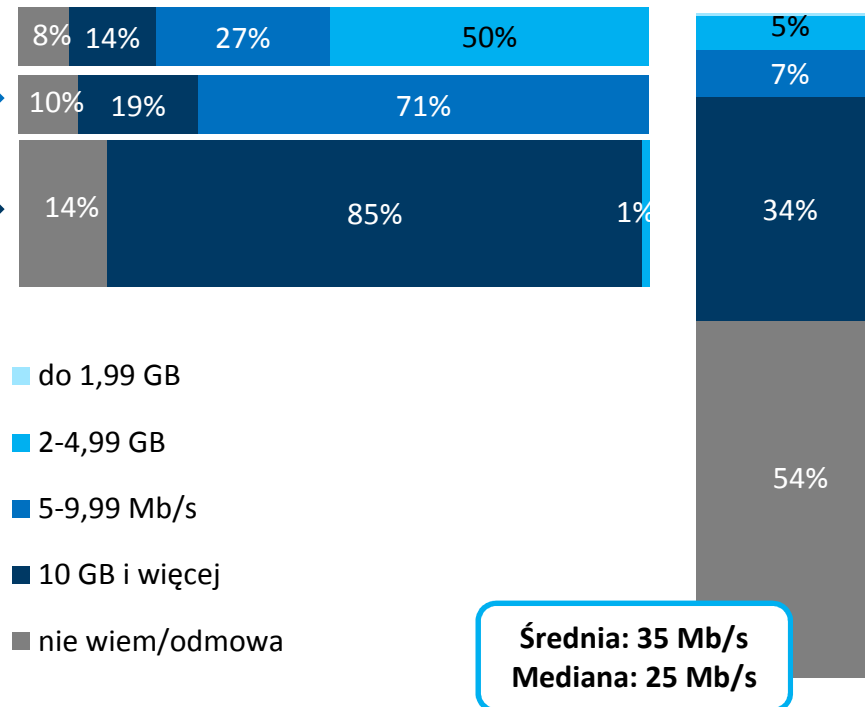
Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



**Średnia: 26 GB**  
**Mediana: 20 GB**

## K5. Jaki limit transferu danych byłby odpowiedni dla Pana(i) potrzeb?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



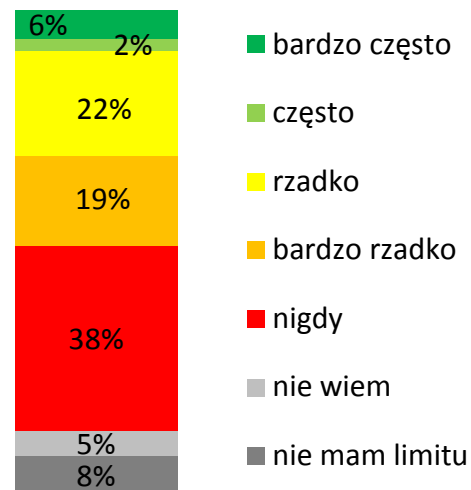
**Średnia: 35 Mb/s**  
**Mediana: 25 Mb/s**

- Średni deklarowany limit transferu danych wynosi 26 GB. Ponad połowa badanych nie jest w stanie określić limitu w posiadanej ofercie. Co trzeci użytkownik mobilnego łącza posiada limit większy niż 10 GB.
- Preferowany limit w przypadku dużych ograniczeń jest podobny do aktualnie posiadanego. Użytkownicy łącza z mniejszym limitem (do 10 GB) chcieliby, aby ich limit był większy.

# Przekraczanie limitu i wysokość opłat za mobilne łącze

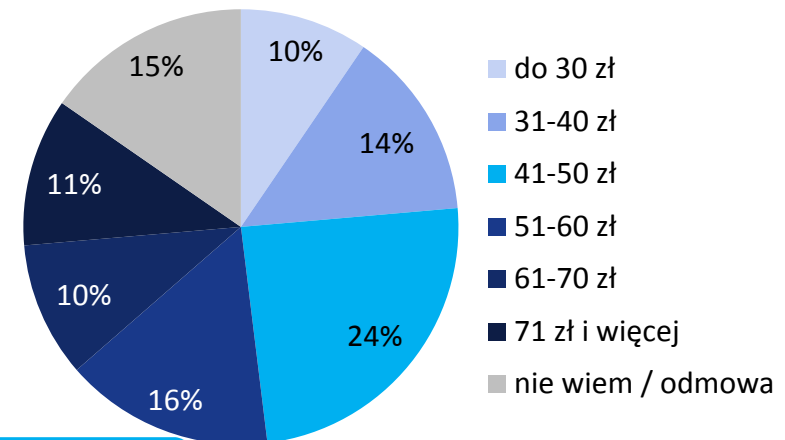
**K6. Jak często zdarza się Panu(i) przekraczać ustalony w umowie limit transferu/pobieranych danych, przez co następuje obniżenie prędkości pobierania?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



**K8. A jaka jest Pana(i) obecna przeciętna miesięczna wysokość rachunku za korzystanie z Internetu mobilnego?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



**Średnia: 55 zł**  
**Mediana: 50 zł**

**Średnie wydatki w zależności od dochodu na osobę w gospodarstwie:**

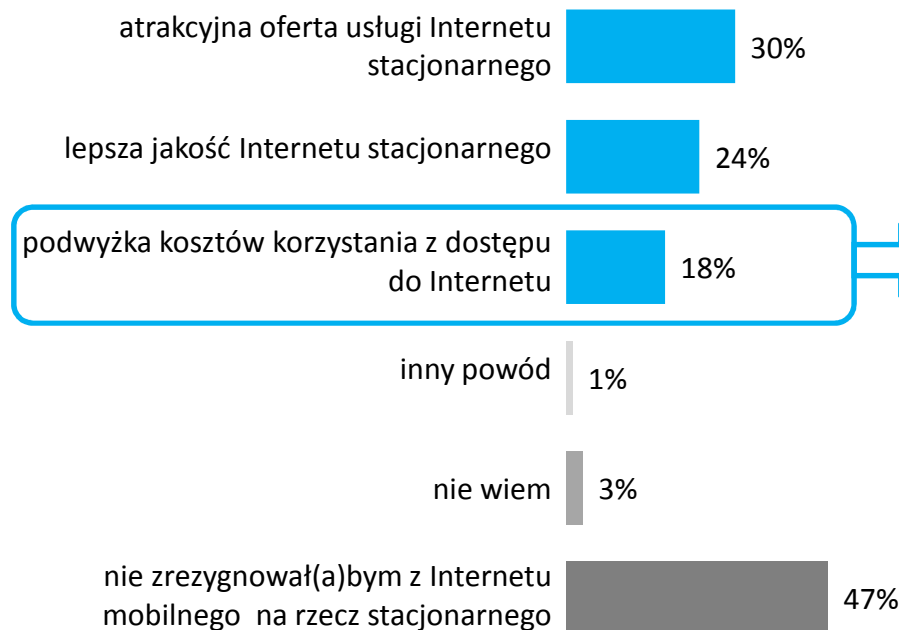
poniżej 1100 zł (n=56) - **51 zł**  
1100-1999 zł (n=85) - **53 zł**  
2000 zł i więcej (n=54) - **64 zł**

- Przekraczanie limitu danych zdarza się raczej rzadko. Często lub bardzo często limit przekracza 8% użytkowników.
- Średnia wysokość opłaty za korzystanie z mobilnego dostępu wynosi 55 zł.

# Substytucja Internetu mobilnego

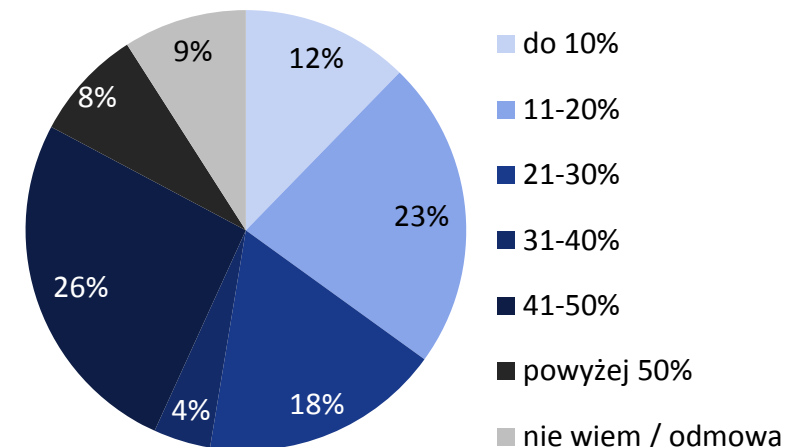
**K9. Proszę powiedzieć, co mogłoby Pana(ią) skłonić do ewentualnej rezygnacji z usługi mobilnego Internetu na rzecz Internetu stacjonarnego?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



**K10. Proszę określić w procentach, jaka podwyżka kosztów korzystania z Internetu stacjonarnego skłoniłaby Pana(ią) do rezygnacji z usługi.**

Podstawa: respondenci, którzy zrezygnowaliby z usługi w przypadku podwyżki cen, n=55



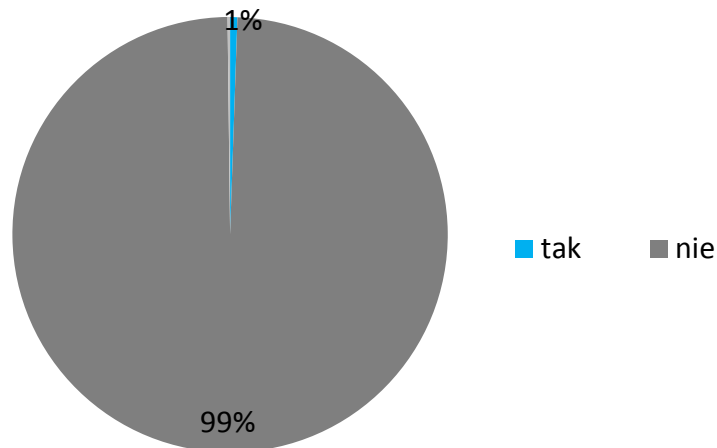
**Średnia: 34%**  
**Mediana: 30%**

- Blisko co trzeci badany byłby zainteresowany zmianą dostępu mobilnego na Internet stacjonarny, gdyby została mu przedstawiona atrakcyjna oferta dostępu stacjonarnego, a 18% badanych mogłoby zmienić usługę, gdyby koszty dostępu mobilnego wzrosły o średnio 34%. Co czwarty użytkownik zmieniłby rodzaj dostępu, gdyby łącze stacjonarne charakteryzowało się lepszą jakością.
- Prawie połowa badanych (47%) nie zrezygnowałaby w ogóle z dostępu mobilnego.

# Reklamacje i skargi składane u dostawcy Internetu mobilnego

**K11. Czy w ciągu ostatniego roku złożył(a) Pan(i) reklamację lub wniósł(ośła) skargę u dostawcy Internetu mobilnego?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet mobilny, n=277



**K12. Jakie były przyczyny ostatniej reklamacji lub skargi wniesionej do dostawcy Internetu mobilnego?**

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamacje w ciągu roku, n=2. **MAŁA PODSTAWA**

	n=2*
zwłoka w usunięciu uszkodzenia	1
problemy z połączeniem z Internetem	1

\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki mają charakter poglądowy.

- Reklamację u dostawcy Internetu mobilnego w ciągu ostatniego roku składał zaledwie 1% badanych. Skargi dotyczyły zwłoki w usunięciu uszkodzenia oraz problemów z połączeniem z Internetem.

# Ocena procedury reklamacyjnej

## K13. Jak Pan(i) ocenia poniższe elementy procedury reklamacyjnej u dostawcy Internetu mobilnego?

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamację w ciągu roku, *n=2*. **MAŁA PODSTAWA**

### ogólna ocena procedury reklamacyjnej

	n=2*
bardzo źle	1
ani źle, ani dobrze	1

### ocena uprzejmości pracowników, którzy Pana(ią) obsługiwali

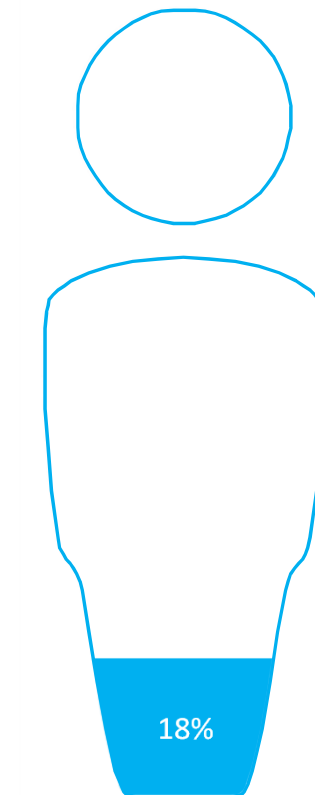
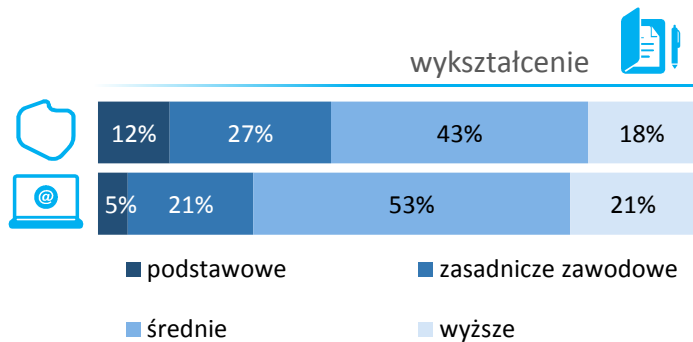
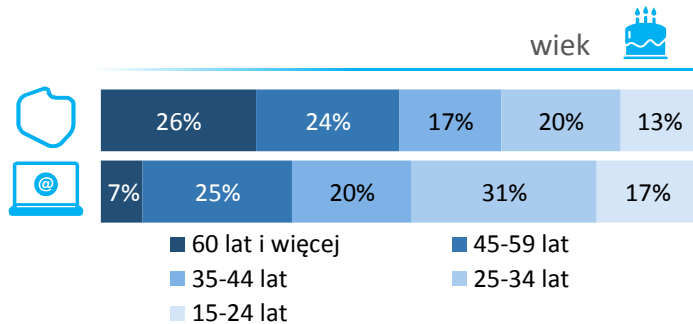
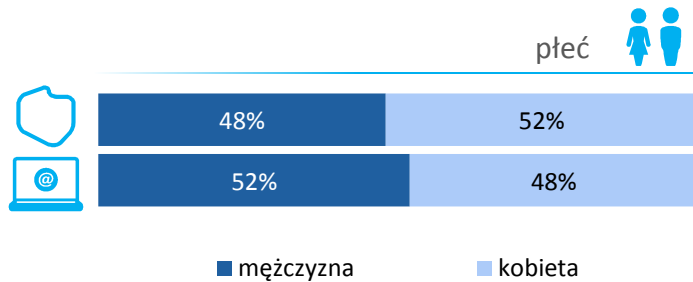
	n=2*
raczej dobrze	1
bardzo dobrze	1

### ocena szybkości rozwiązania problemu przez operatora

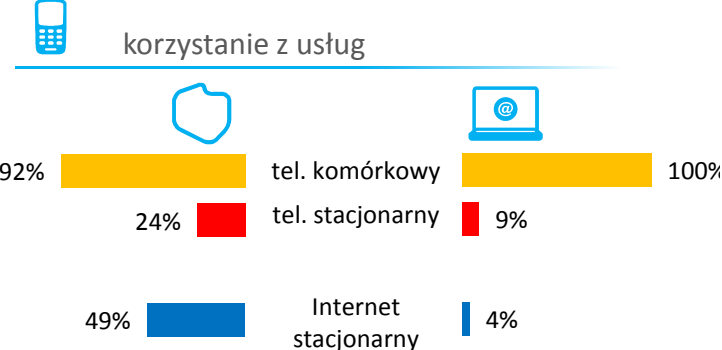
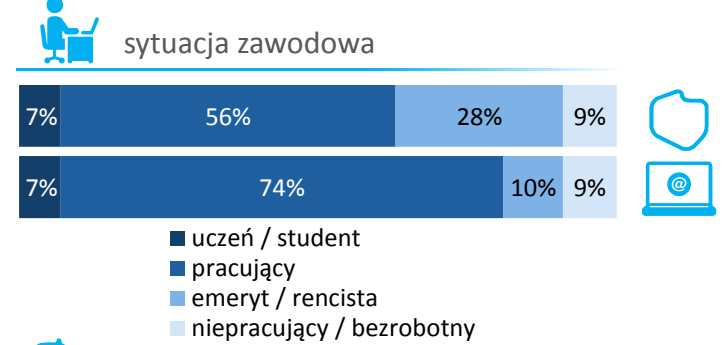
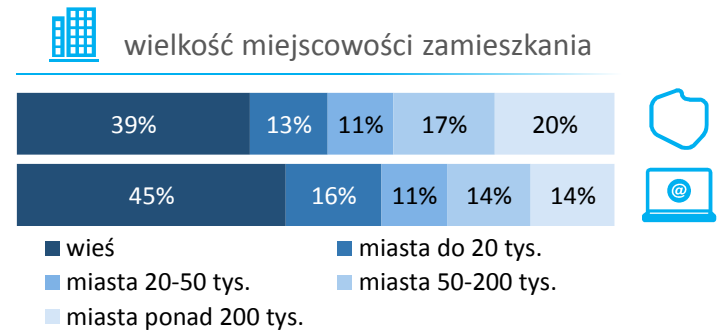
	n=2*
bardzo źle	1
raczej dobrze	1

*\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki proszę traktować poglądowo.*

# „Portret” społeczno - demograficzny posiadaczy Internetu mobilnego



Populacja, n=1600  
 posiadacze Internetu mobilnego, n=277







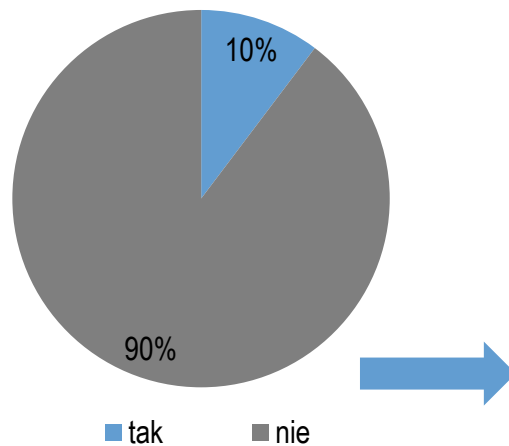
**Rozdział 2.4.**

# Internet of Things Machine2Machine

# Znajomość i korzystanie

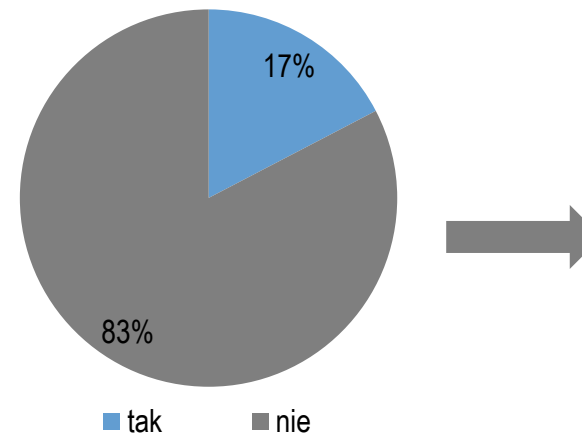
## Z1. Czy spotkał(a) się Pan(i) z pojęciem Internet of things / Machine2Machine?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



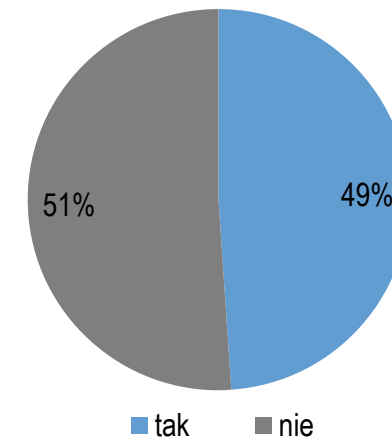
## Z2. Czy korzysta Pan(i) z tego typu lub podobnych rozwiązań?

Podstawa: respondenci, którzy spotkali się z pojęciem IoT/M2M, n=144



## Z3. A czy w przyszłości rozważa Pan(i) korzystanie z tego typu rozwiązań?

Podstawa: respondenci znający, ale nie korzystający z IoT / M2M, n=124



- Co dziesiąty Polak spotkał się z pojęciem „internet rzeczy” i/lub „machine2machine”. 17% osób, które znają to pojęcie korzysta z tego typu rozwiązań (stanowi to prawie 2% całej badanej populacji). Połowa osób nie korzystających z takich rozwiązań byłaby zainteresowana korzystaniem w przyszłości.

# Korzystanie z rozwiązań IoT/M2M

## Korzystanie z rozwiązań IoT/M2M w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) | 2%

### Płeć

mężczyzna (n=606) | 3%

kobieta (n=994) | 1%

### Wiek

15-24 lat (n=110) | 5%

25-34 lat (n=301) | 4%

35-44 lat (n=391) | 2%

45-59 lat (n=425)

60 lat i więcej (n=373) | 0,3%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174)

zasadnicze zawodowe (n=420) | 1%

średnie (n=692) | 3%

wyższe (n=305) | 2%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) | 8%

pracujący (n=956) | 2%

emeryt / rencista (n=399) | 0,2%

niepracujący / bezrobotny (n=159) | 0,4%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) | 1%

3-4 osoby (n=736) | 3%

5 osób i więcej (n=166) | 2%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) | 2%

miasto do 20 tys. (n=207) | 3%

miasto 20-50 tys. (n=188)

miasta 50-200 tys. (n=274) | 3%

miasta ponad 200 tys. (n=308) | 1%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) | 2%

1100-1999 zł (n=534) | 1%

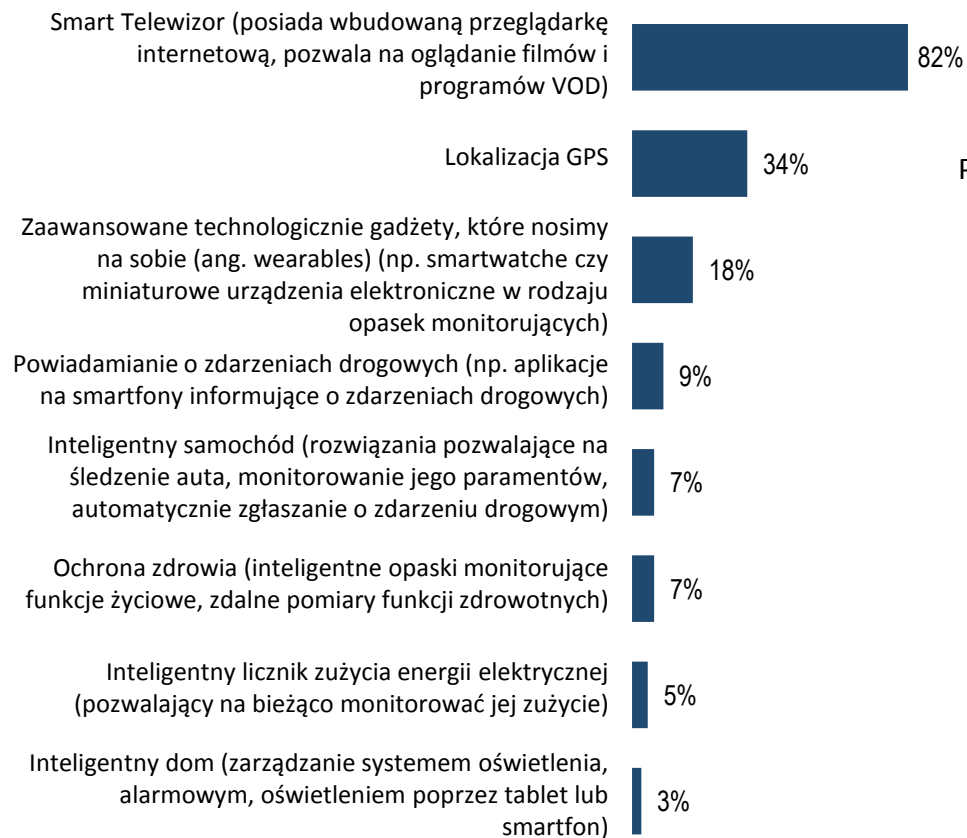
2000 zł i więcej (n=263) | 4%

- Z rozwiązań rozumianych pod pojęciem IoT lub M2M korzystają częściej młodzi głównie uczniowie i studenci.

# Korzystanie i zamiar korzystania z rozwiązań w ramach M2M

## Z4A. Z jakich rozwiązań, działających w ramach M2M Pan(i) korzysta?

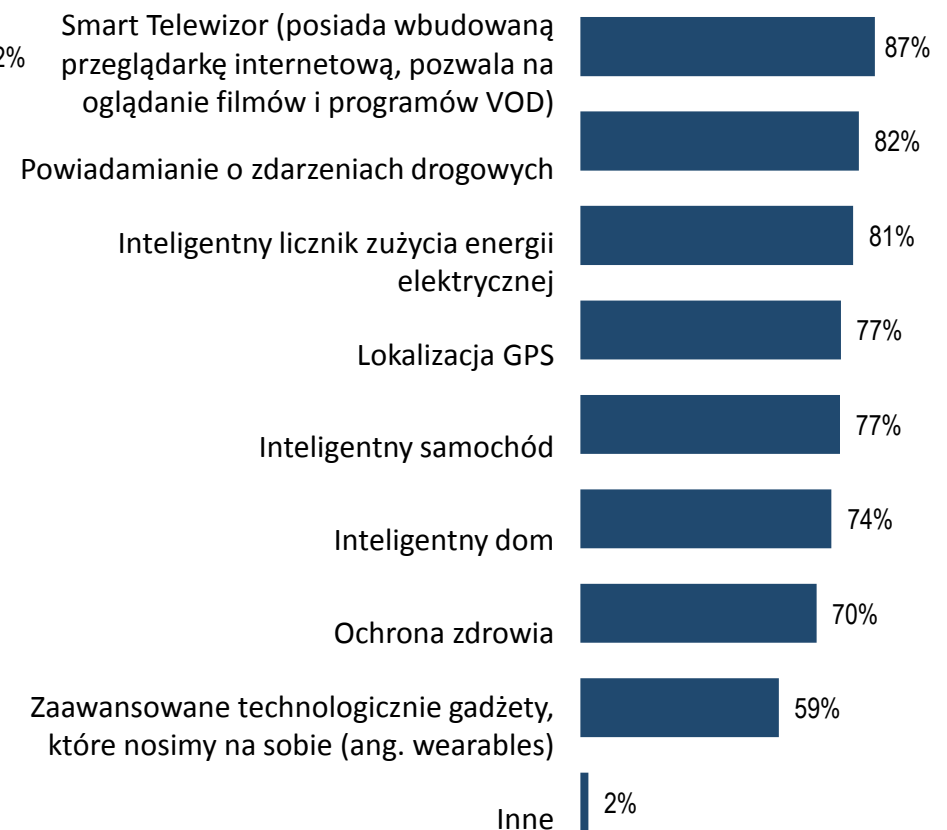
Podstawa: respondenci korzystający z IoT/M2M, n=20



inne

## Z4B. Z jakich rozwiązań, działających w ramach M2M chciał(a)by Pan(i) korzystać?

Podstawa: respondenci planujący korzystanie z IoT/M2M, n=58



# Korzystanie i zamiar korzystania z rozwiązań w ramach M2M

## Z4A. Z jakich rozwiązań, działających w ramach M2M Pan(i) korzysta?

Podstawa: respondenci korzystający z IoT/M2M, n=20



## Z4B. Z jakich rozwiązań, działających w ramach M2M chciał(a)by Pan(i) korzystać?

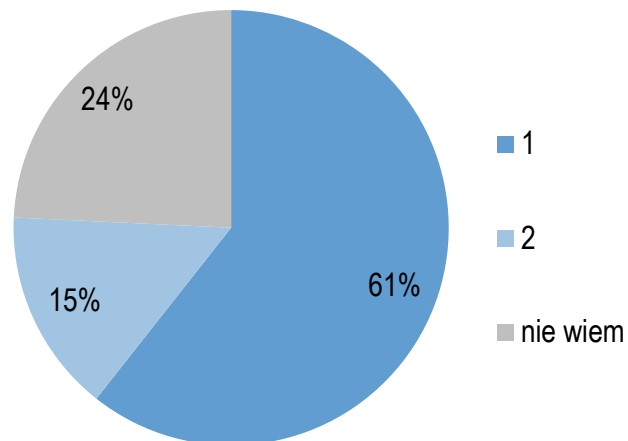
Podstawa: respondenci planujący korzystanie z IoT/M2M, n=58



## Wykorzystywane karty SIM i wysokość opłat

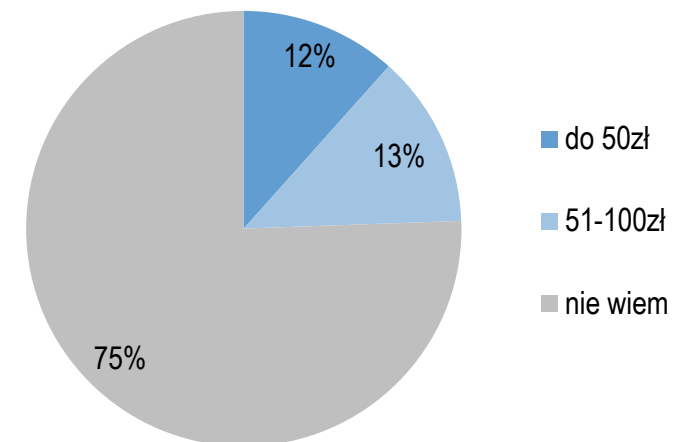
### Z5. Ile kart SIM wykorzystuje Pan(i) w urządzeniach M2M w swoim gospodarstwie domowym?

Podstawa: respondenci korzystający z IoT/M2M, n=20



### Z6. Jaki jest miesięczny koszt korzystania z tego rodzaju usług (abonament stały, opłata za transfer danych, inne)?

Podstawa: respondenci korzystający z IoT/M2M, n=20

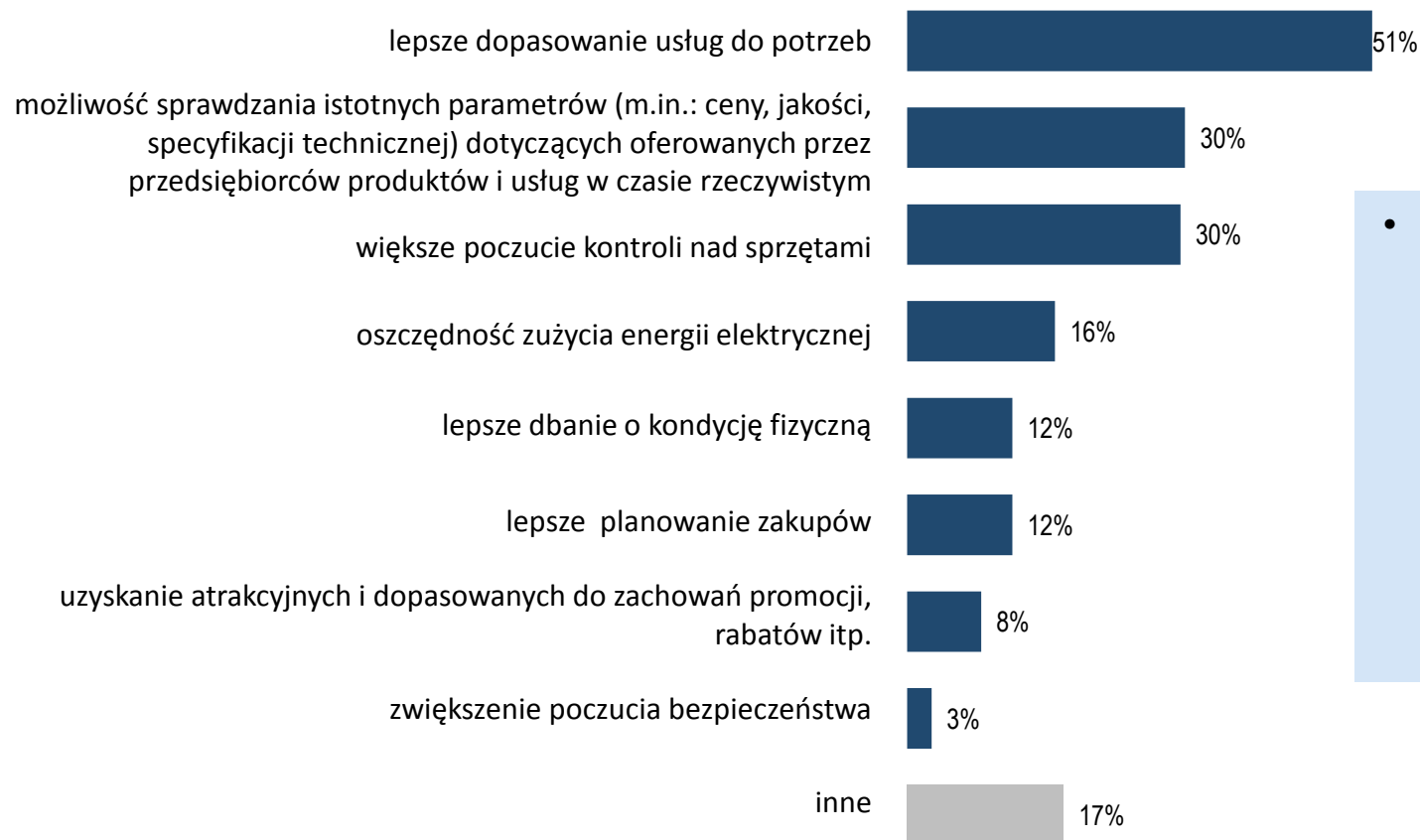


- Osoby korzystające z rozwiązań IoT/M2M wykorzystują do tego głównie 1 kartę SIM (61%).
- Zdecydowana większość osób nie jest w stanie określić wysokości opłaty za korzystanie z usług IoT/M2M.

# Korzyści korzystania z rozwiązań M2M

## Z7. Jakie korzyści przynosi Panu(i) korzystanie z tych rozwiązań?

Podstawa: respondenci korzystający z IoT/M2M, n=20



- Główne korzyści jakie przynosi korzystanie z rozwiązań IoT/M2M to lepsze dopasowanie usług do potrzeb (51%), możliwość sprawdzenia istotnych parametrów dotyczących oferowanych przez przedsiębiorców produktów i usług w czasie rzeczywistym oraz większe poczucie kontroli nad sprzętami (po 30% wskazań).

# Zagrożenia korzystania z rozwiązań M2M

## Z8. Jakie widzi Pan(i) ewentualne zagrożenie/niebezpieczeństwa korzystania z takich rozwiązań?

Podstawa: respondenci korzystający z IoT/M2M, n=20



- Najczęściej wskazywanymi zagrożeniami związanymi z korzystaniem z IoT/M2M są możliwe ataki na urządzenia działające w sieci IoT (45%), zmniejszenie poczucie bezpieczeństwa (27%) oraz brak kontroli nad firmami sprzedającymi rozwiązania IoT (26%).





## **Rozdział 2.5.**

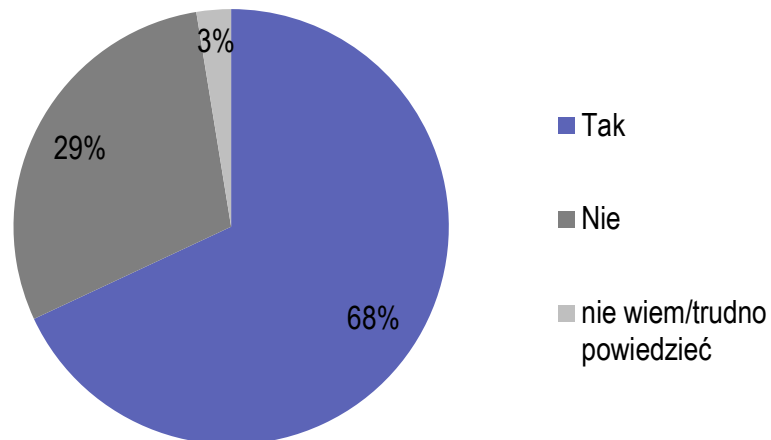
# **Bezpieczeństwo w sieci**

# Bezpieczeństwo w sieci

(1/2)

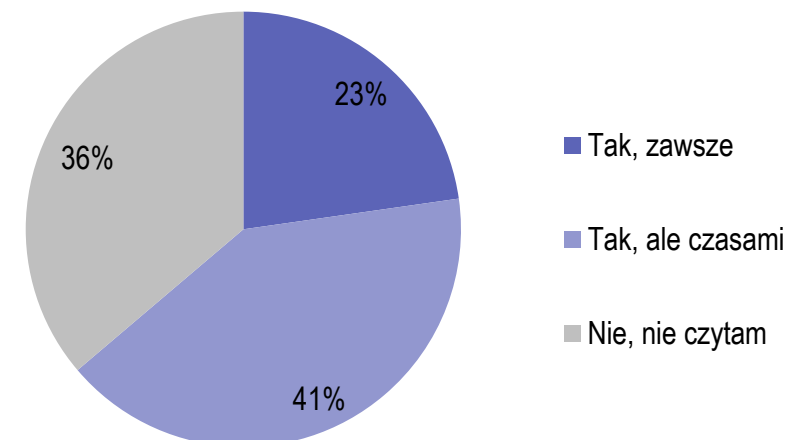
**Z9. Czy korzysta Pan(i) z programów antywirusowych, anty spyware lub innych, pozwalających zabezpieczyć komputer czy laptop przed potencjalnymi zagrożeniami?**

Podstawa: respondenci korzystający z Internetu, n=1108



**Z10. Czy czyta Pan(i) regulaminy korzystania z usług internetowych (poczta, komunikatory, publiczne sieci WiFi) przed ich akceptacją?**

Podstawa: respondenci korzystający z Internetu, n=1108



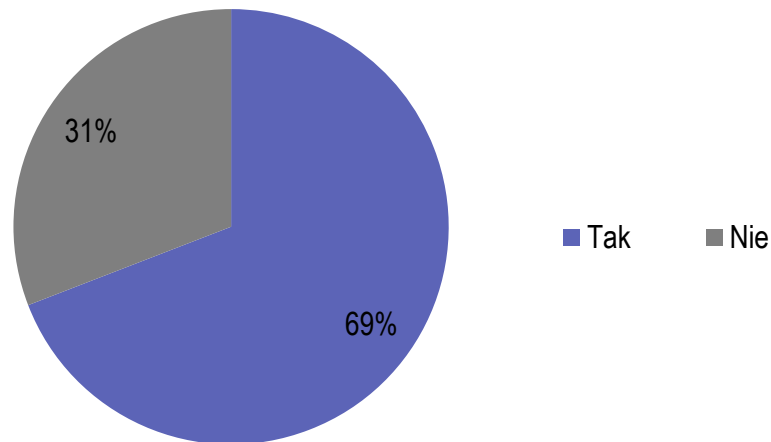
- Ponad 2/3 korzystających z Internetu posiada programy antywirusowe, anty spyware lub inne pozwalające zabezpieczyć komputer czy laptop przed potencjalnymi zagrożeniami.
- Co trzeci użytkownik Internetu nie czyta regulaminów przed ich akceptacją. Zawsze takie czynności wykonuje 23% korzystających z Internetu, a czasami czyni to 41%.

# Bezpieczeństwo w sieci

(2/2)

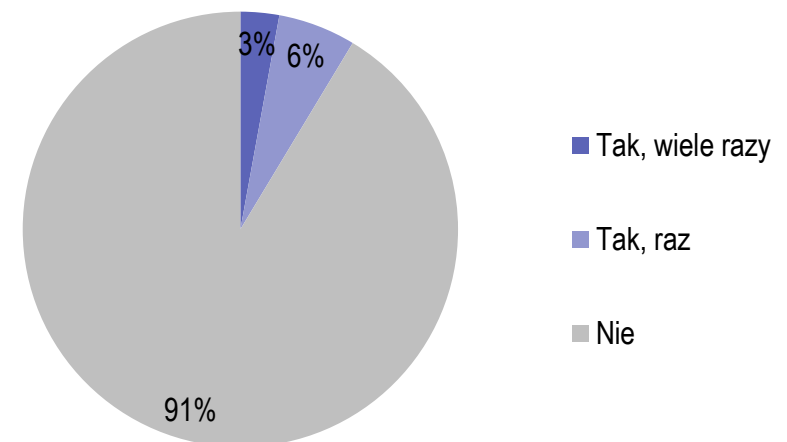
**Z11. Czy ma Pan(i) świadomość udostępnianych przez siebie danych? Chodzi o umieszczanie informacji o sobie na różnego rodzaju stronach www w celu np. otrzymania zniżki, rejestracji na forum internetowym itp.**

*Podstawa: respondenci korzystający z Internetu, n=1108*



**Z12. Czy padł(a) Pan(i) ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez Pana(ią) danych?**

*Podstawa: respondenci korzystający z Internetu, n=1108*



- Ponad 2/3 korzystających z Internetu ma świadomość udostępniania przez siebie danych, a 9% osób padło ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych danych (6% - raz, a 3% - wiele razy).



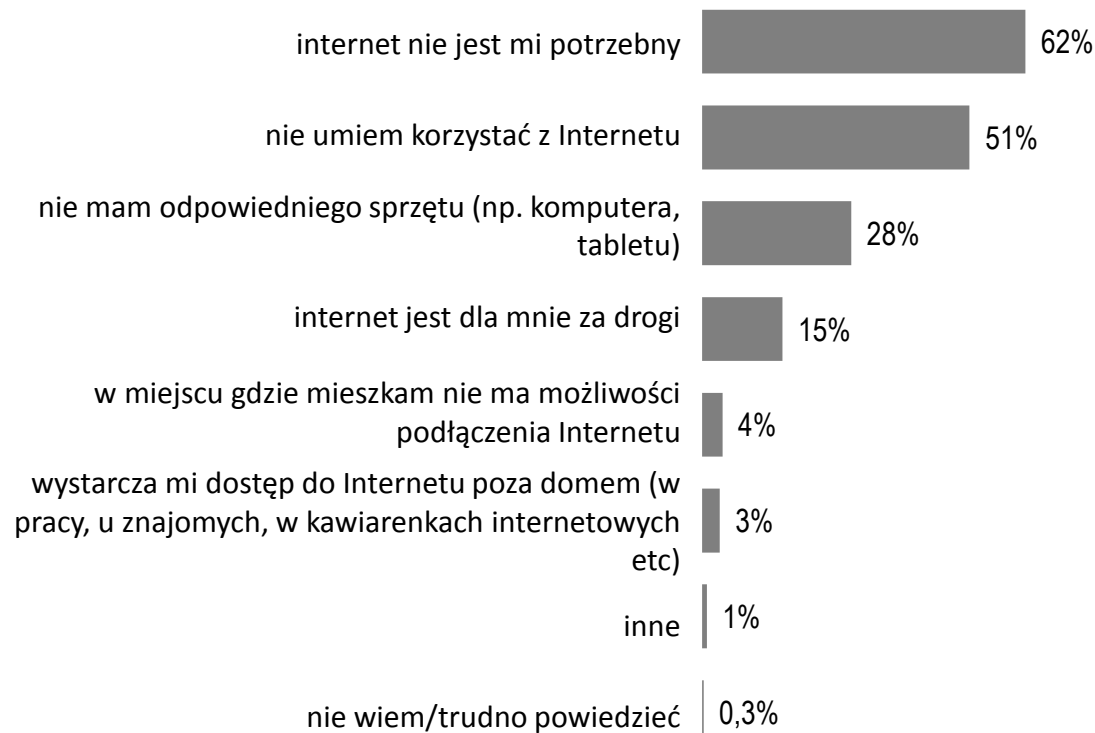
## Rozdział 2.6.

# Rynek Internetu stacjonarnego i mobilnego niekorzystanie z Internetu

# Powody nieposiadania z dostępu do Internetu

## L1. Z jakich powodów nie posiada Pan(i) dostępu do Internetu?

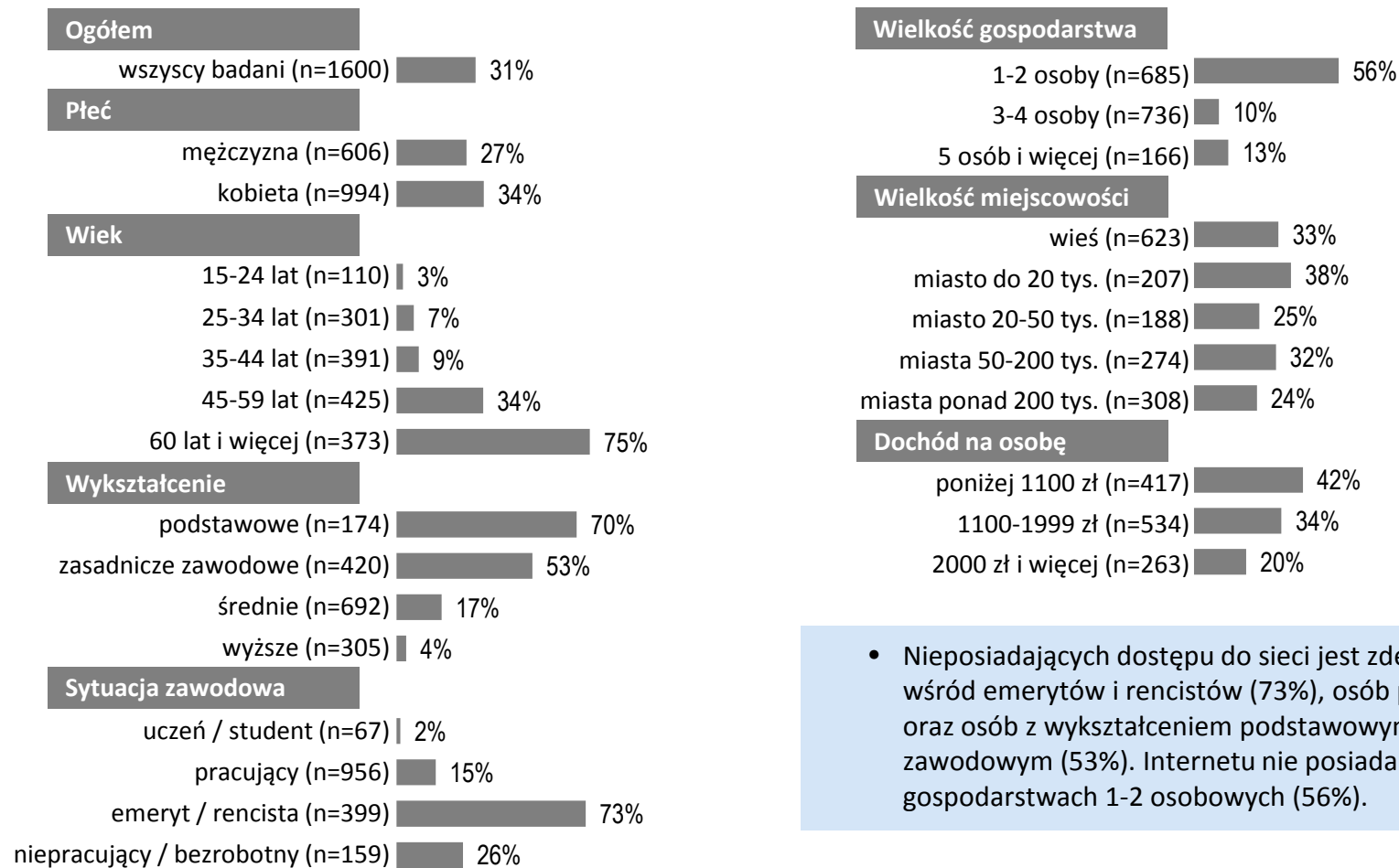
Podstawa: respondenci, którzy nie posiadają Internetu, n=487



- Brak dostępu do Internetu wiąże się w zdecydowanej większości przypadków z brakiem potrzeb (62% wskazań) lub niewystarczającymi umiejętnościami korzystania z usługi (51%). Ponad co czwarty badany nie posiada odpowiedniego sprzętu umożliwiającego dostęp do Internetu.
- Brak możliwości podłączenia Internetu w miejscu zamieszkania dotyka 4% respondentów nie korzystających z Internetu, a 3% korzysta z Internetu poza domem.

# Nieposiadający Internetu

## Nieposiadanie Internetu w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:



- Nieposiadających dostępu do sieci jest zdecydowanie najwięcej wśród emerytów i rencistów (73%), osób po 60 roku życia (75%) oraz osób z wykształceniem podstawowym (70%) i zasadniczym zawodowym (53%). Internetu nie posiada się częściej w gospodarstwach 1-2 osobowych (56%).



## Rozdział 2.7.

# Rynek Internetu

## stacjonarnego i mobilnego

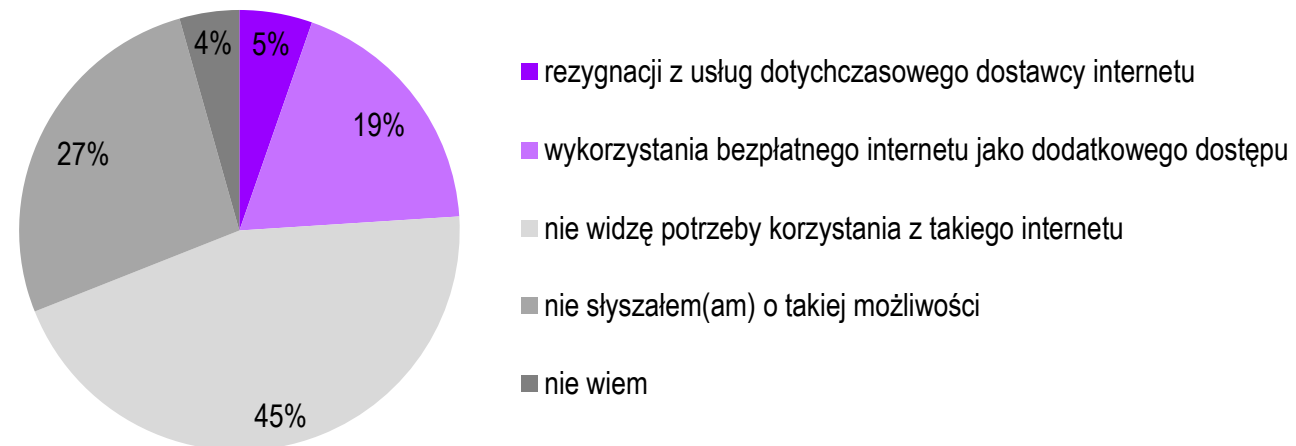
Publiczny bezpłatny dostęp do Internetu

## Zainteresowanie publicznym dostępem do Internetu

**H5. Obecnie w Polsce jednostki samorządu terytorialnego, głównie gminy, umożliwiają swoim mieszkańcom korzystanie z bezpłatnego dostępu do Internetu. Najczęściej jest on świadczony w technologii radiowej (WiFi), a każdy użytkownik będący w zasięgu sieci może z niego korzystać. Usługa ta posiada jednak funkcjonalne ograniczenia – sesja przerywana, maksymalna prędkość pobierania danych - 512 kb/s, ograniczony limit transferu danych**

**Czy możliwość uzyskania takiego bezpłatnego dostępu do Internetu skłoniłaby Pana(ią) do:**

*Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet, n=1105*



- Wśród badanych posiadających aktualnie dostęp do sieci w domu, 45% osób nie widzi potrzeby korzystania z publicznego Internetu. Jedynie 5% osób byłoby skłonnych zrezygnować z dotychczasowej usługi na rzecz dostępu publicznego, a 19% korzystałaby z niego jako dodatku do posiadanego łącza. Blisko co czwarty użytkownik sieci nie słyszał w ogóle o takim dostępie.

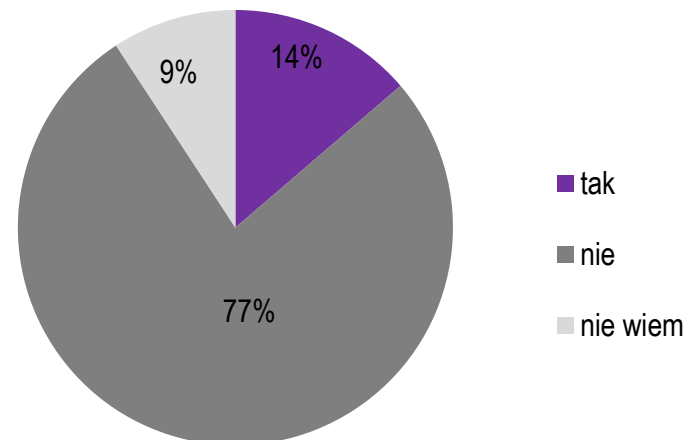


## Zainteresowanie publicznym dostępem do Internetu, cd.

**L2. Obecnie w Polsce jednostki samorządu terytorialnego, najczęściej gminy, umożliwiają swoim mieszkańcom korzystanie z bezpłatnego dostępu. Najczęściej jest on świadczony w technologii radiowej (WiFi), a każdy użytkownik będący w zasięgu sieci może z niego korzystać. Usługa ta posiada jednak funkcjonalne ograniczenia – przerywana sesja maksymalna prędkość pobierania danych - 512 kb/s, ograniczony limit transferu danych.**

**Czy możliwość uzyskania bezpłatnego dostępu do Internetu skłoniłaby Pana(ią) do skorzystania z tego rodzaju usługi?**

*Podstawa: respondenci, którzy nie posiadają Internetu, n=487*

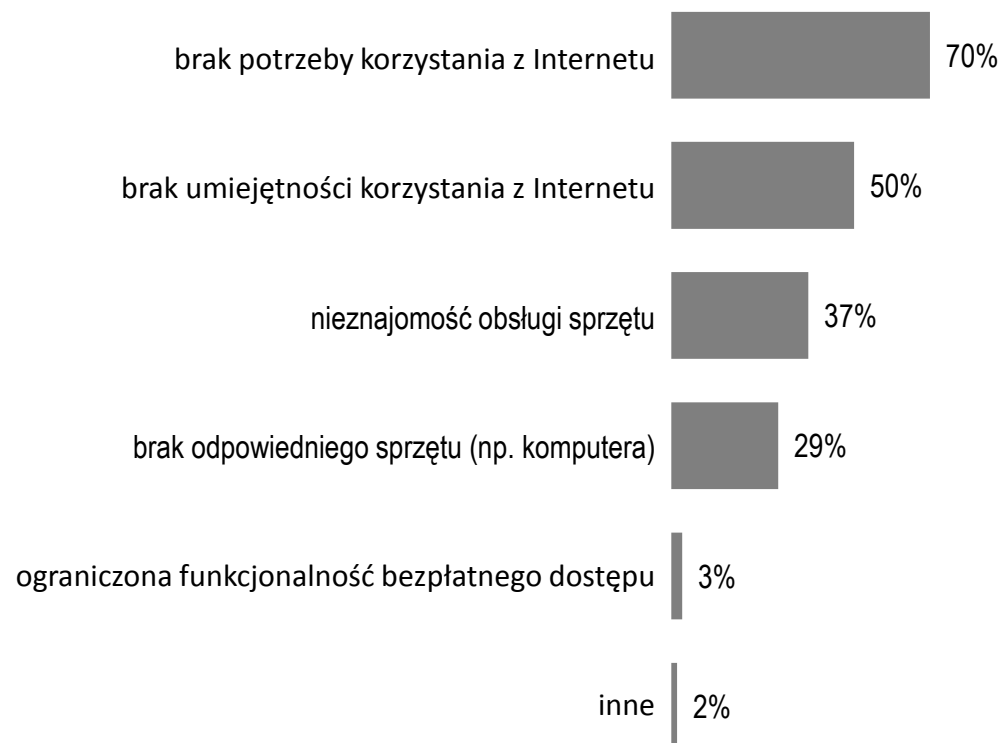


- Wśród osób nie mających dostępu do sieci, zainteresowanie korzystaniem z bezpłatnego Internetu deklaruje 14% badanych.

# Powody braku zainteresowania publicznym dostępem

## L3. Z jakich powodów nie jest Pan(i) zainteresowany(a) bezpłatnym Internetem?

Podstawa: respondenci niemający Internetu, którzy nie są zainteresowani bezpłatnym dostępem, n=370



- Brak zainteresowania bezpłatnym Internetem wynika głównie z ogólnego braku potrzeby korzystania z Internetu (70% wskazań). Niewystarczające umiejętności korzystania z Internetu, nieznajomość obsługi sprzętu czy nieodpowiedni sprzęt wskazało odpowiednio 50%, 37% i 29% badanych.



## Rozdział 3.1.

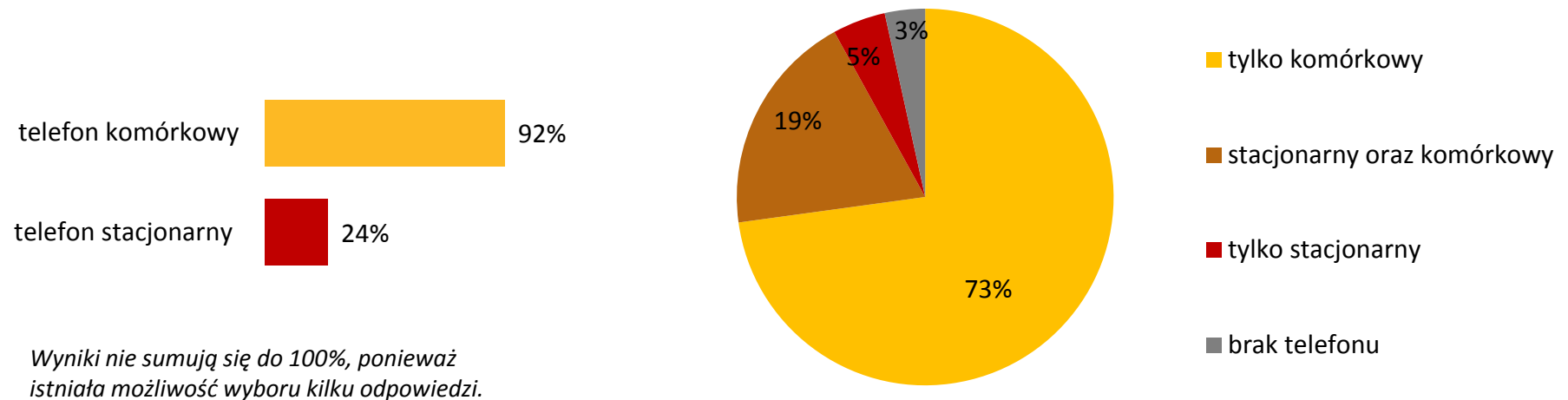
# Rynek telefonii komórkowej i stacjonarnej

Korzystanie z telefonii ogółem

# Korzystanie z usług telefonii stacjonarnej i komórkowej

## P0. Czy w miejscu zamieszkania ma Pan(i) ...

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



- Blisko  $\frac{3}{4}$  badanych posiada tylko telefon komórkowy (73%). Z telefonu stacjonarnego i komórkowego równolegle korzysta 19% osób, a tylko z telefonu stacjonarnego 5%. Brak jakiegokolwiek telefonu deklaruje 3% respondentów.
- Posiadanie telefonu komórkowego łącznie deklaruje 92% Polaków w wieku 15 lat i więcej, a telefonu stacjonarnego – 24%.

# Posiadanie tylko telefonu komórkowego

## Posiadanie wyłącznie telefonu komórkowego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 73%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 72%

kobieta (n=994) 74%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 87%

25-34 lat (n=301) 83%

35-44 lat (n=391) 79%

45-59 lat (n=425) 74%

60 lat i więcej (n=373) 52%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 59%

zasadnicze zawodowe (n=420) 74%

średnie (n=692) 77%

wyższe (n=305) 71%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 80%

pracujący (n=956) 79%

emeryt / rencista (n=399) 54%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 90%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 70%

3-4 osoby (n=736) 78%

5 osób i więcej (n=166) 63%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 71%

miasto do 20 tys. (n=207) 80%

miasto 20-50 tys. (n=188) 71%

miasta 50-200 tys. (n=274) 72%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 74%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 71%

1100-1999 zł (n=534) 72%

2000 zł i więcej (n=263) 76%

- Posiadanie wyłącznie telefonu komórkowego jest charakterystyczne dla najmłodszej grupy respondentów. Wraz ze wzrostem wieku odsetek ten maleje.
- Odsetek użytkowników usługi jest szczególnie niski dla osób o wykształceniu podstawowym (59%), emerytów i rencistów (54%) oraz osób w wieku 60 lat i więcej (52%).

# Posiadanie telefonu stacjonarnego i komórkowego

## Posiadanie telefonu stacjonarnego oraz komórkowego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 19%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 21%

kobieta (n=994) 18%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 13%

25-34 lat (n=301) 16%

35-44 lat (n=391) 20%

45-59 lat (n=425) 23%

60 lat i więcej (n=373) 21%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 11%

zasadnicze zawodowe (n=420) 17%

średnie (n=692) 20%

wyższe (n=305) 26%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 20%

pracujący (n=956) 20%

emeryt / rencista (n=399) 19%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 9%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 15%

3-4 osoby (n=736) 21%

5 osób i więcej (n=166) 31%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 21%

miasto do 20 tys. (n=207) 14%

miasto 20-50 tys. (n=188) 24%

miasta 50-200 tys. (n=274) 17%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 18%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 17%

1100-1999 zł (n=534) 19%

2000 zł i więcej (n=263) 20%

- Gospodarstwa wieloosobowe charakteryzują się wykorzystaniem obydwu rodzajów telefonów. Oba rodzaje telefonów posiadają również nieco częściej osoby z wyższym wykształceniem (26%).

# Posiadanie tylko telefonu stacjonarnego

## Posiadanie wyłącznie telefonu stacjonarnego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 5%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 4%

kobieta (n=994) 5%

### Wiek

15-24 lat (n=110)

25-34 lat (n=301) 1%

35-44 lat (n=391) 0%

45-59 lat (n=425) 2%

60 lat i więcej (n=373) 15%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 11%

zasadnicze zawodowe (n=420) 7%

średnie (n=692) 2%

wyższe (n=305) 2%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67)

pracujący (n=956) 1%

emeryt / rencista (n=399) 15%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 0%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 9%

3-4 osoby (n=736) 1%

5 osób i więcej (n=166) 3%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 4%

miasto do 20 tys. (n=207) 3%

miasto 20-50 tys. (n=188) 3%

miasta 50-200 tys. (n=274) 5%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 8%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 4%

1100-1999 zł (n=534) 6%

2000 zł i więcej (n=263) 3%

- Posiadanie tylko telefonów stacjonarnych to przywilej osób powyżej 60 roku życia (15%), z podstawowym wykształceniem (11%) oraz emerytów i rencistów (15%). Również w gospodarstwach 1-2 osobowych częściej niż w gospodarstwach wieloosobowych wykorzystuje się tylko tradycyjną telefonię.

# Niekorzystający z telefonu

## Brak telefonu stacjonarnego oraz komórkowego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) | 3%

### Płeć

mężczyzna (n=606) | 3%

kobieta (n=994) | 4%

### Wiek

15-24 lat (n=110)

25-34 lat (n=301)

35-44 lat (n=391) | 0,4%

45-59 lat (n=425) | 1%

60 lat i więcej (n=373) | 12%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) | 20%

zasadnicze zawodowe (n=420) | 3%

średnie (n=692) | 0,5%

wyższe (n=305) | 1%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67)

pracujący (n=956) | 0,4%

emeryt / rencista (n=399) | 12%

niepracujący / bezrobotny (n=159) | 1%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) | 6%

3-4 osoby (n=736) | 1%

5 osób i więcej (n=166) | 3%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) | 4%

miasto do 20 tys. (n=207) | 3%

miasto 20-50 tys. (n=188) | 2%

miasta 50-200 tys. (n=274) | 7%

miasta ponad 200 tys. (n=308) | 1%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) | 8%

1100-1999 zł (n=534) | 3%

2000 zł i więcej (n=263) | 0,2%

- Brak telefonu jest najbardziej charakterystyczny dla osób z wykształceniem podstawowym (20%), po 60 roku życia (12%) oraz wśród emerytów i rencistów (12%).





## Rozdział 3.2.

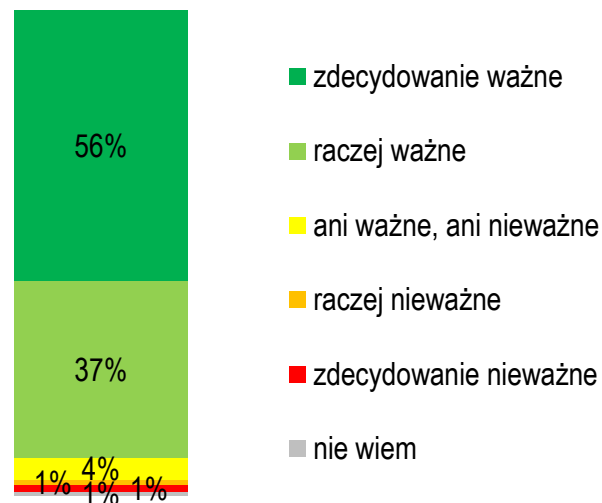
# Rynek telefonii komórkowej i stacjonarnej

Telefonia komórkowa

# Ważność posiadania telefonu komórkowego i rodzaj aparatu

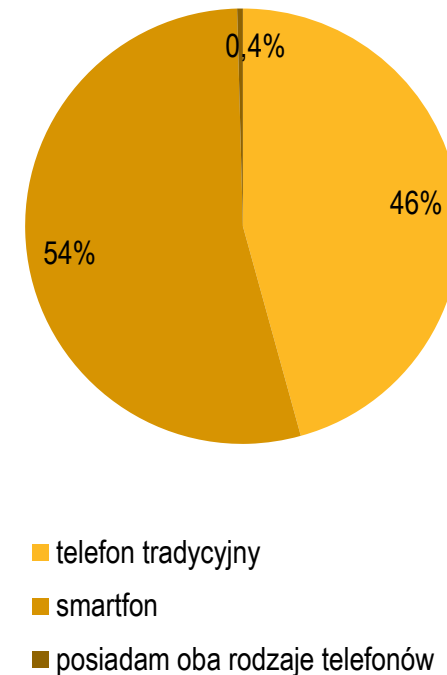
## D1. Proszę ocenić, jak ważne jest dla Pana(i) posiadanie telefonu komórkowego.

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



## D2. Z jakiego typu aparatu komórkowego Pan(i) korzysta?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



- Prawie połowa użytkowników telefonów komórkowych korzysta ze smartfona (46%). Pozostały odsetek osób wykorzystuje ciągle tradycyjne telefony.
- Posiadanie telefonu komórkowego jest ważne lub zdecydowanie ważne dla 93% badanych (w tym dla 56% jest to bardzo ważne).

# Posiadanie telefonu typu smartfon

Posiadanie smartfona wśród użytkowników telefonów komórkowych w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

## Ogółem

posiadacze tel. kom. (n=1480) 54%

## Płeć

mężczyzna (n=554) 57%

kobieta (n=926) 52%

## Wiek

15-24 lat (n=110) 84%

25-34 lat (n=300) 85%

35-44 lat (n=387) 69%

45-59 lat (n=411) 36%

60 lat i więcej (n=272) 11%

## Wykształcenie

podstawowe (n=118) 27%

zasadnicze zawodowe (n=381) 29%

średnie (n=673) 63%

wyższe (n=299) 81%

## Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 83%

pracujący (n=946) 66%

emeryt / rencista (n=292) 12%

niepracujący / bezrobotny (n=157) 57%

## Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=587) 33%

3-4 osoby (n=726) 72%

5 osób i więcej (n=155) 56%

## Wielkość miejscowości

wieś (n=570) 51%

miasto do 20 tys. (n=196) 46%

miasto 20-50 tys. (n=179) 60%

miasta 50-200 tys. (n=247) 53%

miasta ponad 200 tys. (n=288) 63%

## Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=372) 43%

1100-1999 zł (n=490) 57%

2000 zł i więcej (n=256) 62%

- Smartfony są używane najczęściej przez osoby do 34 roku życia (84%-85% w zależności od przedziału wiekowego), z wyższym wykształceniem (81%), uczniów, studentów (83%), a także respondentów z 3-4 osobowych gospodarstw domowych (72%).

# Posiadanie aparatu tradycyjnego

## Posiadanie aparatu tradycyjnego wśród użytkowników telefonów komórkowych w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

posiadacze tel. kom. (n=1480) 46%

### Płeć

mężczyzna (n=554) 43%

kobieta (n=926) 48%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 16%

25-34 lat (n=300) 15%

35-44 lat (n=387) 31%

45-59 lat (n=411) 64%

60 lat i więcej (n=272) 89%

### Wykształcenie

podstawowe (n=118) 73%

zasadnicze zawodowe (n=381) 71%

średnie (n=673) 37%

wyższe (n=299) 19%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 17%

pracujący (n=946) 34%

emeryt / rencista (n=292) 88%

niepracujący / bezrobotny (n=157) 43%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=587) 67%

3-4 osoby (n=726) 28%

5 osób i więcej (n=155) 44%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=570) 49%

miasto do 20 tys. (n=196) 54%

miasto 20-50 tys. (n=179) 40%

miasta 50-200 tys. (n=247) 47%

miasta ponad 200 tys. (n=288) 37%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=372) 57%

1100-1999 zł (n=490) 43%

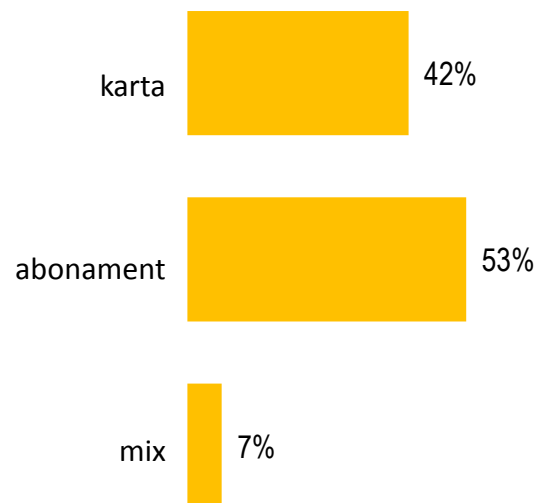
2000 zł i więcej (n=256) 38%

- Korzystanie z telefonów tradycyjnych dominuje wśród osób po 45 roku życia (zwłaszcza po 60 roku życia – 89%), badanych z podstawowym (73%) lub zawodowym wykształceniem (71%), emerytów i rencistów (88%) oraz respondentów z 1-2 osobowych gospodarstw domowych (67%).

## Rodzaj użytkowanej oferty komórkowej

### D5. Z jakiego typu oferty komórkowej Pan(i) korzysta?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



- Korzystanie z oferty na kartę deklaruje 42% respondentów. Z telefonu na abonament korzysta 53% osób, a ofertę mix posiada 7% użytkowników telefonów komórkowych.

# Posiadanie telefonu na kartę

**Profil użytkowników telefonów na kartę wśród użytkowników telefonów komórkowych w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:**

## Ogółem

posiadacze tel. kom. (n=1480) 42%

## Płeć

mężczyzna (n=554) 38%

kobieta (n=926) 46%

## Wiek

15-24 lat (n=110) 46%

25-34 lat (n=300) 24%

35-44 lat (n=387) 29%

45-59 lat (n=411) 48%

60 lat i więcej (n=272) 63%

## Wykształcenie

podstawowe (n=118) 71%

zasadnicze zawodowe (n=381) 62%

średnie (n=673) 34%

wyższe (n=299) 20%

## Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 51%

pracujący (n=946) 32%

emeryt / rencista (n=292) 63%

niepracujący / bezrobotny (n=157) 52%

## Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=587) 52%

3-4 osoby (n=726) 33%

5 osób i więcej (n=155) 42%

## Wielkość miejscowości

wieś (n=570) 39%

miasto do 20 tys. (n=196) 48%

miasto 20-50 tys. (n=179) 39%

miasta 50-200 tys. (n=247) 47%

miasta ponad 200 tys. (n=288) 42%

## Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=372) 55%

1100-1999 zł (n=490) 41%

2000 zł i więcej (n=256) 30%

- Oferta pre-paid jest częściej wykorzystywana przez najmłodszych respondentów oraz osoby po 45 roku życia, badanych z wykształceniem podstawowym i zawodowym, emerytów i rencistów oraz posiadających dochody poniżej 1100 zł na osobę.

# Posiadanie telefonów na abonament

Profil użytkowników telefonów na abonament wśród użytkowników telefonów komórkowych w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

## Ogółem

posiadacze tel. kom. (n=1480) 53%

## Płeć

mężczyzna (n=554) 57%

kobieta (n=926) 49%

## Wiek

15-24 lat (n=110) 41%

25-34 lat (n=300) 73%

35-44 lat (n=387) 68%

45-59 lat (n=411) 49%

60 lat i więcej (n=272) 33%

## Wykształcenie

podstawowe (n=118) 24%

zasadnicze zawodowe (n=381) 33%

średnie (n=673) 60%

wyższe (n=299) 78%

## Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 36%

pracujący (n=946) 65%

emeryt / rencista (n=292) 32%

niepracujący / bezrobotny (n=157) 41%

## Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=587) 43%

3-4 osoby (n=726) 62%

5 osób i więcej (n=155) 54%

## Wielkość miejscowości

wieś (n=570) 54%

miasto do 20 tys. (n=196) 48%

miasto 20-50 tys. (n=179) 55%

miasta 50-200 tys. (n=247) 50%

miasta ponad 200 tys. (n=288) 56%

## Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=372) 43%

1100-1999 zł (n=490) 55%

2000 zł i więcej (n=256) 64%

- Oferty abonamentowe są najczęściej używane przez osoby w wieku 25-44 lata (73%), z wykształceniem wyższym (78%) lub średnim (60%), pracujące (65%) oraz badanych o wyższych dochodach.

# Posiadanie telefonów w ofercie mix

## Profil użytkowników telefonów w ofercie mix wśród użytkowników telefonów komórkowych w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

posiadacze tel. kom. (n=1480) ■ 7%

### Płeć

mężczyzna (n=554) ■ 7%

kobieta (n=926) ■ 6%

### Wiek

15-24 lat (n=110) ■ 13%

25-34 lat (n=300) ■ 4%

35-44 lat (n=387) ■ 5%

45-59 lat (n=411) ■ 6%

60 lat i więcej (n=272) ■ 6%

### Wykształcenie

podstawowe (n=118) ■ 6%

zasadnicze zawodowe (n=381) ■ 6%

średnie (n=673) ■ 8%

wyższe (n=299) ■ 4%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) ■ 12%

pracujący (n=946) ■ 5%

emeryt / rencista (n=292) ■ 7%

niepracujący / bezrobotny (n=157) ■ 8%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=587) ■ 5%

3-4 osoby (n=726) ■ 7%

5 osób i więcej (n=155) ■ 9%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=570) ■ 10%

miasto do 20 tys. (n=196) ■ 4%

miasto 20-50 tys. (n=179) ■ 6%

miasta 50-200 tys. (n=247) ■ 6%

miasta ponad 200 tys. (n=288) ■ 2%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=372) ■ 5%

1100-1999 zł (n=490) ■ 5%

2000 zł i więcej (n=256) ■ 7%

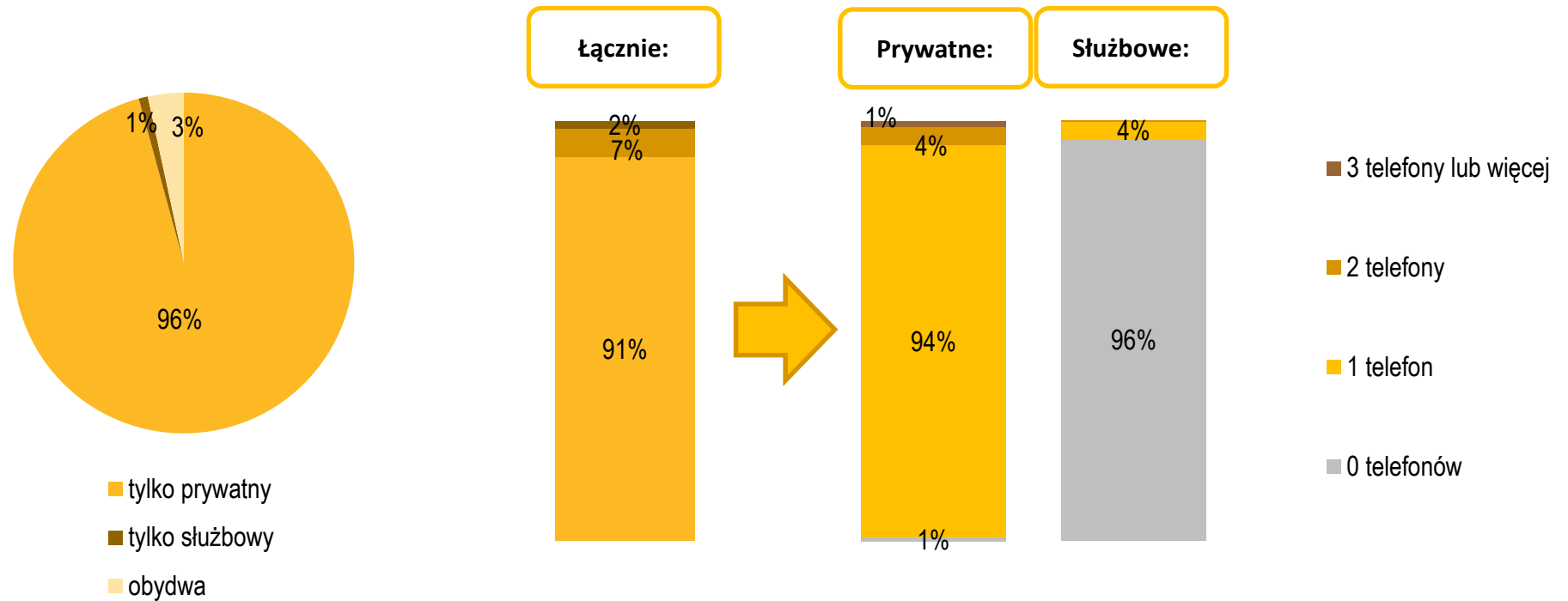
- Użytkownikami telefonów w ofercie mix są najczęściej młode osoby (15-24 lata: 13%), uczniowie i studenci (12%) oraz osoby zamieszkujące wsie (10%).



# Liczba aktywnych numerów komórkowych

**D4. Ile posiada Pan(i) aktywnych telefonów (numerów) komórkowych? Proszę udzielić odpowiedzi w podziale na liczbę telefonów prywatnych i służbowych.**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480

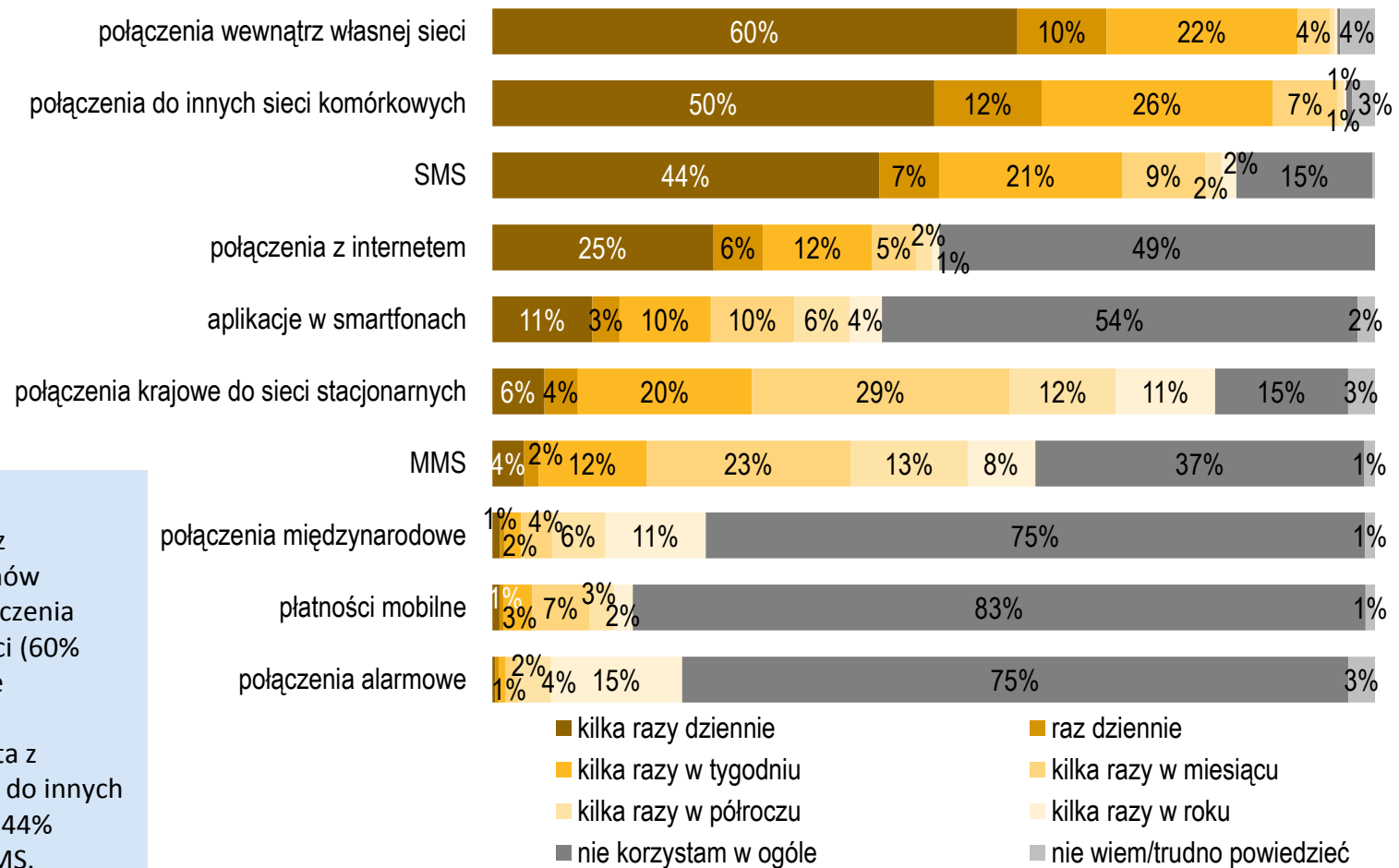


- Zdecydowana większość użytkowników korzysta z prywatnego telefonu komórkowego (96%). W większości przypadków korzysta się z jednego telefonu (91%). Dwa aparaty telefoniczne posiada 7% użytkowników usług komórkowych.

# Częstotliwość korzystania z usług telefonii komórkowej

## D6. Z jaką częstotliwością w ostatnim roku korzystał(a) Pan(i) z następujących usług telefonii komórkowej?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480

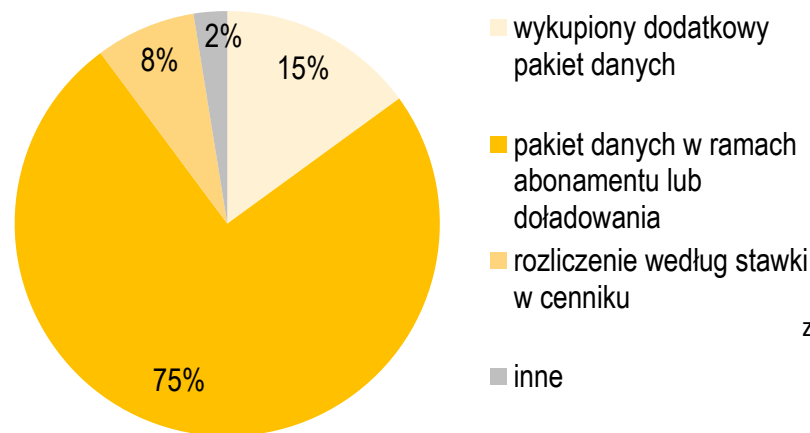


- Usługą najczęściej wykorzystywaną przez użytkowników telefonów komórkowych są połączenia wewnątrz własnej sieci (60% badanych wykonuje je codziennie). Połowa respondentów korzysta z codziennych połączeń do innych sieci komórkowych, a 44% wysyła wiadomości SMS.

# Internet w telefonie komórkowym

## D9. Jaki rodzaj oferty dostępu do Internetu w telefonie komórkowym Pan(i) posiada?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet w telefon komórkowy, n=710



- Osoby korzystające z Internetu w komórce posiadają najczęściej pakiet danych w ramach abonamentu lub doładowania (75% wskazań).
- Internet w komórce jest wykorzystywany przede wszystkim do sprawdzania poczty elektronicznej (71%), do odwiedzania serwisów społecznościowych (68%) oraz przeglądania portali internetowych (57%).

## D8. Do czego wykorzystuje Pan(i) Internet w telefonie komórkowym?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają Internet w telefon komórkowy, n=710



# Korzystanie z Internetu w telefonie komórkowym

Korzystanie z Internetu w telefonie komórkowym wśród użytkowników telefonów komórkowych w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

## Ogółem

posiadacze tel. kom. (n=1480) 46%

## Płeć

mężczyzna (n=554) 51%

kobieta (n=926) 42%

## Wiek

15-24 lat (n=110) 86%

25-34 lat (n=300) 81%

35-44 lat (n=387) 61%

45-59 lat (n=411) 31%

60 lat i więcej (n=272) 4%

## Wykształcenie

podstawowe (n=118) 22%

zasadnicze zawodowe (n=381) 25%

średnie (n=673) 55%

wyższe (n=299) 74%

## Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 92%

pracujący (n=946) 61%

emeryt / rencista (n=292) 4%

niepracujący / bezrobotny (n=157) 51%

## Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=587) 23%

3-4 osoby (n=726) 68%

5 osób i więcej (n=155) 50%

## Wielkość miejscowości

wieś (n=570) 47%

miasto do 20 tys. (n=196) 41%

miasto 20-50 tys. (n=179) 51%

miasta 50-200 tys. (n=247) 42%

miasta ponad 200 tys. (n=288) 49%

## Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=372) 34%

1100-1999 zł (n=490) 48%

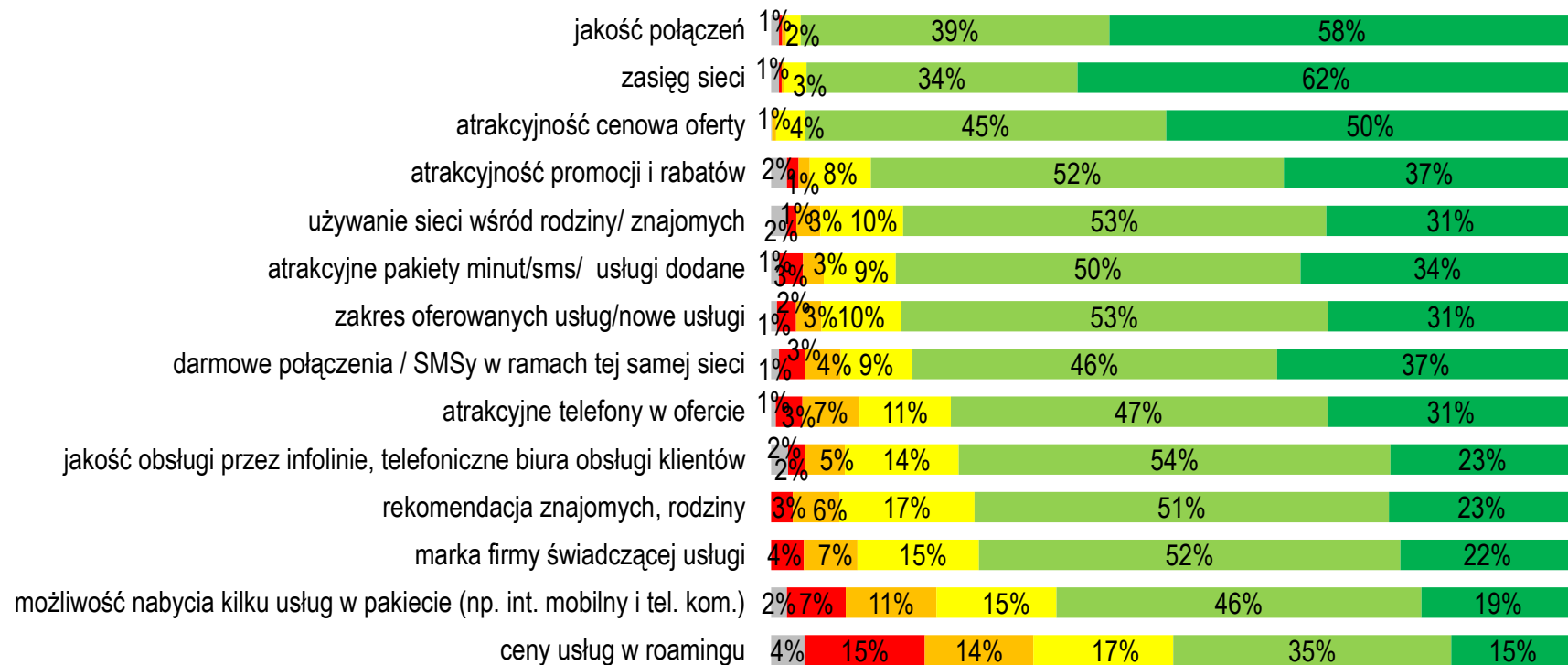
2000 zł i więcej (n=256) 59%

- Przez telefon łączą się z Internetem głównie osoby młode, poniżej 34 lat, uczniowie i studenci (92%), a także deklarujący posiadanie wyższego wykształcenia (92%) i najwyższych dochodów (59%).

# Czynniki wyboru operatora telefonii komórkowej

## D10. Co Pana(i) zdaniem jest ważne, a co nieważne przy wyborze operatora telefonii komórkowej?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



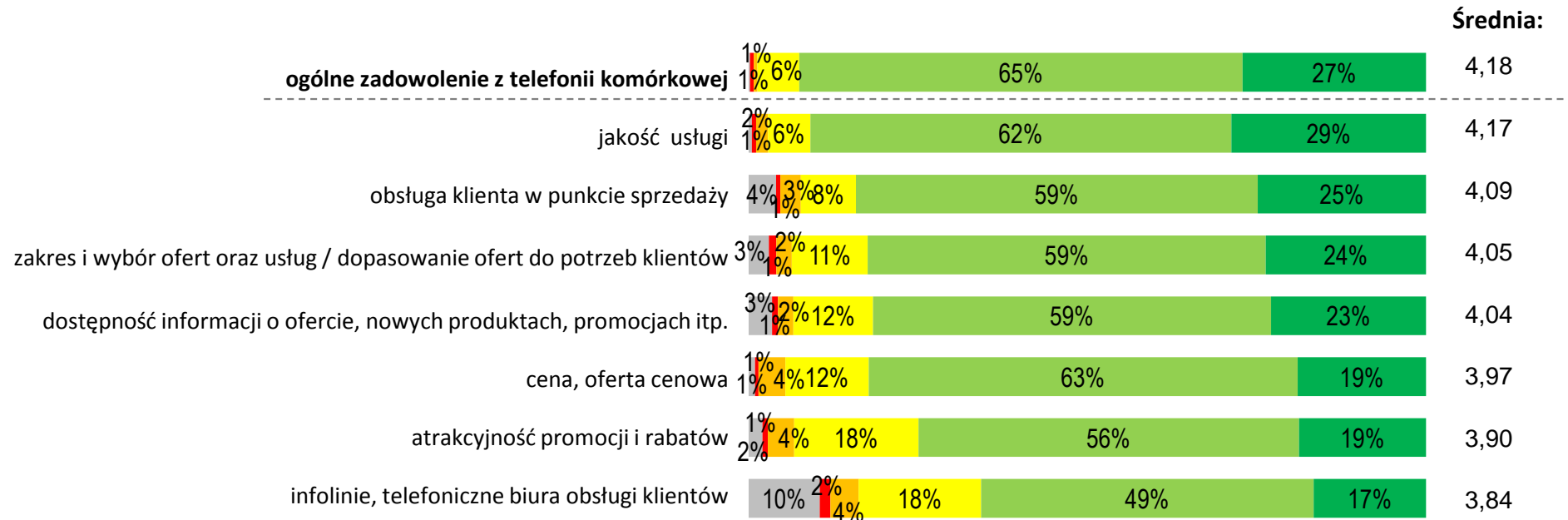
- Jakość połączenia, zasięg sieci oraz atrakcyjność cenowa oferty zostały uznane za elementy w największym stopniu wpływające na wybór operatora telefonii komórkowej.

nie wiem     
  zdecydowanie nieważne     
  raczej nieważne  
 ani ważne, ani nieważne     
  raczej ważne     
  zdecydowanie ważne

# Zadowolenie z usług operatora telefonii komórkowej

## D3. Jak Pan(i) ocenia poniższe elementy usług telefonii komórkowej?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



- Najlepiej oceniona została jakość usług (średnia 4,17). Badani zadowoleni są także z obsługi klienta, dopasowania oferty do potrzeb klienta oraz dostępności informacji o ofercie, nowych produktach i promocjach. Wszystkie te elementy uzyskały średnią ocenę przekraczającą 4,0.

■ nie wiem

■ raczej nie jestem zadowolony(a)

■ raczej zadowolony(a)

■ w ogóle nie jestem zadowolony(a)

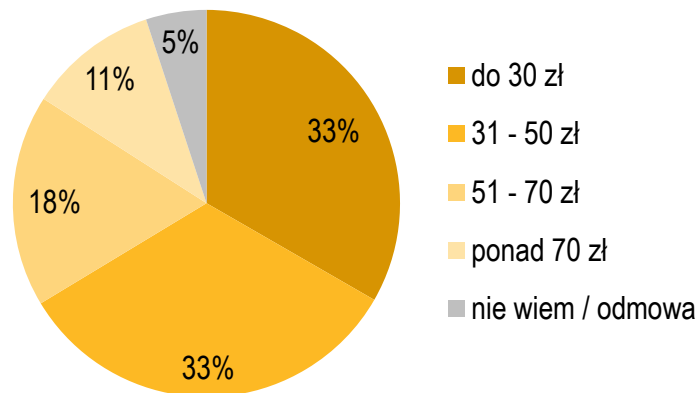
■ ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)

■ jestem w pełni zadowolony(a)

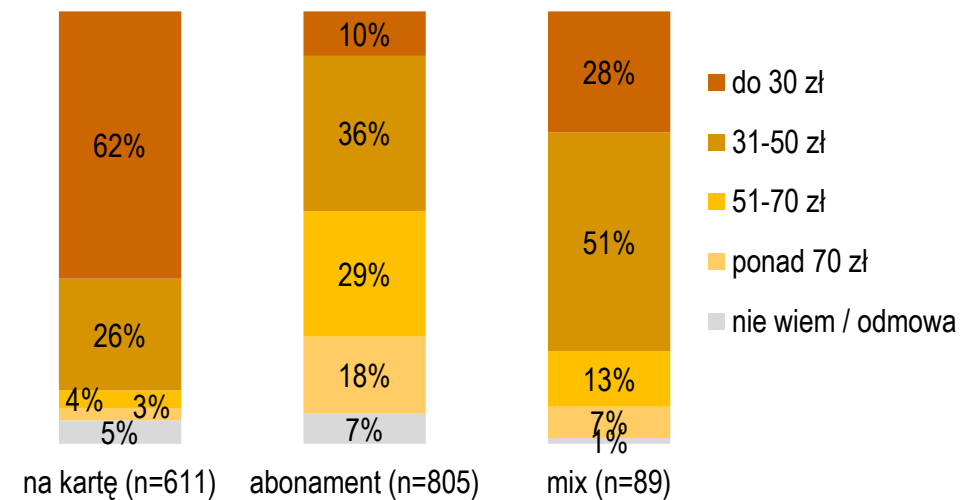
# Wysokość rachunku za telefon komórkowy

## D7. Jaka jest Pana(i) przeciętna miesięczna wysokość wydatków za korzystanie z telefonu komórkowego?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



### Według typów oferty:



**Średnia: 49 zł**  
**Mediana: 45 zł**

**Średnia: 35 zł**  
**Mediana: 30 zł**

**Średnia: 62 zł**  
**Mediana: 55 zł**

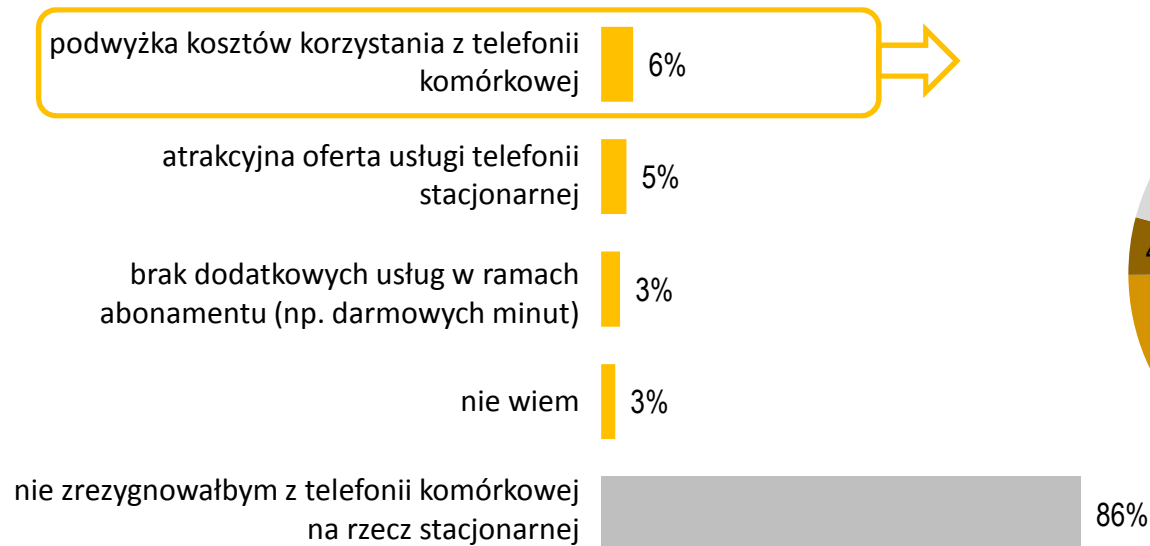
**Średnia: 50 zł**  
**Mediana: 40 zł**

- Średnie wydatki na telefon komórkowy wyniosły 49 zł. Co trzeci badany płaci nie więcej niż 30 zł miesięcznie za korzystanie z telefonu komórkowego lub 31-50 zł.
- Średnia akceptowalna opłata wyniosła w zależności od oferty: 35 zł (karta), 62 zł (abonament) i 50 (mix).

# Substytucja usług komórkowych przez stacjonarne

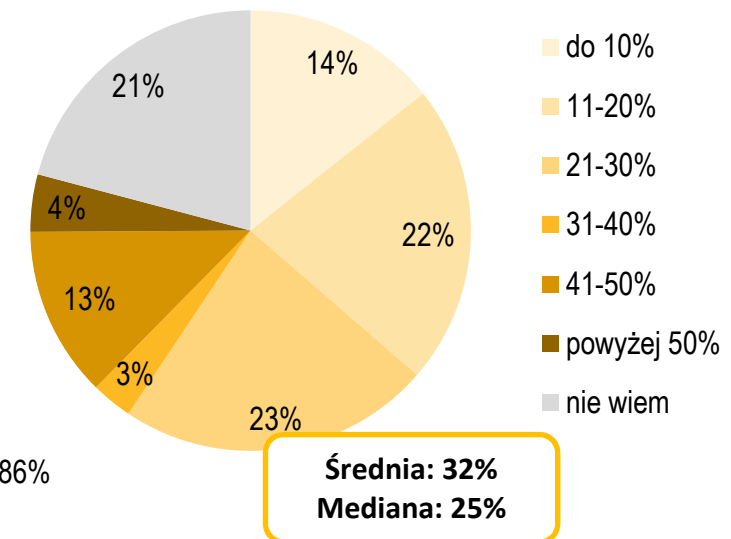
**D11. Proszę powiedzieć, co mogłoby Pana (ią) skłonić do ewentualnej całkowitej rezygnacji z usług telefonii komórkowej na rzecz telefonii stacjonarnej ?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



**D12. Proszę określić w procentach, jaka podwyżka kosztów korzystania z telefonu komórkowego skłoniłaby Pana (ią) do rezygnacji z usługi.**

Podstawa: respondenci, których podwyżka kosztów skłoniłaby do rezygnacji z usługi, n=86



- Zdecydowana większość użytkowników telefonii komórkowej nie zrezygnowałoby z usługi (86%). Podwyżka kosztów (średnio o 32%) zmotywowałaby do zmiany 6% posiadaczy telefonów.



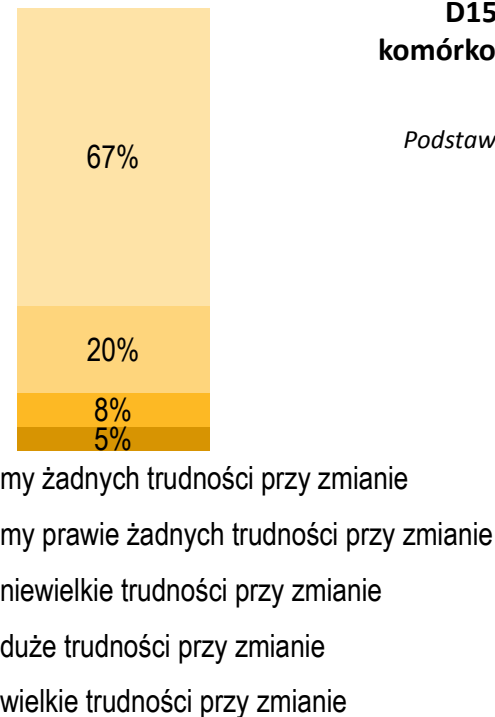
# Zmiana operatora telefonii komórkowej

## D14. Jak ocenia Pan(i) poziom trudności związany z ostatnią zmianą operatora telefonii komórkowej na obecnego?

Podstawa: respondenci, którzy zmienili operatora w ciągu roku, n=70

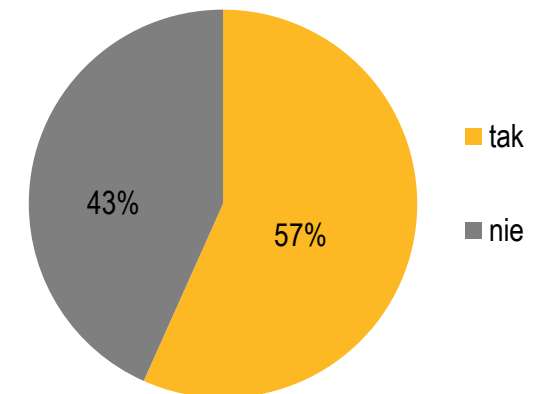
## D13. Czy w ciągu ostatniego roku zmienił(a) Pan(i) operatora telefonii komórkowej?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



## D15. Czy przy ostatniej zmianie operatora komórkowego zachował Pan(i) swój dotychczasowy numer telefonu?

Podstawa: respondenci, którzy zmieniali operatora w ciągu roku, n=70

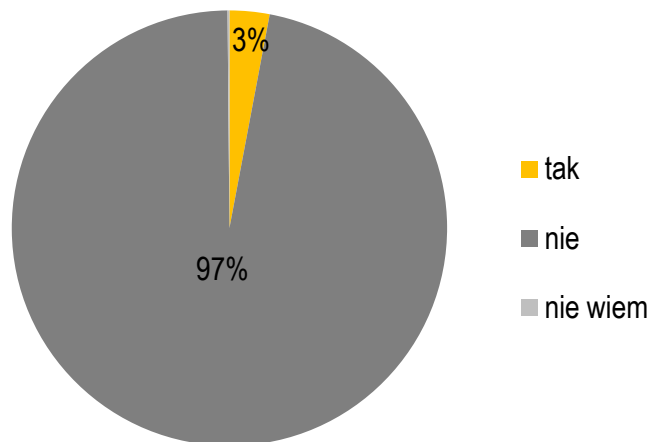


- W ciągu ostatniego roku jedynie 5% użytkowników telefonów komórkowych zmieniło operatora. Większość badanych, którzy dokonali zmiany nie miało żadnych lub prawie żadnych problemów związanych z tym procesem (łącznie 87% wskazań).
- Ponad połowa zmieniających operatora (57%) zachowała swój dotychczasowy numer telefonu.

# Reklamacje i skargi składane u operatora telefonii komórkowej

**D16. Czy w ciągu ostatniego roku złożył(a) Pan(i) jakąkolwiek reklamację lub wniósł(osta) skargę u operatora telefonii komórkowej?**

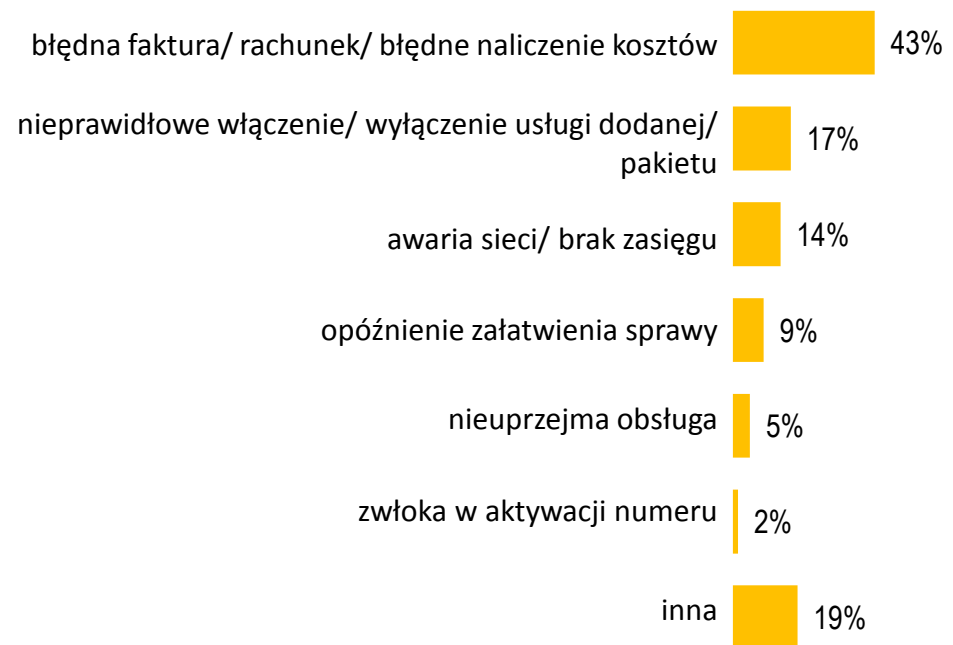
Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



**D17. Jakie były przyczyny ostatniej reklamacji lub skargi wniesionej przez Pana (ią) do operatora komórkowego?**

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamację w ciągu roku, n=41.

**MAŁA PODSTAWA**

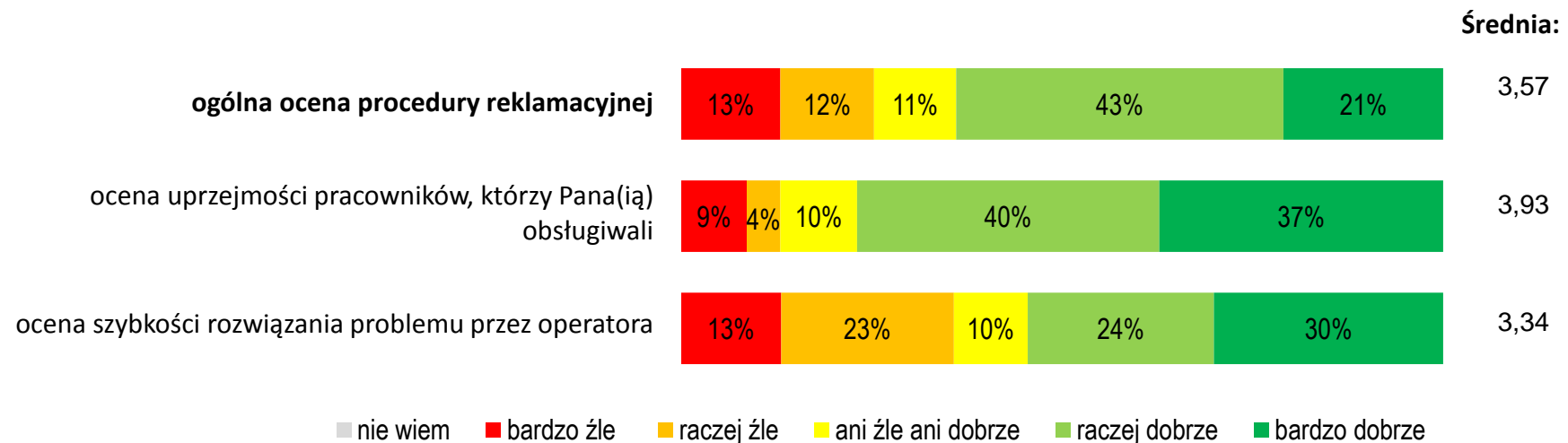


- W ciągu ostatniego roku reklamację składało 3% badanych. W prawie połowie przypadków dotyczyła ona błędnej faktury (43%). Nieprawidłowe wyłączenie/włączenie usługi oraz awaria sieci to kolejne przyczyny zgłaszania skargi do operatora.

# Ocena procedury reklamacyjnej operatora komórkowego

## D18. Jak Pan(i) ocenia poniższe elementy procedury reklamacyjnej u operatora komórkowego?

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamacje w ciągu roku, n=41. MAŁA PODSTAWA

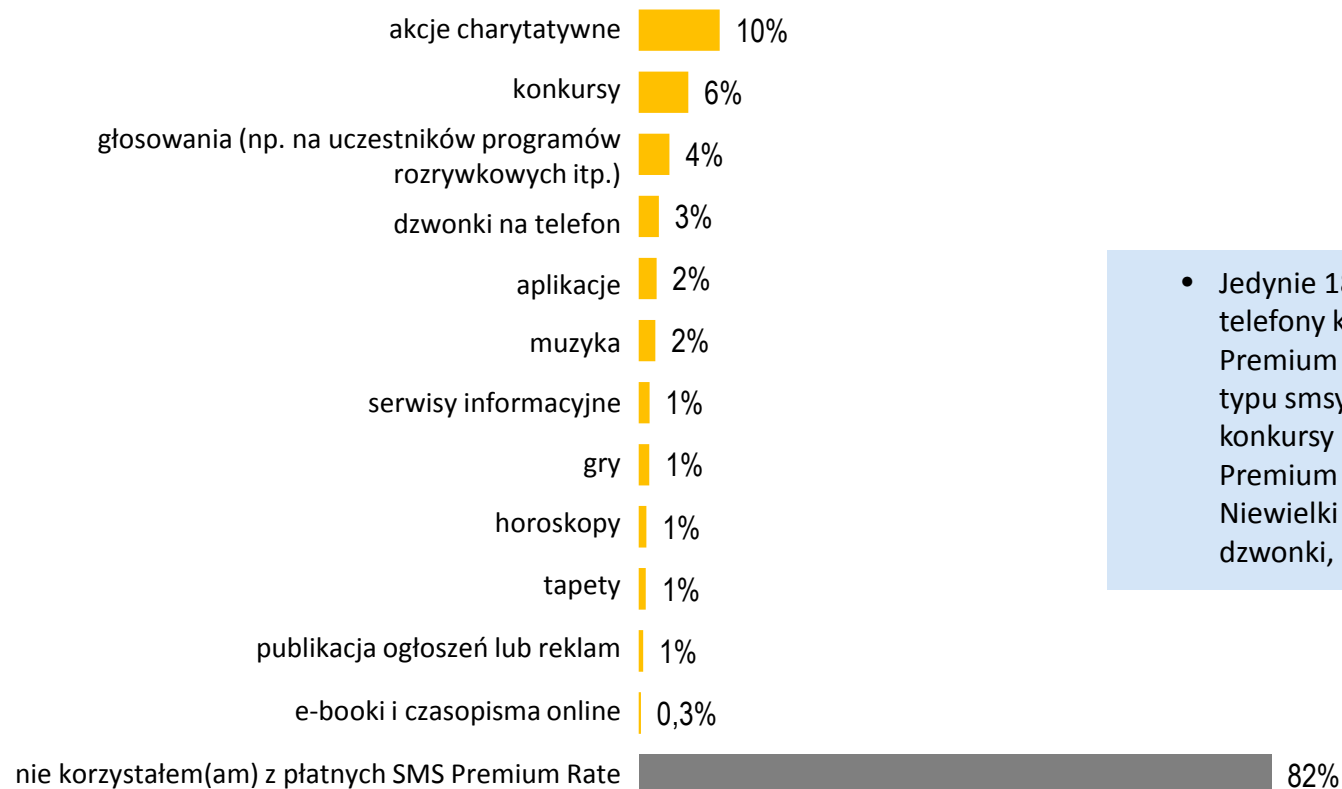


- Ogólne zadowolenie z procedury reklamacyjnej jest raczej duże – 64% badanych oceniło ją pozytywnie, a 25% negatywnie. Badani są bardziej zadowoleni z uprzejmości pracowników (77% zadowolonych) niż z szybkości rozwiązania problemu (54% zadowolonych).

# Korzystanie z usług Premium Rate

**E1. Czy korzysta Pan(i) z następujących rodzajów usług, które są płatne SMS-em typu Premium Rate? Jeśli tak, za które z tych usług zdarzało się Pan(i) płacić płatnym SMS-em?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon komórkowy, n=1480



- Jedynie 18% respondentów posiadających telefony komórkowe korzysta z SMS-ów Premium Rate. Najczęściej wysyłają oni tego typu smsy na akcje charytatywne (10%) i konkursy (6%). 4% użytkowników usług Premium Rate bierze udział w głosowaniach. Niewielki odsetek osób kupuje za ich pomocą dzwonki, muzykę tapety i gry (do 3%).

# Korzystanie z usług Premium Rate

## Korzystający z Premium Rate w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 18%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 19%

kobieta (n=994) 15%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 15%

25-34 lat (n=301) 27%

35-44 lat (n=391) 25%

45-59 lat (n=425) 16%

60 lat i więcej (n=373) 7%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 9%

zasadnicze zawodowe (n=420) 12%

średnie (n=692) 20%

wyższe (n=305) 24%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 16%

pracujący (n=956) 23%

emeryt / rencista (n=399) 6%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 12%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 10%

3-4 osoby (n=736) 24%

5 osób i więcej (n=166) 18%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 19%

miasto do 20 tys. (n=207) 18%

miasto 20-50 tys. (n=188) 25%

miasta 50-200 tys. (n=274) 11%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 12%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 14%

1100-1999 zł (n=534) 18%

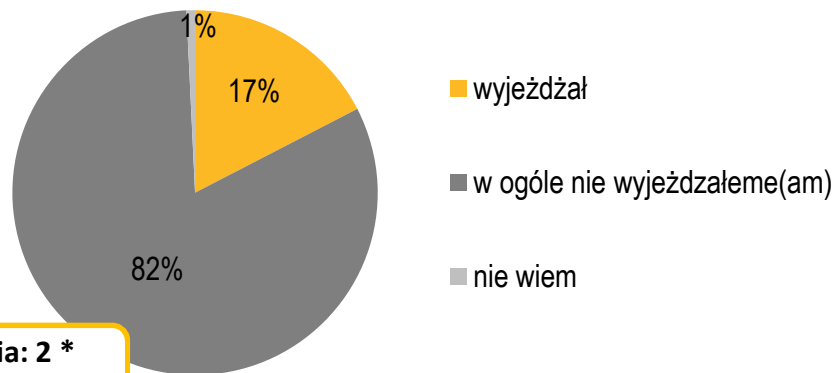
2000 zł i więcej (n=263) 20%

- Z usług Premium Rate korzystają najczęściej osoby w średnim wieku (25-44 lata) oraz badani posiadający wyższe wykształcenie (24%). Również osoby pracujące zawodowo częściej wysyłają płatne smsy (23%). Korzystanie z Premium Rate rośnie także wraz ze wzrostem dochodów w gospodarstwie domowym.

# Wyjazdy do krajów UE i umiejętność korzystania z roamingu

**D19. Ile razy w ciągu ostatniego roku wyjeżdżał(a) Pan(i) z Polski do innych krajów Unii Europejskiej?**

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600

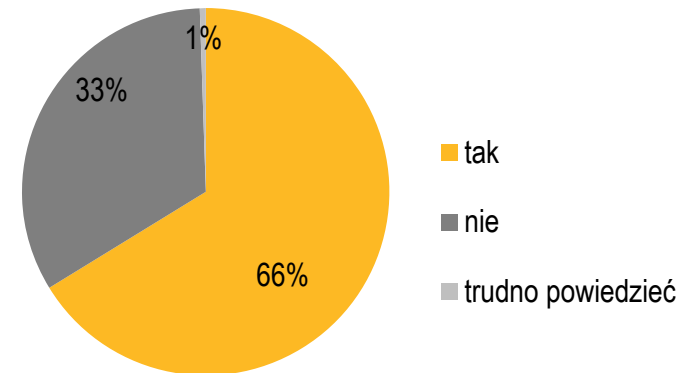


**Średnia: 2 \***  
**Mediana: 1 \***

\*Tylko dla respondentów wyjeżdżających

**D20. Czy w trakcie wyjazdu do innych krajów UE korzystał(a) Pan(i) z telefonu komórkowego z polską kartą SIM, czyli z usług w roamingu?**

Podstawa: respondenci, którzy wyjeżdżali do UE, n=166



- Prawie co 6 badany wyjeżdżał za granicę w ciągu ostatniego roku, a 2/3 osób wyjeżdżających za granicę korzysta z roamingu.

# Korzystanie z roamingu oraz wykorzystywane usługi

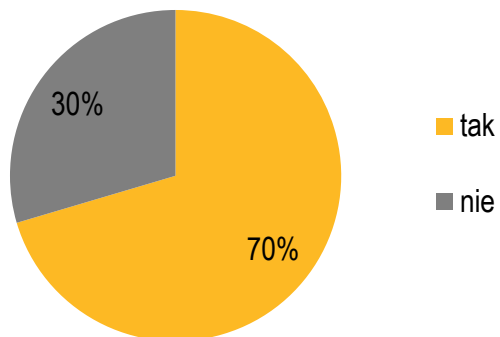
## D21. Czy będąc za granicą potrafi Pan(i) zmienić w telefonie operatora oferującego usługi w roamingu (przełączyć się na innego operatora)?

Podstawa: respondenci, którzy korzystali z tel. kom. wyjeżdżając do UE, n=166



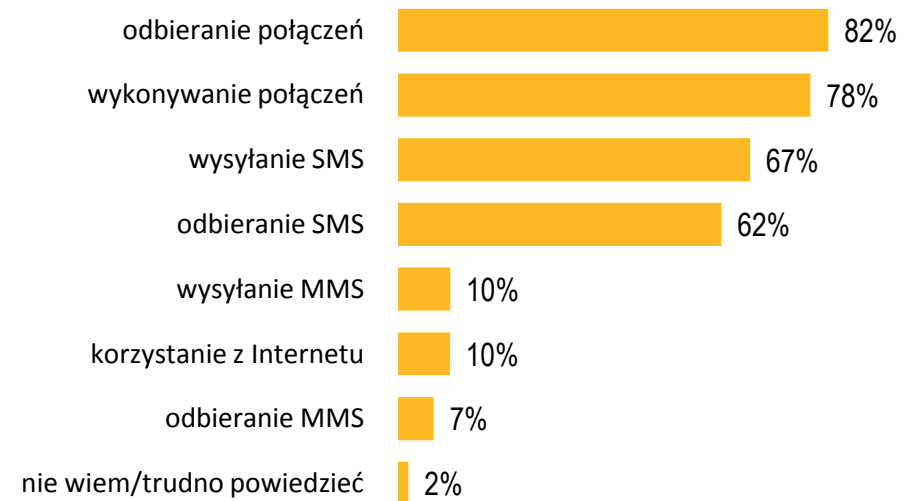
## D23. Czy jest Pan(i) świadomy(a), że ceny w roamingu są corocznie obniżane?

Podstawa: respondenci, którzy korzystali z tel. kom. wyjeżdżając do UE, n=150



## D22. Z których usług telekomunikacyjnych korzystał(a) Pan(i) w roamingu w ostatnim roku?

Podstawa: respondenci, którzy korzystali z tel. kom. wyjeżdżając do UE, n=166

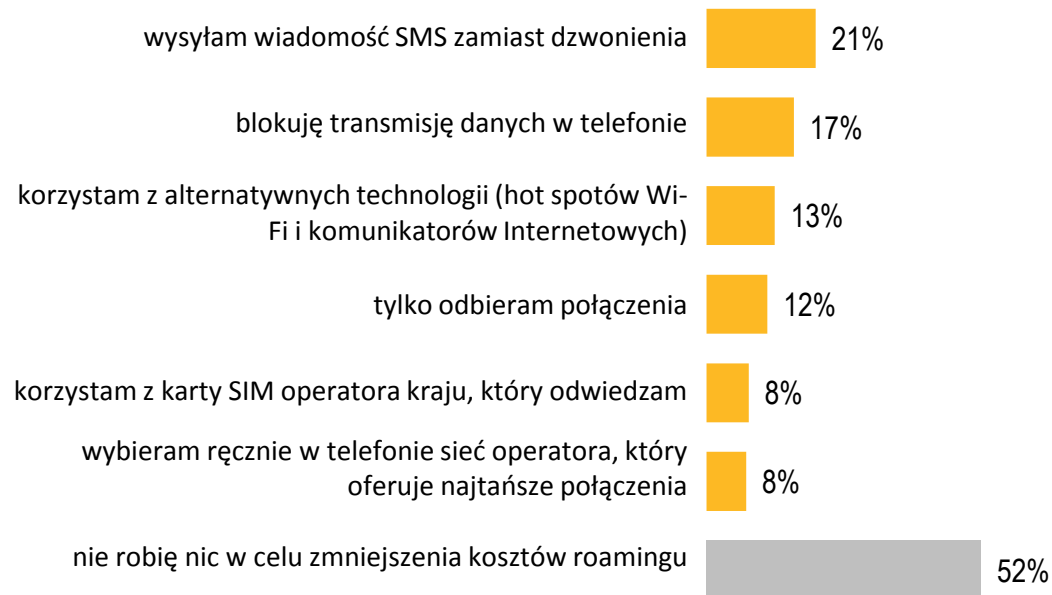


- Blisko 2/3 wyjeżdżających za granicę potrafi zmienić w telefonie operatora oferującego usługi w roamingu.
- Większość respondentów (70%), którzy odwiedzali inne kraje UE zauważyło, że ceny w roamingu są corocznie obniżane.
- W ramach roamingu większość badanych odbiera i wykonuje połączenia (82% i 78%), wysyła i odbiera SMS-y (67% i 62%). Wysyłanie i odbieranie MMS-ów oraz korzystania z Internetu zdarza się raczej rzadko.

# Obniżenie kosztów roamingu i reklamacje

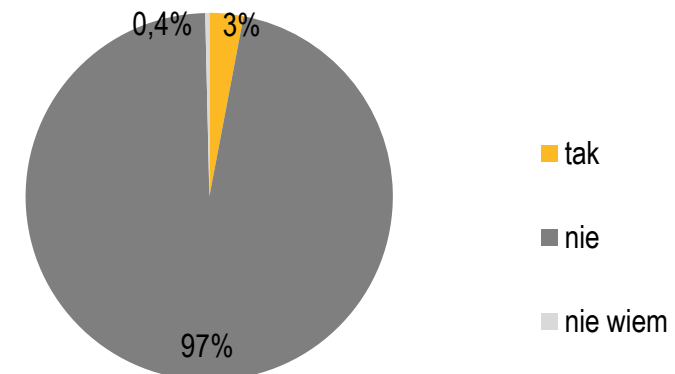
## D25. Czy próbował(a) Pan(i) obniżyć koszty usług telekomunikacyjnych podczas pobytu za granicą w któryś z następujących sposobów?

Podstawa: respondenci, którzy korzystali z tel. kom. wyjeżdżając do UE, n=166



## D24. Czy kiedykolwiek występował(a) Pan(i) z reklamacją wysokości rachunku telefonicznego za korzystanie z roamingu?

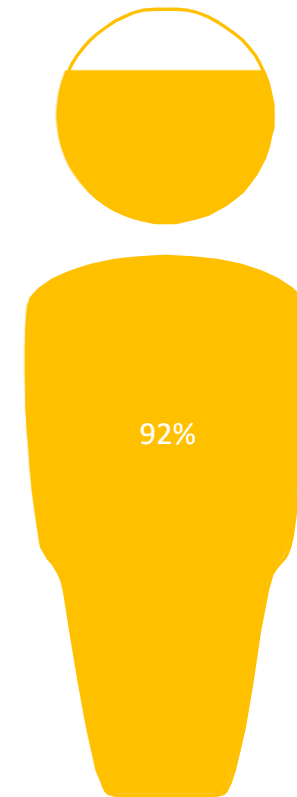
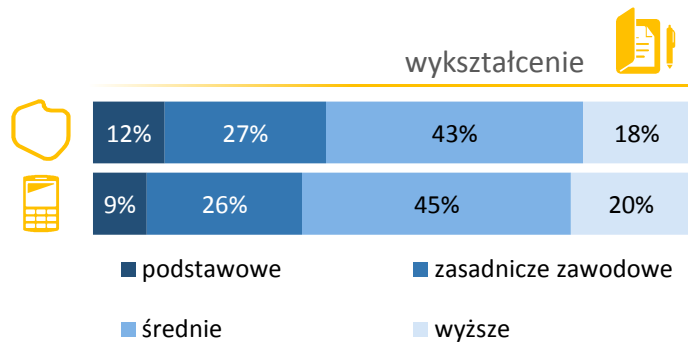
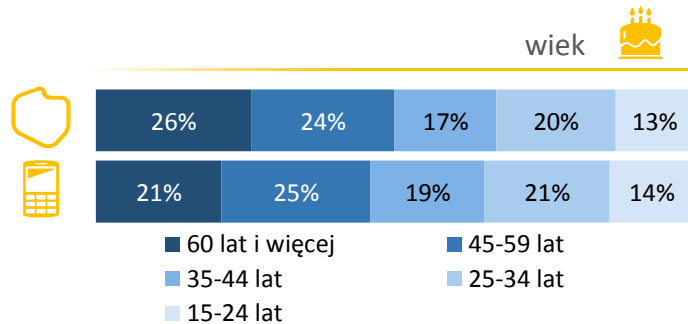
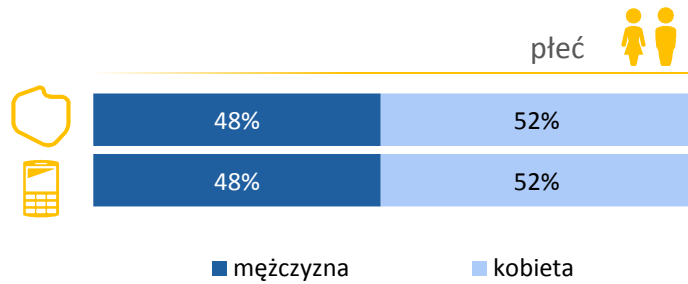
Podstawa: respondenci, którzy korzystali z tel. kom. wyjeżdżając do UE, n=166



- Mniej niż połowa korzystających z roamingu podejmuje różne kroki w celu obniżenia kosztów usług (48%). Najczęściej polega to na wysyłaniu SMS-ów zamiast dzwonienia (21% wskazań), blokowaniu transmisji danych (17%), korzystaniu z alternatywnych technologii (13%), czy tylko odbieraniu połączeń bez ich wykonywania (12%).
- Reklamacje rachunków za roaming są rzadkością.



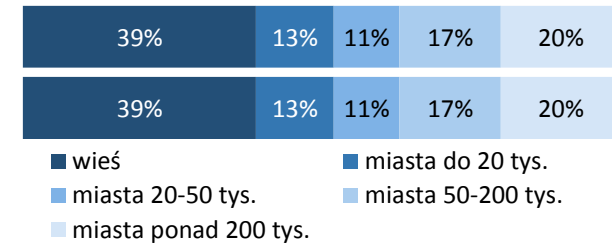
# „Portret” społeczno – demograficzny użytkowników telefonii komórkowej



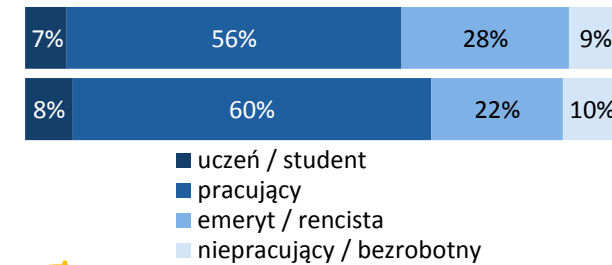
populacja, n=1600

posiadacze telefonii komórkowej, n=1480

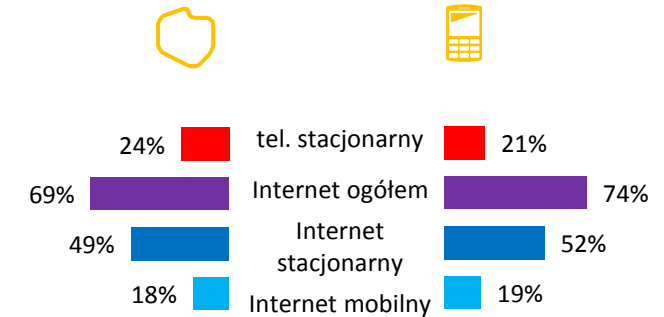
**wielkość miejscowości zamieszkania**



**sytuacja zawodowa**



**korzystanie z usług**



# Powody nieposiadania telefonu komórkowego

## F1. Która z następujących przyczyn ma wpływ na to, że nie posiada Pan(i) telefonu komórkowego?

Podstawa: respondenci, którzy nie posiadają telefonu komórkowego, n=120



- Najczęściej wskazywanym powodem niekorzystania z telefonu komórkowego jest ogólny brak takiej potrzeby oraz jego substytucyjność telefonem stacjonarnym (po 36% wskazań). Prawie co czwarty badany z grupy osób nieposiadających komórki wskazuje na wysokość opłat jako na przeszkodę w korzystaniu w telefonu oraz na brak umiejętności obsługiwanie tego typu urządzeń. 16% osób nie jest przekonanych do telefonów komórkowych.

# Niekorzystający z telefonów komórkowych

## Nieposiadanie telefonu komórkowego w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) ■ 8%

### Płeć

mężczyzna (n=606) ■ 7%

kobieta (n=994) ■ 9%

### Wiek

15-24 lat (n=110)

25-34 lat (n=301) | 1%

35-44 lat (n=391) | 1%

45-59 lat (n=425) | 3%

60 lat i więcej (n=373) ■ 27%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) ■ 31%

zasadnicze zawodowe (n=420) ■ 10%

średnie (n=692) | 3%

wyższe (n=305) | 3%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67)

pracujący (n=956) | 1%

emeryt / rencista (n=399) ■ 27%

niepracujący / bezrobotny (n=159) | 1%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) ■ 15%

3-4 osoby (n=736) | 2%

5 osób i więcej (n=166) ■ 6%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) ■ 7%

miasto do 20 tys. (n=207) ■ 6%

miasto 20-50 tys. (n=188) ■ 5%

miasta 50-200 tys. (n=274) ■ 11%

miasta ponad 200 tys. (n=308) ■ 9%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) ■ 11%

1100-1999 zł (n=534) ■ 9%

2000 zł i więcej (n=263) | 3%

- Osoby w wieku 60 lat i więcej (27%), z podstawowym wykształceniem (31%), emeryci i renciści (27%), badani z niższymi dochodami miesięcznymi oraz gospodarstwa 1-2 osobowe to grupy, które częściej nie korzystają z telefonu komórkowego.



## Rozdział 3.3.

# Rynek telefonii komórkowej i stacjonarnej

Telefonia stacjonarna

# Typ posiadanej linii stacjonarnej i dostawcy usługi

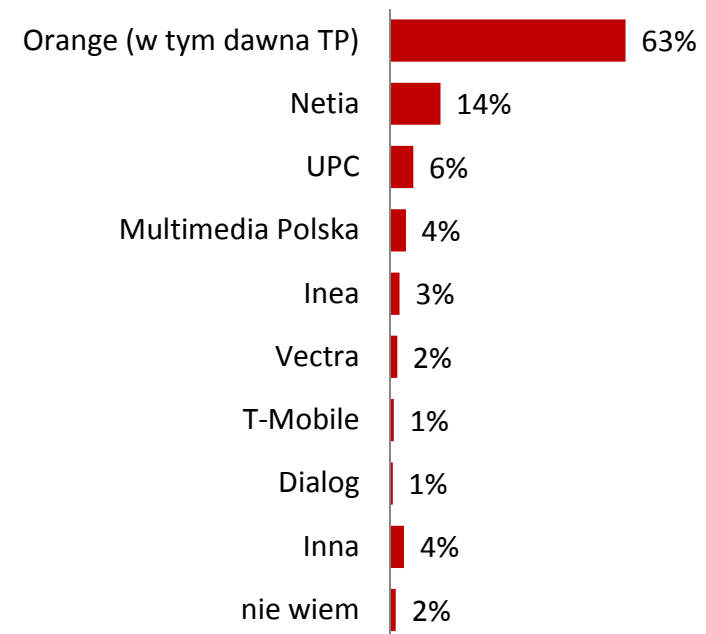
## A0. Jakiego rodzaju telefon stacjonarny Pan(i) posiada?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359



## AX1. Kto dostarcza Panu(i) usługę telefonii stacjonarnej?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359



- Niemal wszyscy korzystających z telefonów stacjonarnych posiadają tradycyjną linię. Z telefonu internetowego VoIP korzysta 5% badanych.
- Głównym dostawcą usługi jest Orange (63%). Z usług Netii korzysta 14% posiadaczy telefonii stacjonarnej, a z UPC – 6%. Pozostali operatorzy nie dostarczają swoje usługi mniej niż 5% klientom.

# Powody i ważność korzystania z telefonii stacjonarnej

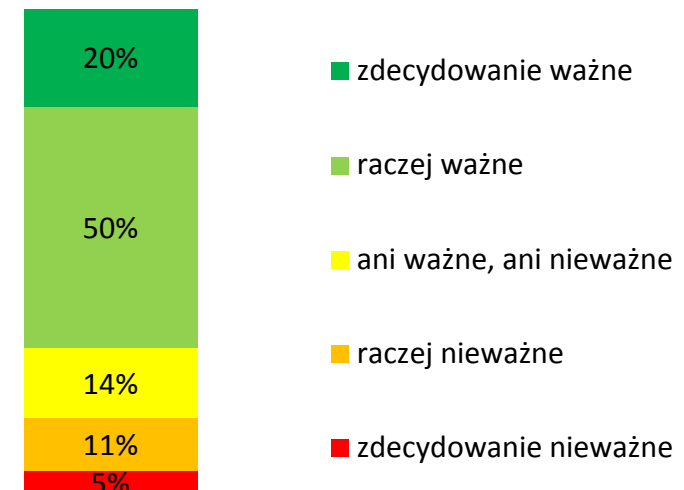
## A2. Dlaczego posiada Pan(i) telefon stacjonarny?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny n=359



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

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359

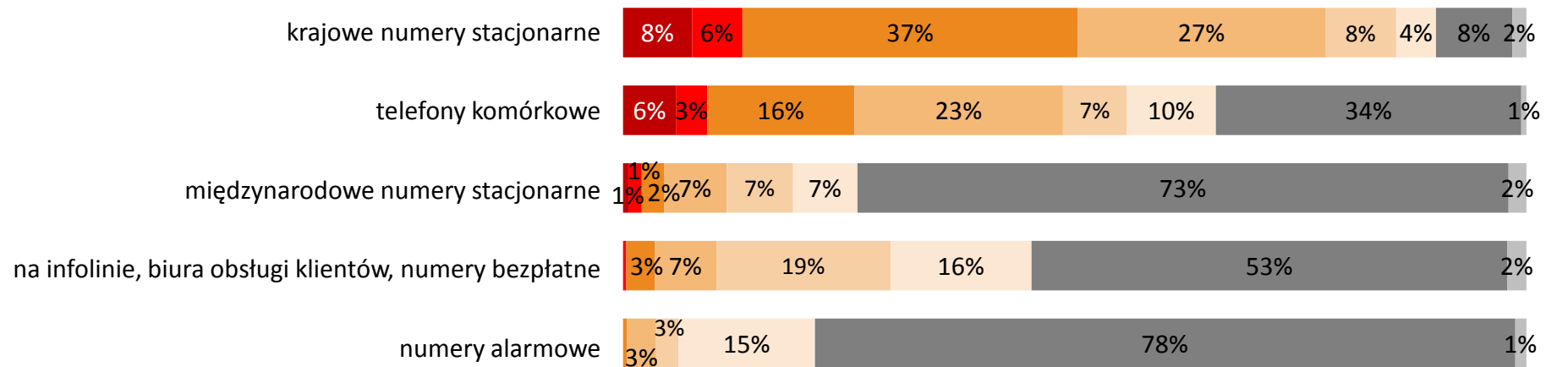


- Respondenci korzystają z telefonu stacjonarnego głównie z przyzwyczajenia (51%). Kolejne wskazywane powody to chęć posiadania tańszego internetu (brak opłat za utrzymanie łącza) – 21%, niższe opłaty niż w przypadku telefonu komórkowego oraz lepsza jakość połączeń niż w usłudze komórkowej (po 13% wskazań).
- Posiadanie telefonu stacjonarnego jest ważne dla 70% użytkowników usługi.

# Częstotliwość korzystania z telefonii stacjonarnej

## A4. Z jaką częstotliwością wykonuje Pan(i) następujące połączenia z telefonu stacjonarnego?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359



## A5. Czy wysłał Pan(i) SMS-y z numeru stacjonarnego do sieci komórkowych lub na inne numery stacjonarne?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359



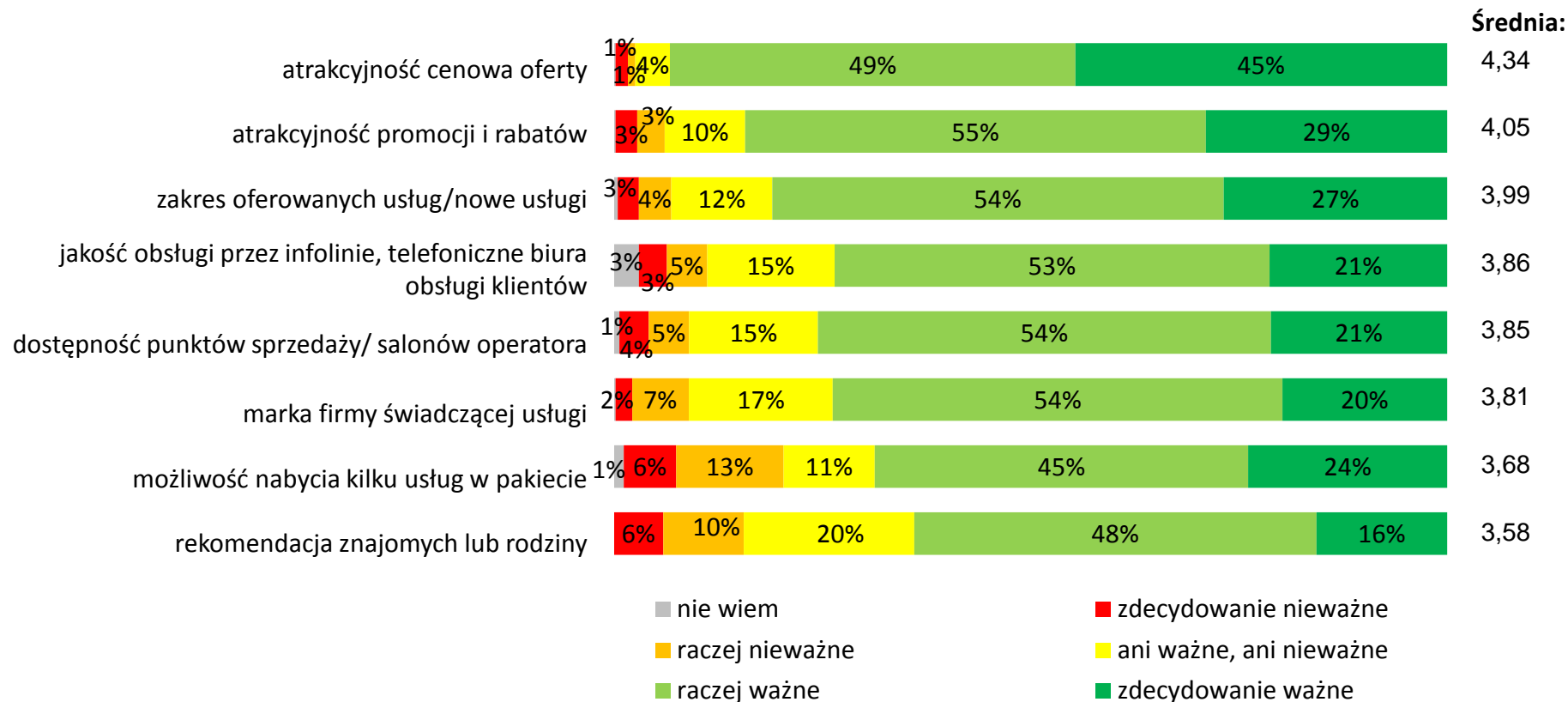
- kilka razy dziennie
- kilka razy w tygodniu
- kilka razy w miesiącu
- kilka razy w półroczu
- kilka razy w roku
- nie korzystam w ogóle
- nie wiem

- Telefony stacjonarne służą głównie do wykonywania połączeń na krajowe numery stacjonarne oraz numery komórkowe.
- Wysyłanie smsów z telefonów stacjonarnych to mało popularna usługa. Z takiego rozwiązania korzysta 1% badanych.

# Czynniki wyboru operatora telefonii stacjonarnej

## A10. Co Pana(i) zdaniem jest ważne, a co nieważne przy wyborze operatora telefonii stacjonarnej?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359



- Głównymi kryteriami wyboru operatora telefonii stacjonarnej są czynniki cenowe – atrakcyjność cenowa oferty oraz promocji i rabatów. W dalszej kolejności są to: zakres oferowanych usług oraz jakość obsługi przez infolinię.

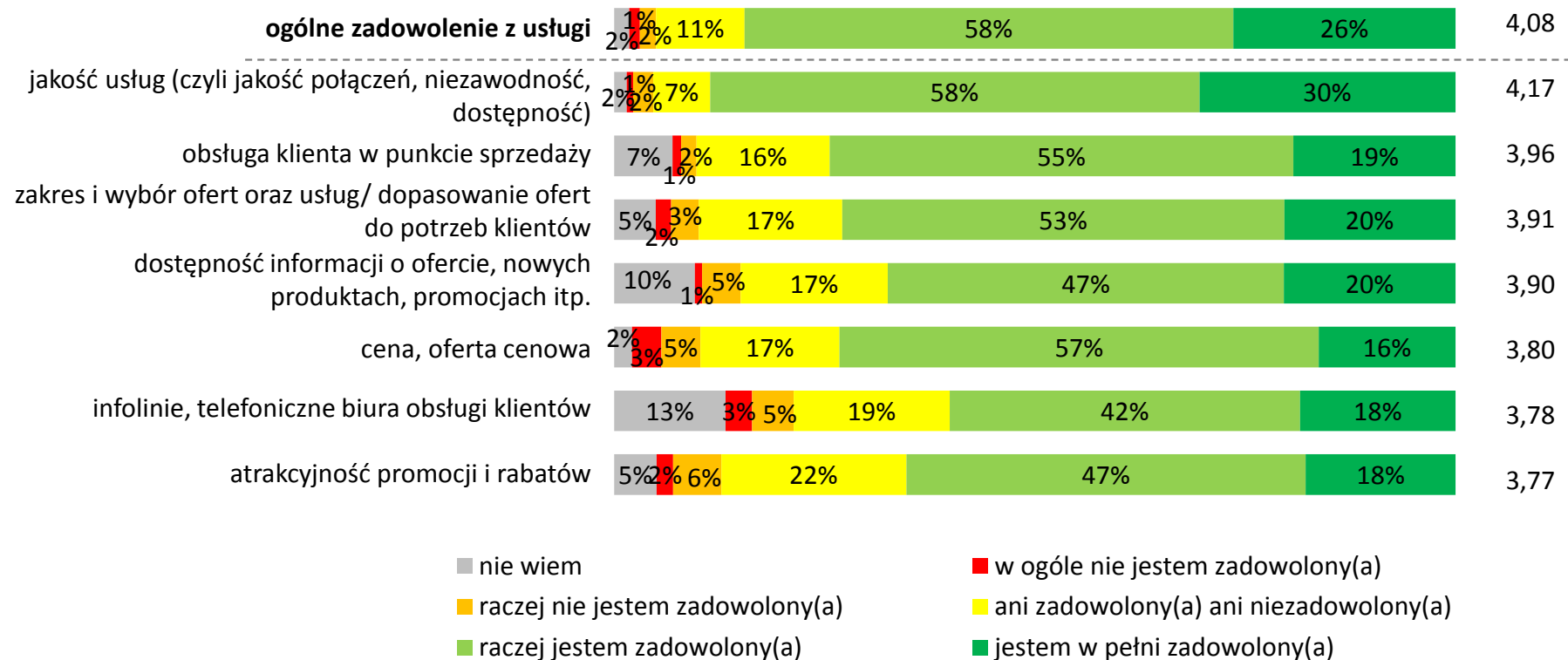


# Zadowolenie z usług operatora telefonii stacjonarnej

## A3. Jak Pan(i) ocenia następujące elementy usługi telefonii stacjonarnej?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359

Średnia:

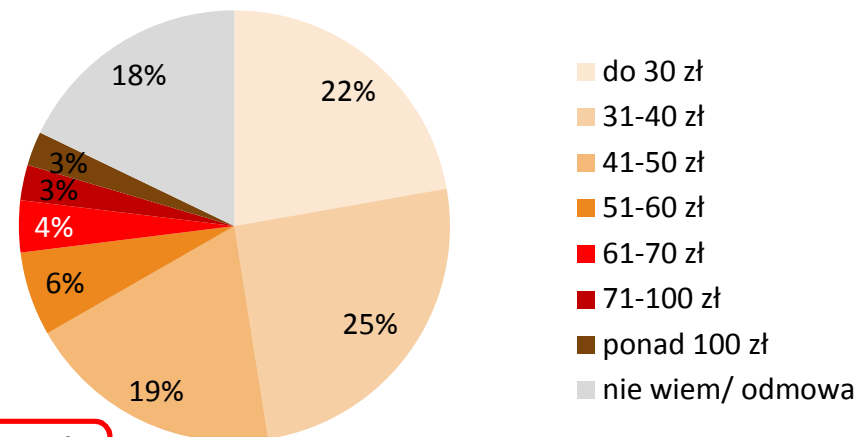


- Najlepiej ocenianym elementem usługi jest jej jakość. Na kolejnych miejscach znalazła się obsługa klienta w punkcie sprzedaży i dopasowanie oferty do indywidualnych potrzeb.

# Wydatki i zainteresowanie VoIP

**A6. Jaka jest Pana(i) przeciętna miesięczna wysokość rachunku za telefon u operatora telefonii stacjonarnej, z usług którego Pan(i) korzysta?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny, n=359



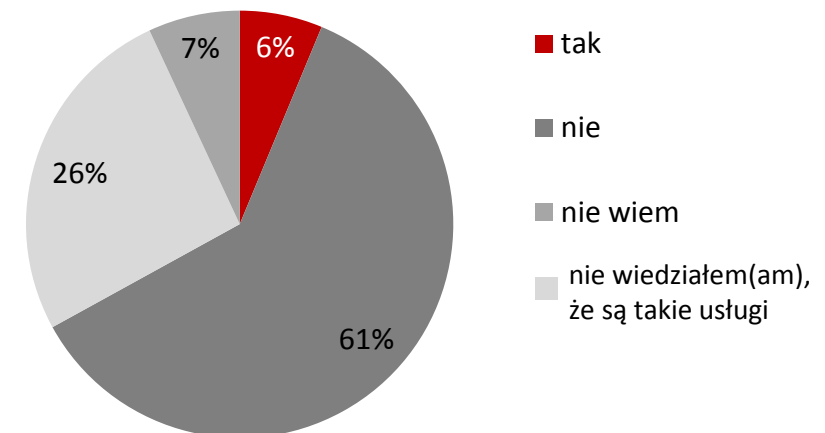
**Średnia: 45 zł**  
**Mediana: 40 zł**

**Średnie wydatki w zależności od dochodu na osobę w gospodarstwie:**

poniżej 1100 zł (n=74) - 46 zł  
1100-1999 zł (n=110) - 41 zł  
2000 zł i więcej (n=44) - 56 zł

**A9. Czy był(a) by Pan(i) skłonny(a) zrezygnować ze zwykłego telefonu stacjonarnego na rzecz telefonu internetowego VoIP?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny tradycyjny, n=337

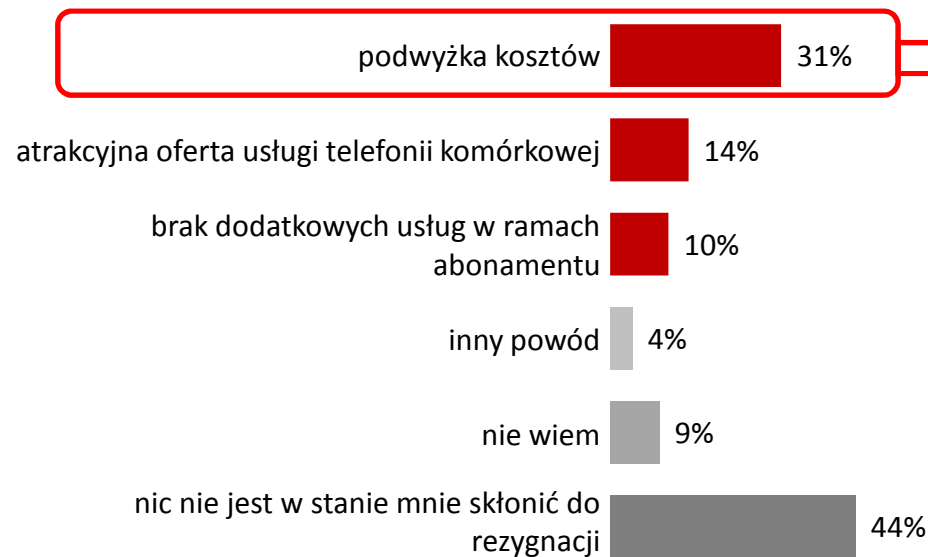


- Średnie miesięczne wydatki na telefon stacjonarny wyniosły 45 zł.
- Zainteresowanie zamianą telefonu tradycyjnego na rozwiązania VoIP jest niewielkie. 6% użytkowników telefonii stacjonarnej byłoby skłonnych na zmianę. Co 4 korzystający nie słyszał nigdy o telefonii internetowej.

# Substytucja telefonii stacjonarnej przez komórkową

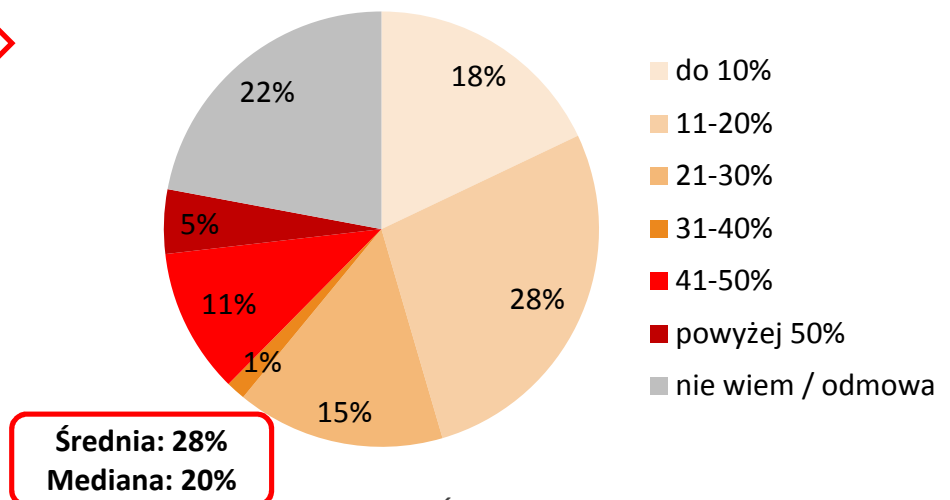
**A7. Proszę powiedzieć, co mogłoby Pana(ią) skłonić do ewentualnej rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej na rzecz telefonii komórkowej?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny n=359



**A8. Proszę określić w procentach, jaka podwyżka kosztów korzystania z telefonu stacjonarnego skłoniłaby Pana(ią) do rezygnacji z usługi.**

Podstawa: respondenci, których podwyżka kosztów skłoniłaby do rezygnacji z usługi, n=109



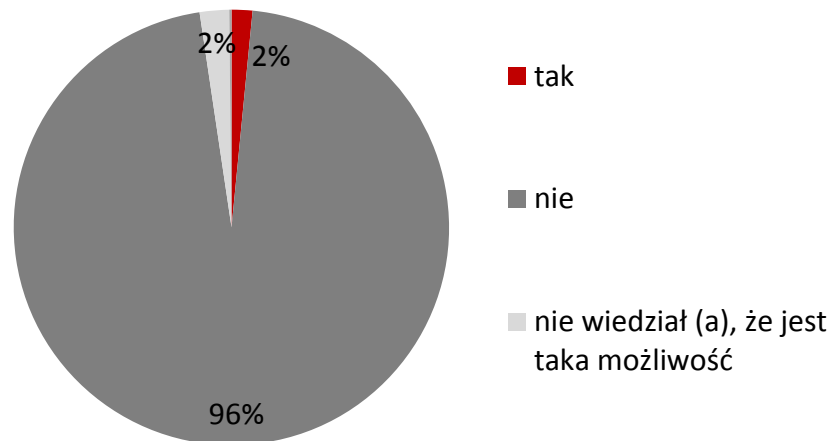
Średni próg w zależności od dochodu na osobę w gospodarstwie:  
poniżej 1100 zł (n=29) - 23%  
1100-1999 zł (n=26) - 27%  
2000 zł i więcej (n=16) - 36%

- Blisko co trzeci użytkownik telefonii stacjonarnej zrezygnowałby z telefonu tradycyjnego na rzecz komórkowego, gdyby nastąpiła podwyżka kosztów, średnio o 28%. Prawie połowa (44%) badanych deklaruje, że nic nie skłoniłoby ich do rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej.

# Zmiana operatora telefonii stacjonarnej

## A11. Czy w ciągu ostatniego roku zmieniał(a) Pan(i) operatora telefonii stacjonarnej w miejscu swojego zamieszkania?

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny n=359



- W ciągu ostatniego roku operatora telefonii stacjonarnej zmieniło zaledwie 2% posiadaczy tej usługi.

## A12. Jak ocenia Pan(i) poziom trudności związany z ostatnią zmianą operatora telefonii stacjonarnej na obecnego?

Podstawa: respondenci, którzy zmieniali operatora w ciągu roku, n=7. MAŁA PODSTAWA

	n=7*
nie mieliśmy żadnych trudności przy zmianie	3
mieliśmy duże trudności przy zmianie	2
mieliśmy wielkie trudności przy zmianie	2

## A13. Czy przy ostatniej zmianie operatora zachował Pan(i) swój dotychczasowy numer telefonu?

Podstawa: respondenci, którzy zmieniali operatora w ciągu roku, n=7. MAŁA PODSTAWA

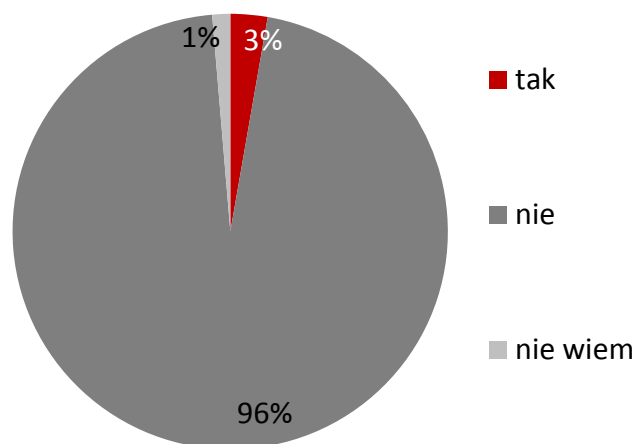
	n=7*
tak	5
nie	2

\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki proszę traktować poglądowo.

# Reklamacje i skargi składane u operatora telefonii stacjonarnej

**A14. Czy w ciągu ostatniego roku złożył(a) Pan(i) jakąkolwiek reklamację lub wniósł(ośa) skargę u operatora telefonii stacjonarnej?**

Podstawa: respondenci, którzy posiadają telefon stacjonarny n=359



**A15. Jakie były przyczyny ostatniej reklamacji lub skargi wniesionej przez Pana (ią) do operatora telefonii stacjonarnej?**

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamacje w ciągu roku, n=8. MAŁA PODSTAWA

	n=8*
awaria linii	4
błędna faktura	2
opóźnienie załatwienia sprawy	1
inna	1

\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki proszę traktować poglądowo.

- Reklamację u operatora telefonii stacjonarnej składało 3% użytkowników tej usługi. W większości dotyczyły one awarii linii lub błędnej faktury.

# Ocena procedury reklamacyjnej operatora telefonii stacjonarnej

## A16. Jak Pan(i) ocenia poniższe elementy procedury reklamacyjnej?

Podstawa: respondenci, którzy składali reklamacje w ciągu roku,  $n=8$ . MAŁA PODSTAWA

### ogólna ocena procedury reklamacyjnej

	n=8*
raczej źle	2
ani dobrze, ani źle	3
raczej dobrze	1
bardzo dobrze	2

### ocena uprzejmości pracowników, którzy Pana(ią) obsługiwali

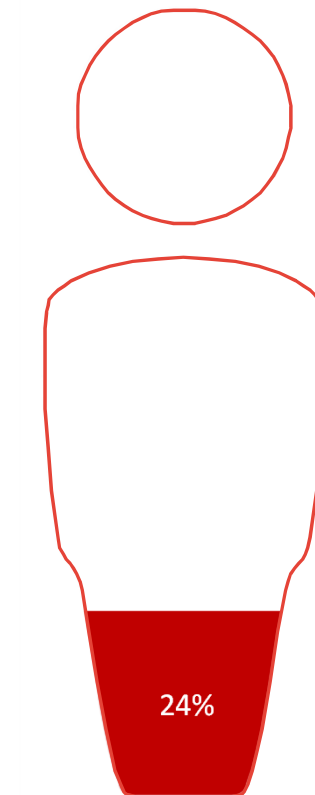
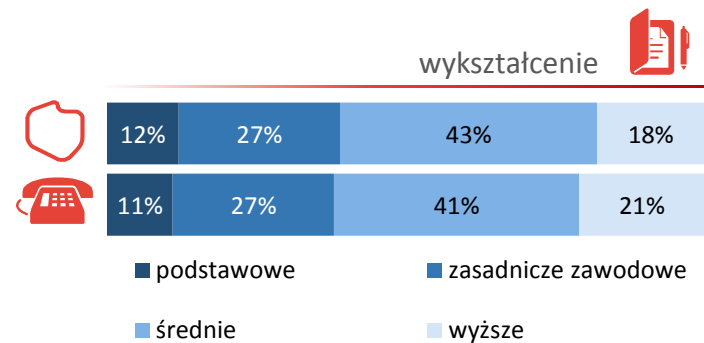
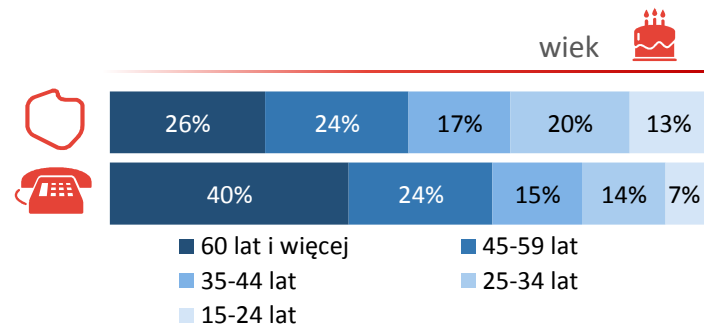
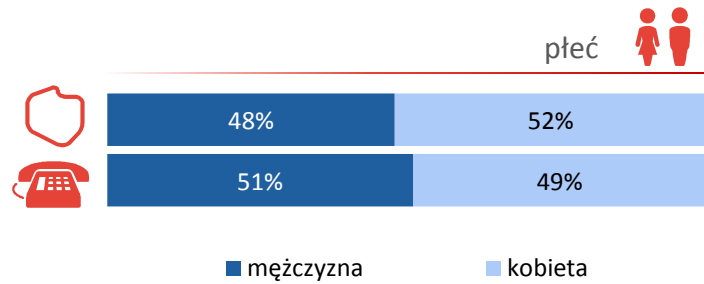
	n=8*
ani dobrze, ani źle	2
raczej dobrze	2
bardzo dobrze	4

### ocena szybkości rozwiązania problemu przez operatora

	n=8*
raczej źle	1
ani dobrze, ani źle	2
raczej dobrze	2
bardzo dobrze	3

\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki proszę traktować poglądowo.

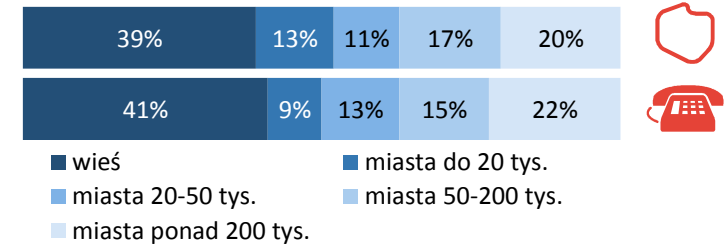
# „Portret” społeczno - demograficzny użytkowników telefonii stacjonarnej



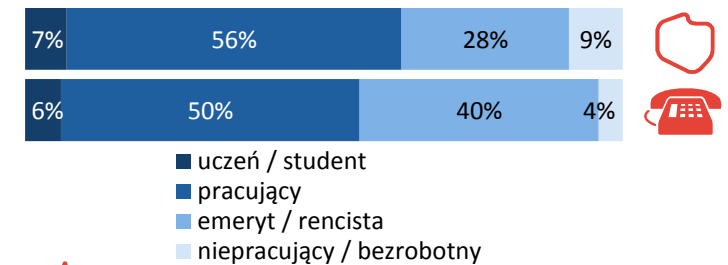
Populacja, n=1600

posiadacze telefonu stacjonarnego, n=359

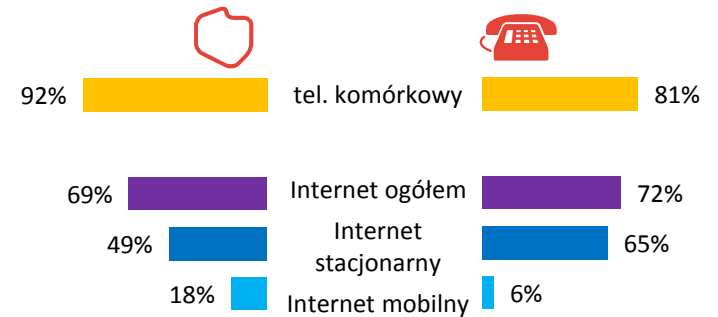
**wielkość miejscowości zamieszkania**



**sytuacja zawodowa**



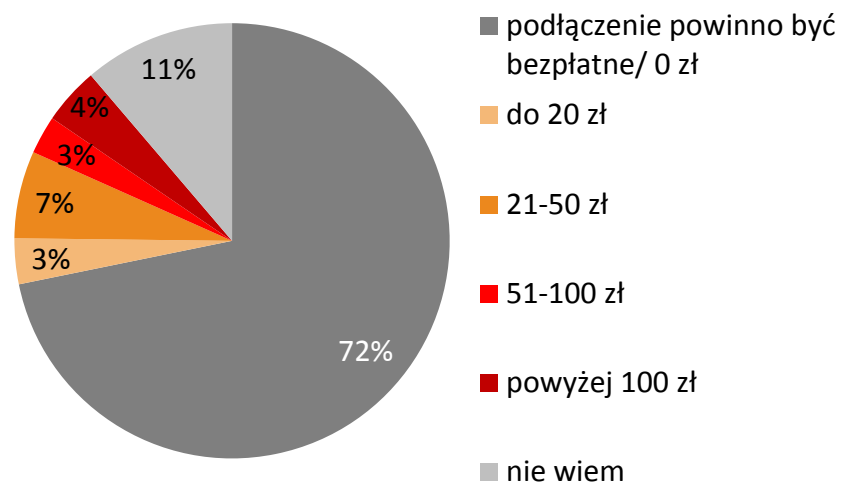
**korzystanie z usług**



# Warunki przyłączenia telefonu stacjonarnego

## B4. Jaką maksymalnie kwotę był(a)by Pan(i) w stanie zapłacić za przyłączenie telefonu stacjonarnego?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600

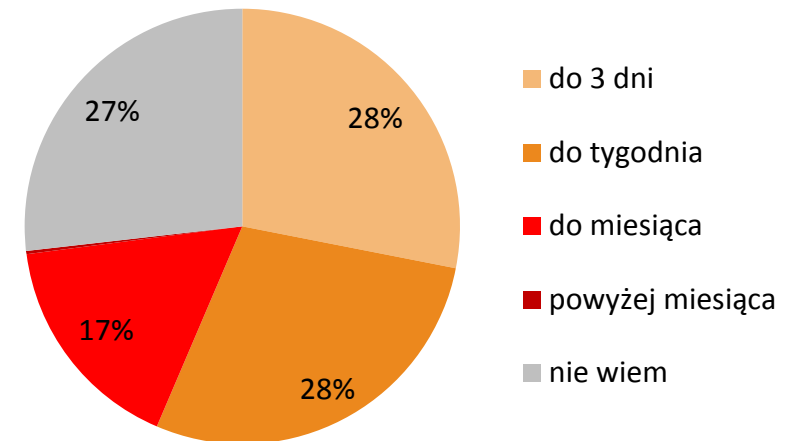


**Średnia: 31 zł\***  
**Mediana: 20 zł\***

\*Tylko dla respondentów wskazujących cenę przyłączenia

## B5. Ile dni według Pana(i) może wynosić średni rozsądny czas oczekiwania na przyłączenie telefonu stacjonarnego?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



**Średnia: 7 dni**  
**Mediana: 5 dni**

- Prawie ¾ badanych uważa, że przyłączenie telefonu stacjonarnego powinno być bezpłatne. Jeżeli już respondenci mieliby zapłacić za taką usługę to średnio kwota ta nie powinna przekroczyć 31 zł.
- Zaproponowany przez respondentów średni rozsądny czas przyłączenia telefonu stacjonarnego nie powinien wynosić więcej niż 7 dni.



# Nieposiadanie telefonu stacjonarnego – powody

## B1. Z jakich powodów nie ma Pan(i) w miejscu zamieszkania telefonu stacjonarnego?

Podstawa: respondenci, którzy nie posiadają telefonu stacjonarnego n=1241

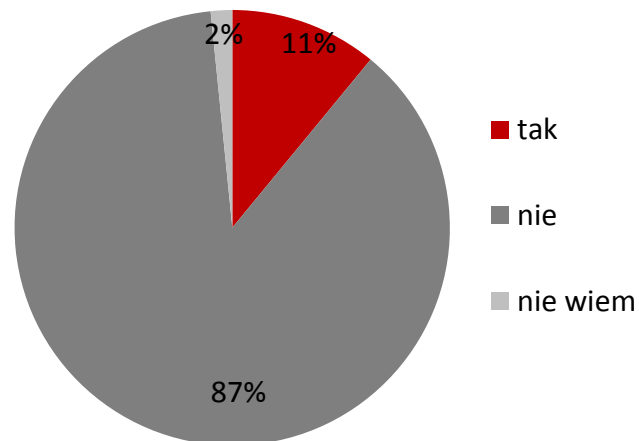


- Najbardziej istotnym powodem nieposiadania telefonu stacjonarnego jest zaspokajanie potrzeb związanych z usługami głosowymi poprzez korzystanie z telefonu komórkowego (73% wskazań). Badani stwierdzili również, że taki telefon nie jest im potrzebny, ponieważ rzadko wykonują lub odbierają rozmowy (25%). Korzystanie z telefonu stacjonarnego zostało uznane za drogie przez 17% osób.

# Rezygnacja z telefonu stacjonarnego wśród niekorzystających obecnie

## B2. Czy w ciągu ostatnich 5 lat miał Pan(i) zainstalowany telefon stacjonarny?

Podstawa: respondenci, którzy nie posiadają telefonu stacjonarnego, n=1241



## B3. Co skłoniłoby Pana(ią) do zainstalowania telefonu stacjonarnego?

Podstawa: respondenci, którzy nie posiadają telefonu stacjonarnego, n=1241



- 11% osób niekorzystający obecnie z telefonu stacjonarnego, wcześniej posiadało taką usługę.
- Większość osób nieposiadających telefonu stacjonarnego nie jest zainteresowana również jego instalacją w przyszłości (77%).



## Rozdział 3.4.

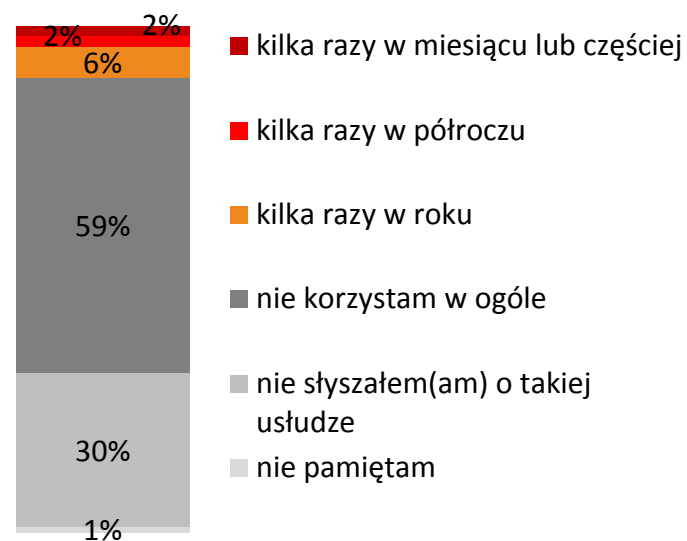
# Rynek telefonii komórkowej i stacjonarnej

Elementy usługi powszechnej  
–OBN, OSA, PAS, faks

# Ogólnokrajowe Biuro Numerów (OBN) – korzystanie

## C1. Jak często w ciągu ostatniego roku korzystał(a) Pan(i) z Ogólnokrajowego Biura Numerów (118 913) w celu uzyskania informacji o potrzebnym numerze ?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



- Co dziesiąty badany skorzystał z OBN w ciągu ostatniego roku.
- Korzystający z OBN to najczęściej osoby w wieku 35-44 roku życia z wykształceniem wyższym, o średnich dochodach na osobę przekraczających 2000 zł.

### W poszczególnych grupach (korzystanie w ogóle):

#### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 10%

#### Płeć

mężczyzna (n=606) 11%

kobieta (n=994) 9%

#### Wiek

15-24 lat (n=110) 6%

25-34 lat (n=301) 11%

35-44 lat (n=391) 15%

45-59 lat (n=425) 8%

60 lat i więcej (n=373) 9%

#### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 6%

zasadnicze zawodowe (n=420) 8%

średnie (n=692) 9%

wyższe (n=305) 17%

#### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 9%

pracujący (n=956) 12%

emeryt / rencista (n=399) 9%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 5%

#### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 8%

3-4 osoby (n=736) 11%

5 osób i więcej (n=166) 14%

#### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 10%

miasto do 20 tys. (n=207) 6%

miasto 20-50 tys. (n=188) 13%

miasta 50-200 tys. (n=274) 10%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 12%

#### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 9%

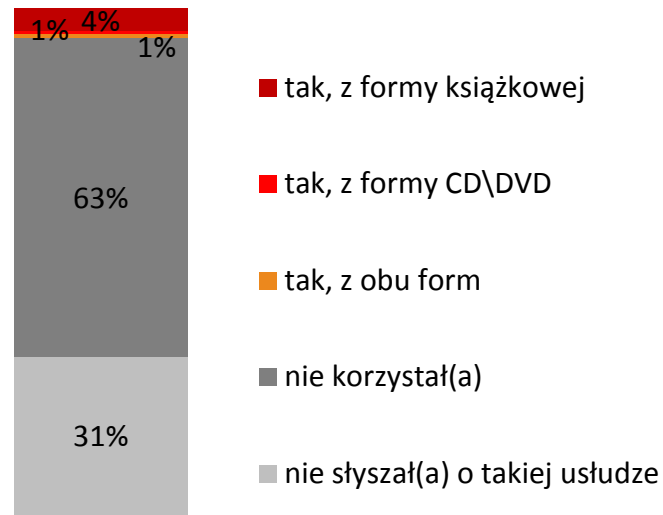
1100-1999 zł (n=534) 9%

2000 zł i więcej (n=263) 18%

# Ogólnokrajowy Spis Abonentów (OSA) – korzystanie

## C2. Czy korzystał(a) Pan(i) w ciągu ostatniego roku z Ogólnokrajowego Spisu Abonentów?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



- Z OSA skorzystało w ciągu ostatniego roku 6% badanych.
- Z OSA korzystają częściej studenci i uczniowie. W pozostałych grupach społeczno-demograficznych korzystanie jest podobne.

### W poszczególnych grupach (korzystane w ogóle):

#### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 6%

#### Płeć

mężczyzna (n=606) 5%

kobieta (n=994) 6%

#### Wiek

15-24 lat (n=110) 7%

25-34 lat (n=301) 4%

35-44 lat (n=391) 8%

45-59 lat (n=425) 4%

60 lat i więcej (n=373) 6%

#### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 6%

zasadnicze zawodowe (n=420) 6%

średnie (n=692) 5%

wyższe (n=305) 8%

#### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 10%

pracujący (n=956) 5%

emeryt / rencista (n=399) 6%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 5%

#### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 5%

3-4 osoby (n=736) 6%

5 osób i więcej (n=166) 7%

#### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 6%

miasto do 20 tys. (n=207) 4%

miasto 20-50 tys. (n=188) 5%

miasta 50-200 tys. (n=274) 7%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 5%

#### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 5%

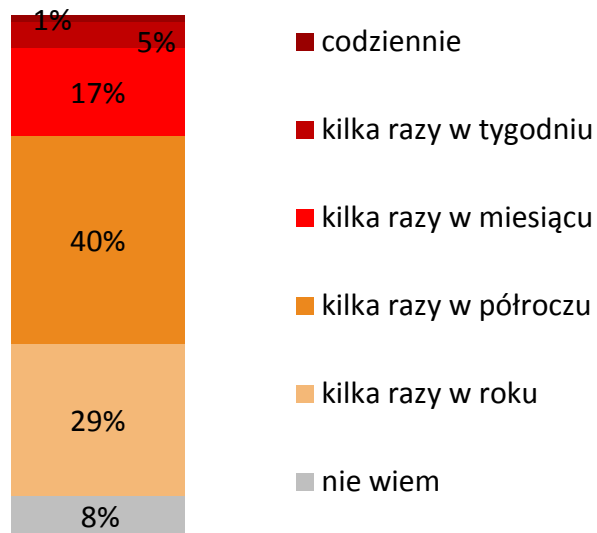
1100-1999 zł (n=534) 5%

2000 zł i więcej (n=263) 8%

# Ogólnokrajowy Spis Abonentów – częstotliwość i preferencje

## C3. Jak często w ciągu ostatniego roku korzystał(a) Pan(i) z Ogólnokrajowego Spisu Abonentów?

Podstawa: respondenci, którzy korzystali z OSA, n=87



## C4. Czy korzystał(a)by Pan(i) z formy spisu zamieszczonego na stronie internetowej, gdyby taki spis istniał?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600

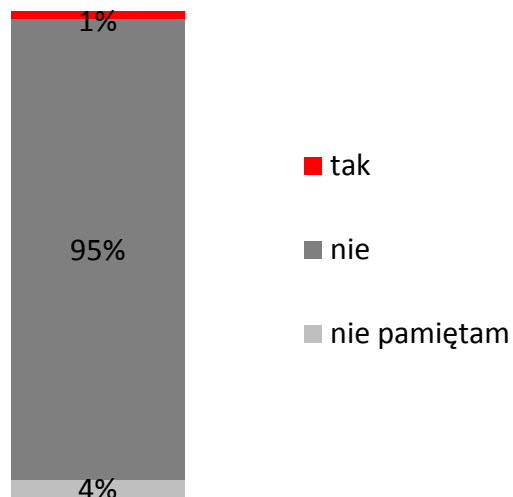


- Osoby korzystające z OSA czynią to raczej sporadycznie (kilka razy w półroczu lub nawet w roku).
- Ponad 1/3 badanych byłaby zainteresowana korzystaniem z internetowej formy spisu, gdyby nie wiązało się to z dodatkowymi kosztami.

# Publiczne Aparaty Samoinkasujące – korzystanie

## C9. Czy w ciągu ostatniego roku korzystał(a) Pan(i) z budek telefonicznych/publicznych aparatów telefonicznych?

Podstawa: wszyscy badani, n=1600



- Korzystanie z automatów i budek telefonicznych deklaruje zaledwie 1% badanych.
- Z budek i automatów korzystają nieco częściej osoby z podstawowym wykształceniem.

### W poszczególnych grupach:

#### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) | 1%

#### Płeć

mężczyzna (n=606) | 1%

kobieta (n=994) | 1%

#### Wiek

15-24 lat (n=110) | 0,4%

25-34 lat (n=301) | 0,3%

35-44 lat (n=391) | 0,4%

45-59 lat (n=425) | 0,2%

60 lat i więcej (n=373) | 1%

#### Wykształcenie

podstawowe (n=174) | 3%

zasadnicze zawodowe (n=420)

średnie (n=692) | 0,3%

wyższe (n=305) | 1%

#### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67)

pracujący (n=956) | 0,2%

emeryt / rencista (n=399) | 1%

niepracujący / bezrobotny (n=159) | 1%

#### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) | 1%

3-4 osoby (n=736) | 0,4%

5 osób i więcej (n=166) | 1%

#### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) | 1%

miasto do 20 tys. (n=207)

miasto 20-50 tys. (n=188) | 2%

miasta 50-200 tys. (n=274) | 0,4%

miasta ponad 200 tys. (n=308)

#### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) | 1%

1100-1999 zł (n=534) | 1%

2000 zł i więcej (n=263)

## Częstotliwość korzystania i ocena dostępności PAS

### C10. Jak często w ciągu ostatniego roku korzystał(a) Pan(i) z budek telefonicznych/publicznych aparatów telefonicznych?

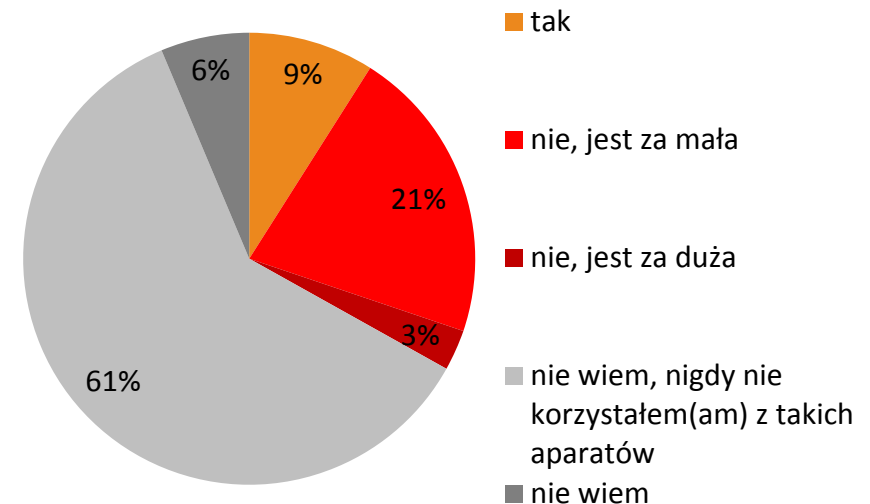
Podstawa: respondenci korzystający z PAS, n=10, MAŁA LICZEBNOŚĆ

	n=10*
kilka razy w miesiącu	2
kilka razy w półroczu	2
kilka razy w roku	4
nie wiem/trudno powiedzieć	2

\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki proszę traktować poglądowo.

### C8. Czy w najbliższej okolicy, w której Pan(i) mieszka, jest odpowiednia liczba budek telefonicznych/publicznych aparatów telefonicznych?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



- Pomimo, że korzystanie z automatów i budek telefonicznych to rzadkość, co czwarty badany uważa, że w jego okolicy jest za mało takich publicznych aparatów.



# Powody niekorzystania z PAS. Zainteresowanie korzystaniem.

## C11. Dlaczego w ciągu ostatniego roku nie korzystał(a) Pan(i) z budek telefonicznych/ publicznych aparatów telefonicznych?

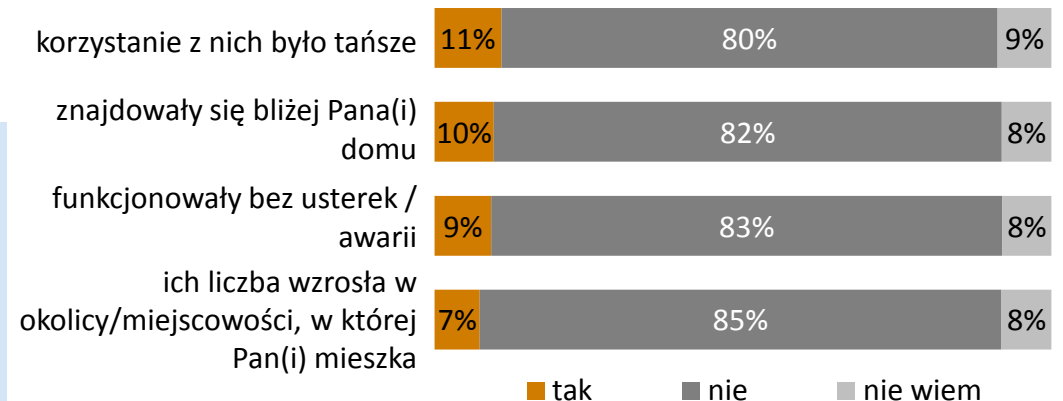
Podstawa: osoby nie korzystające z PAS, n=1565



- Niski odsetek wykorzystania publicznych aparatów telefonicznych wynika głównie z powszechnego korzystania z własnych telefonów (83%) oraz z ogólnego braku potrzeby wykonywania rozmów telefonicznych (13%).
- Takie argumenty jak: niższe koszty korzystania, bliższa odległość i większa liczba, brak awarii przekonałyby do korzystania z budek tylko co dziesiątego respondenta.

## C12. Czy korzystałby(aby) Pan(i) z budek telefonicznych/ aparatów publicznych (w ogóle lub częściej) gdyby...

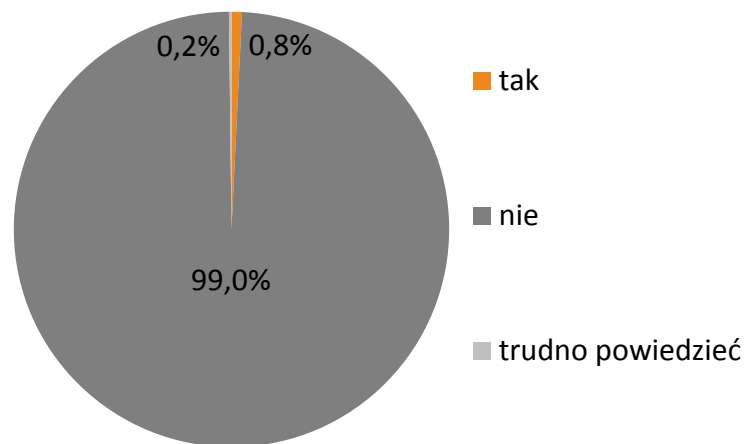
Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



# Korzystanie z faksu

## C5. Czy w miejscu zamieszkania (w domu) korzysta Pan(i) z usług faksu?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



- Z faksu korzysta się bardzo rzadko. Mniej niż 1% Polaków w wieku 15 lat i więcej korzysta z tej usługi.

## C6. Jak często Pan(i) korzysta z faksu?

Podstawa: respondenci, którzy korzystają z faksu, n=10. MAŁA PODSTAWA

	n=10*
codziennie	2
kilka razy w tygodniu	2
kilka razy w miesiącu	1
kilka razy w półroczu	3
kilka razy w roku	2

## C7. Jak ocenia Pan(i) jakość połączeń za pomocą faksu ?

Podstawa: respondenci, którzy korzystają z faksu, n=10. MAŁA PODSTAWA

Ocena na skali 1-5	n=10*
ani źle, ani dobrze	1
raczej dobrze	7
bardzo dobrze	2

\*Dane przedstawione w postaci liczebności ze względu na małą podstawę procentowania. Wyniki proszę traktować jakościowo.



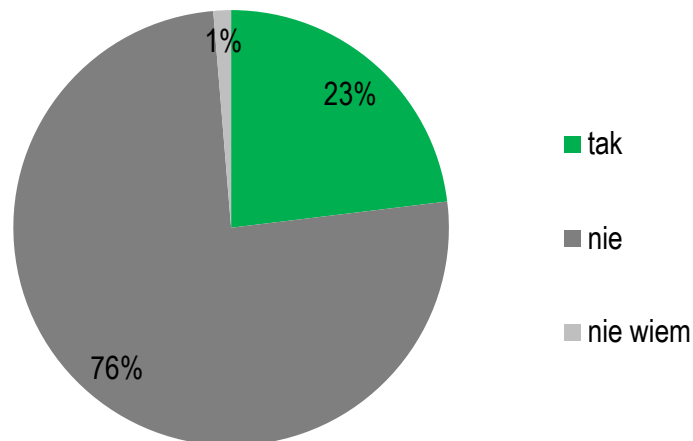
**Rozdział 4.**

**Usługi wiązane**

# Korzystanie z usług wiązanych

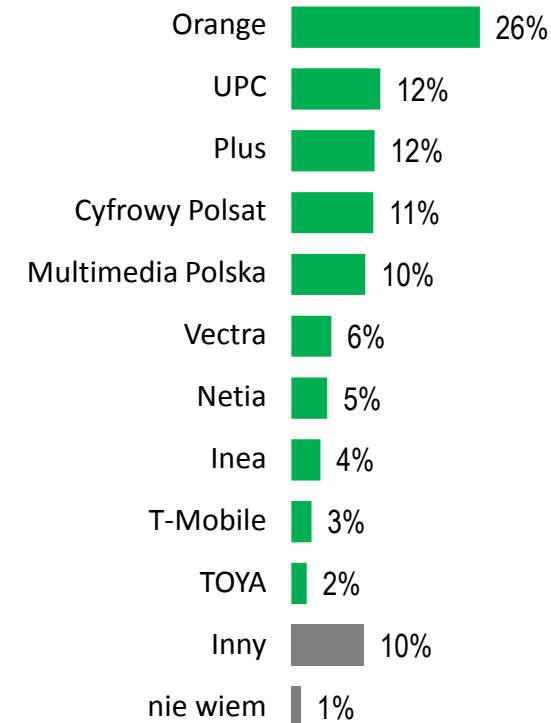
## N1. Czy korzysta Pan(i)w swoim gospodarstwie domowym z usług wiązanych, inaczej pakietów?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



## NX1. Kto jest dostawcą pakietu usług?

Podstawa: respondenci posiadający pakiet usług, n=357

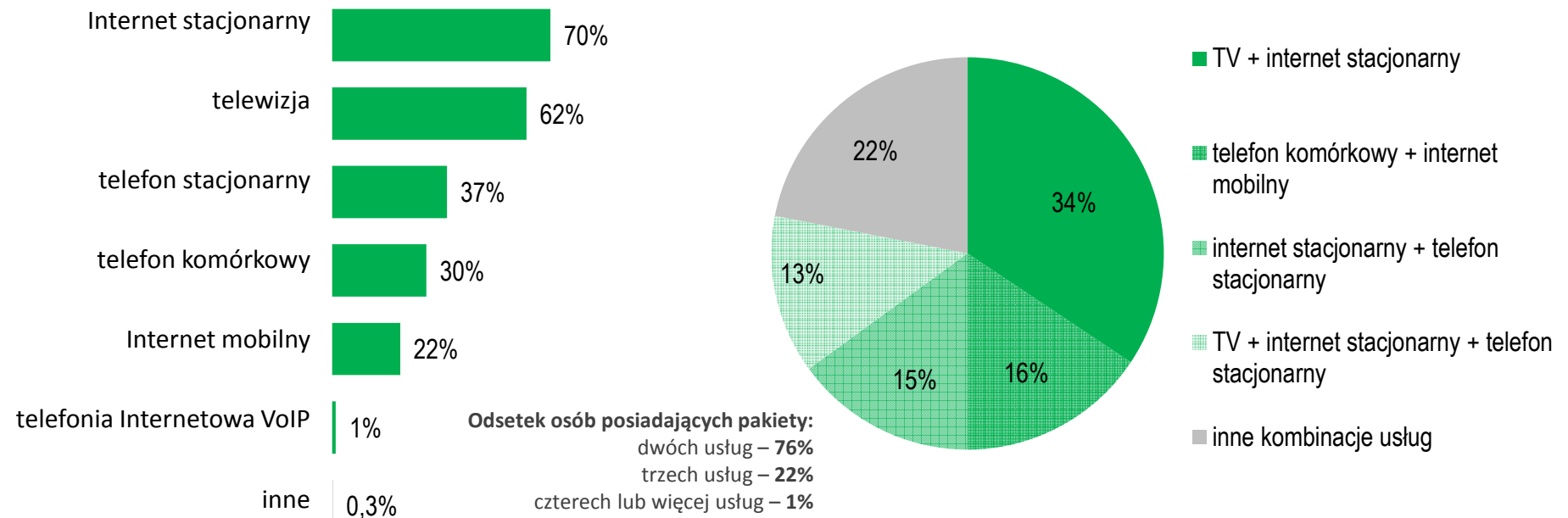


- Powie ¼ Polaków w wieku 15 lat i więcej korzysta z usług wiązanych. Dostawcą pakietów usług jest najczęściej Orange (26%). Na kolejnych miejscach znaleźli się tacy operatorzy jak: UPC i Plus (po 12% wskazań), Cyfrowy Polsat (11%) oraz Mutimedia (10%).

# Usługi występujące w pakietach

## N3. Jakie usługi posiada Pan(i)w pakiecie?

Podstawa: respondenci, którzy korzystają z usług wiązanych, n=357



- W skład pakietów najczęściej wchodzi Internet stacjonarny i telewizja (70% i 62% wszystkich pakietów). Do pakietów dokładane są również usługi telefonii: stacjonarnej (37%) lub/i komórkowej (30%). Internet mobilny znajduje się w co piątym pakiecie.
- Największą popularnością cieszy się pakiet Internet + telewizją (34% wszystkich pakietów). Na kolejnych miejscach znalazły się: telefon komórkowy z Internetem mobilnym (16%), Internet stacjonarny z telefonem stacjonarnym (15%) oraz pakiet trzech usług – telewizja, Internet stacjonarny i telefon stacjonarny (13%).

# Korzystanie z usług wiązanych

## Korzystanie z usług wiązanych w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 23%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 23%

kobieta (n=994) 23%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 35%

25-34 lat (n=301) 25%

35-44 lat (n=391) 25%

45-59 lat (n=425) 25%

60 lat i więcej (n=373) 13%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 15%

zasadnicze zawodowe (n=420) 16%

średnie (n=692) 26%

wyższe (n=305) 33%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 32%

pracujący (n=956) 26%

emeryt / rencista (n=399) 15%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 18%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 15%

3-4 osoby (n=736) 30%

5 osób i więcej (n=166) 30%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 17%

miasto do 20 tys. (n=207) 23%

miasto 20-50 tys. (n=188) 24%

miasta 50-200 tys. (n=274) 31%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 28%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 19%

1100-1999 zł (n=534) 23%

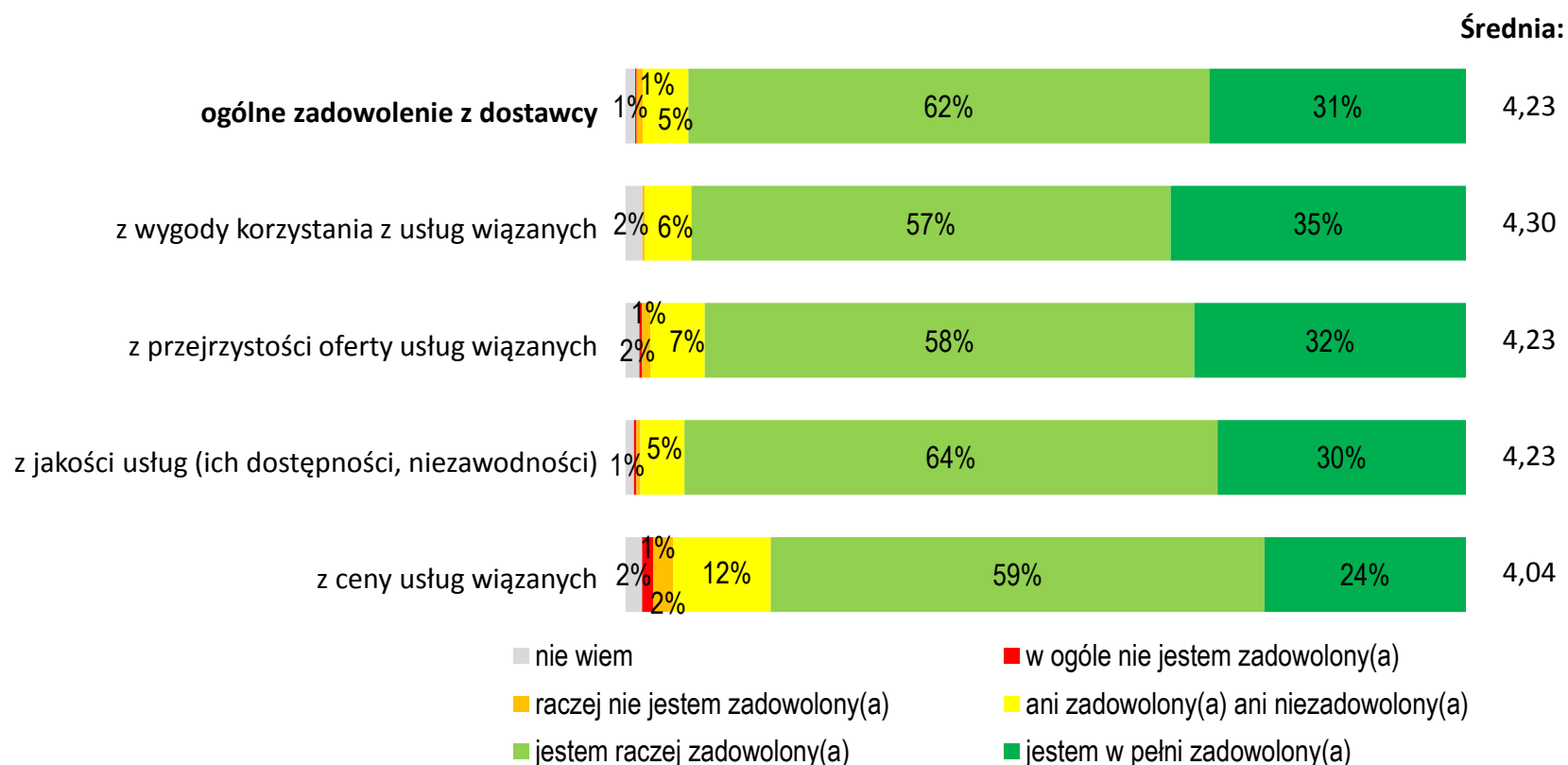
2000 zł i więcej (n=263) 29%

- Z usług wiązanych najczęściej korzystają osoby najmłodsze, badani z wykształceniem wyższym, uczniowie/studenci, osoby pracujące i pochodzące z wieloosobowych gospodarstw. Korzystanie w pakietów usług rośnie również wraz ze wzrostem dochodów.

# Zadowolenie z usług wiązanych

## N2. Proszę określić stopień Pana(i) zadowolenia z następujących aspektów dotyczących usług wiązanych, czyli pakietów?

Podstawa: respondenci, którzy korzystają z usług wiązanych, n=357

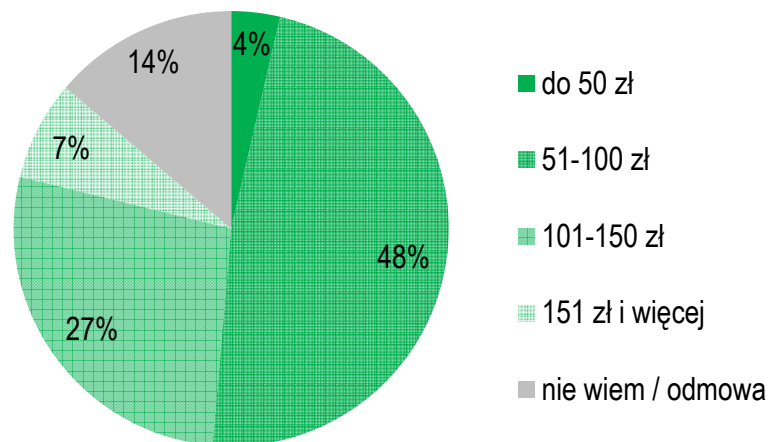


- Badani najbardziej docenili wygodę korzystania z usług wiązanych (średnia 4,3). Wysoko oceniono również przejrzystość oferty oraz jakość usług (średnie wyniosły w obu przypadkach 4,23).

# Wydatki na usługi wiązane

## N4. Jaka jest Pana(i) przeciętna miesięczna wysokość rachunku za korzystanie z pakietu.

Podstawa: respondenci, którzy korzystają z usług wiązanych, n=274



**Średnia: 106 zł**  
**Mediana: 100 zł**

Średnie wydatki w zależności od dochodu na osobę w gospodarstwie:  
poniżej 1100 zł (n=72) – 98 zł  
1100-1999 zł (n=114) – 99 zł  
2000 zł i więcej (n=64) – 117 zł

### Typ pakietu:

Typ pakietu	Średnia:	Mediana:
TV + Internet stacjonarny (n=130)	97 zł	90 zł
Internet stacjonarny + telefon stacjonarny (n=54)	100 zł	100 zł
TV + Internet stacjonarny + telefon stacjonarny (n=48)	129 zł	120 zł
telefon komórkowy + Internet mobilny (n=51)	110 zł	106 zł
inne kombinacje usług (n=37)	105 zł	90 zł

### Liczba usług w pakiecie:

2 usługi (n=267)	98 zł	98 zł
3 usługi (n=83)	129 zł	120 zł

- Średnie wydatki na pakiet usług wiązanych wynoszą 106 zł. Łączny zakup TV i Internetu stacjonarnego kosztuje średnio 97 zł, Internetu stacjonarnego i telefonu stacjonarnego – 100 zł, a telefonu komórkowego i Internetu mobilnego 110 zł. Chcąc kupić 3 usługi: telewizję, internet stacjonarny i telefon stacjonarny trzeba liczyć się z wydatkiem rzędu 129 zł.





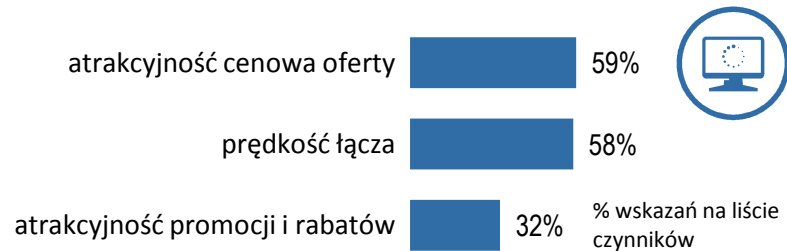
## Rozdział 5.

# Porównanie usług telekomunikacyjnych - najważniejsze wskaźniki

# Czynniki wyboru dostawców usług (trzy czynniki wymienione jako najważniejsze - porównanie)

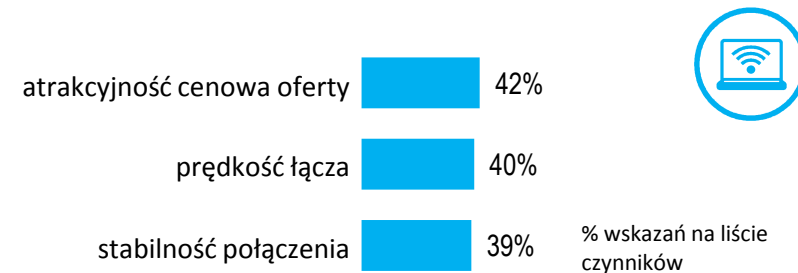
## J2. Co brał Pan(i) pod uwagę przy wyborze dostawcy Internetu stacjonarnego

Podstawa: posiadacze Internetu stacjonarnego, n=792



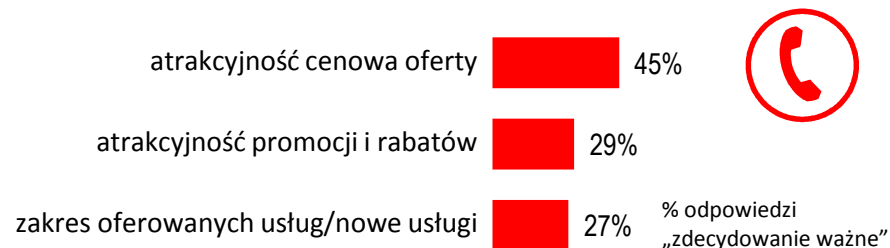
## K3. Co brał Pan(i) pod uwagę przy wyborze dostawcy Internetu mobilnego

Podstawa: posiadacze Internetu mobilnego, n=277



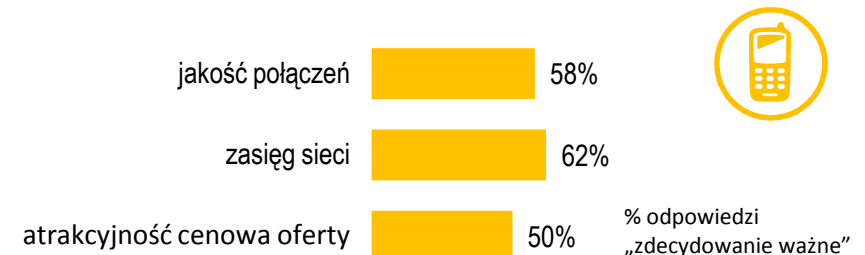
## A10. Co Pana(i) zdaniem jest ważne przy wyborze operatora telefonii stacjonarnej?

Podstawa: posiadacze telefonów stacjonarnych, n=359



## D10. Co Pana(i) zdaniem jest ważne przy wyborze operatora telefonii komórkowej?

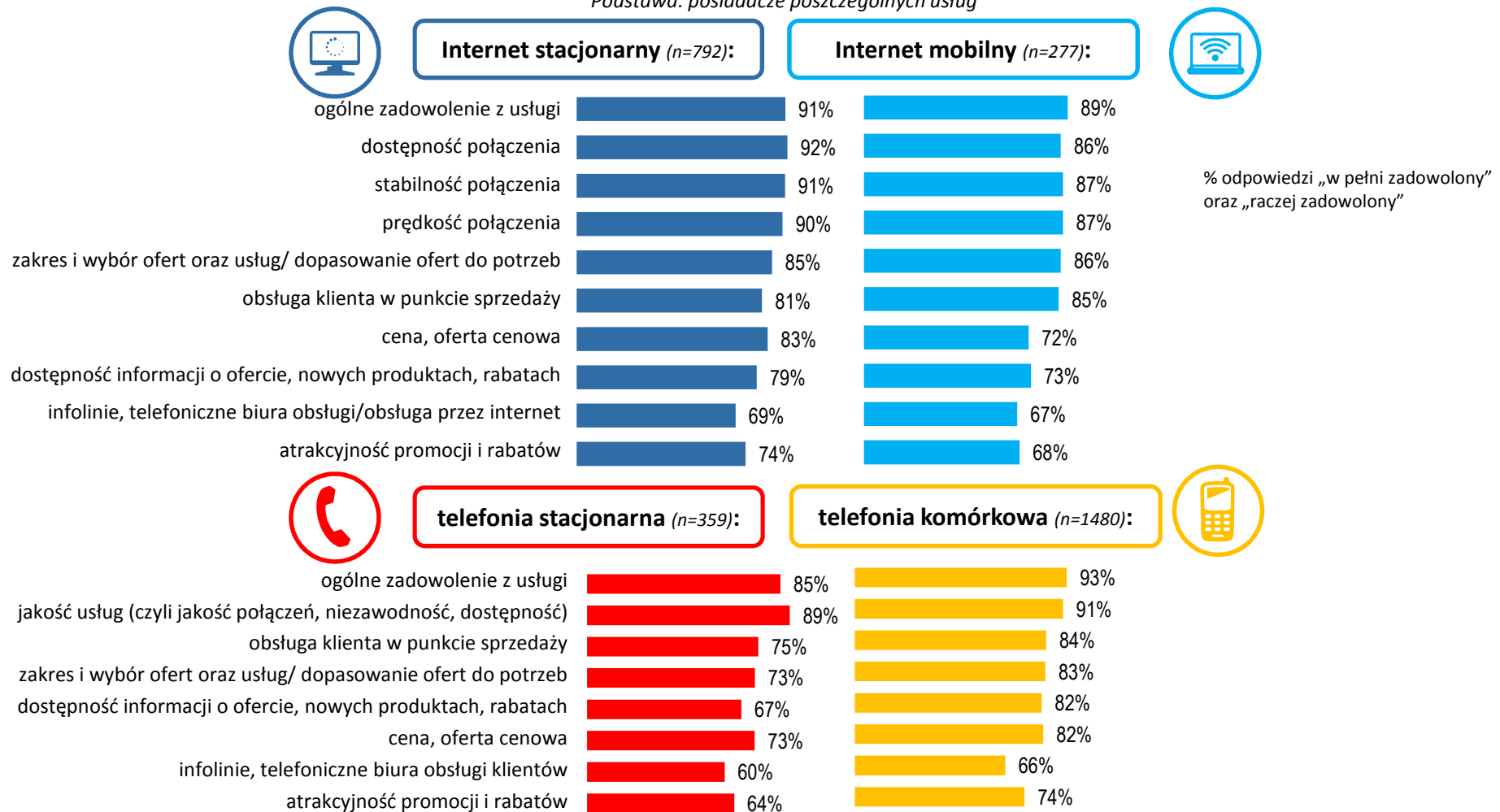
Podstawa: posiadacze telefonów komórkowych, n=1480



# Zadowolenie z poszczególnych usług telekomunikacyjnych - porównanie

## A3/ D3/ J1/ K1. Jak Pan(i) ocenia następujące elementy usługi ...?

Podstawa: posiadacze poszczególnych usług

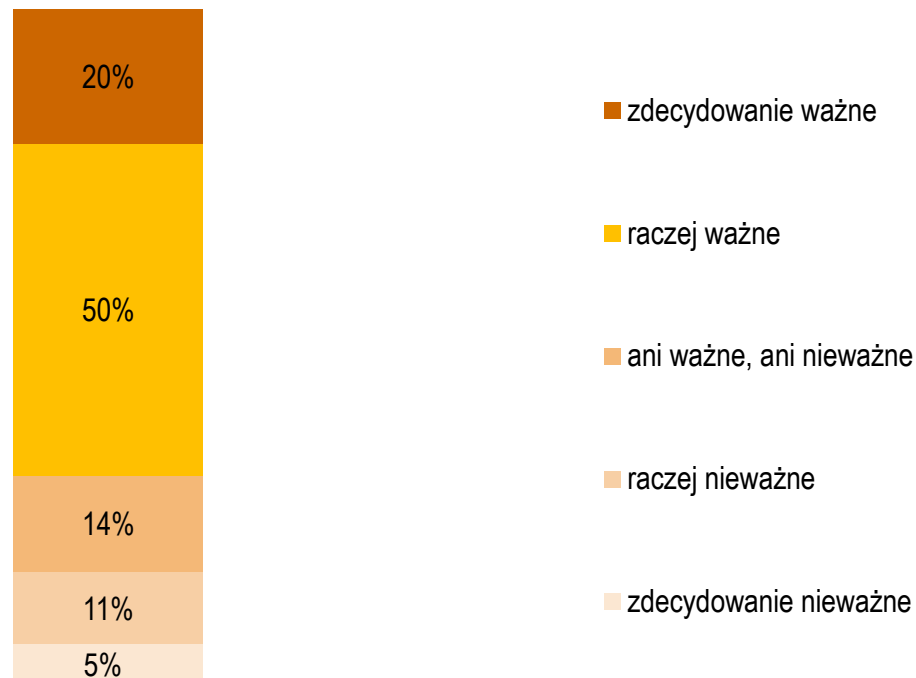


# Ważność posiadania telefonu stacjonarnego i komórkowego porównanie

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



Podstawa: posiadacze telefonów stacjonarnych, n=359



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



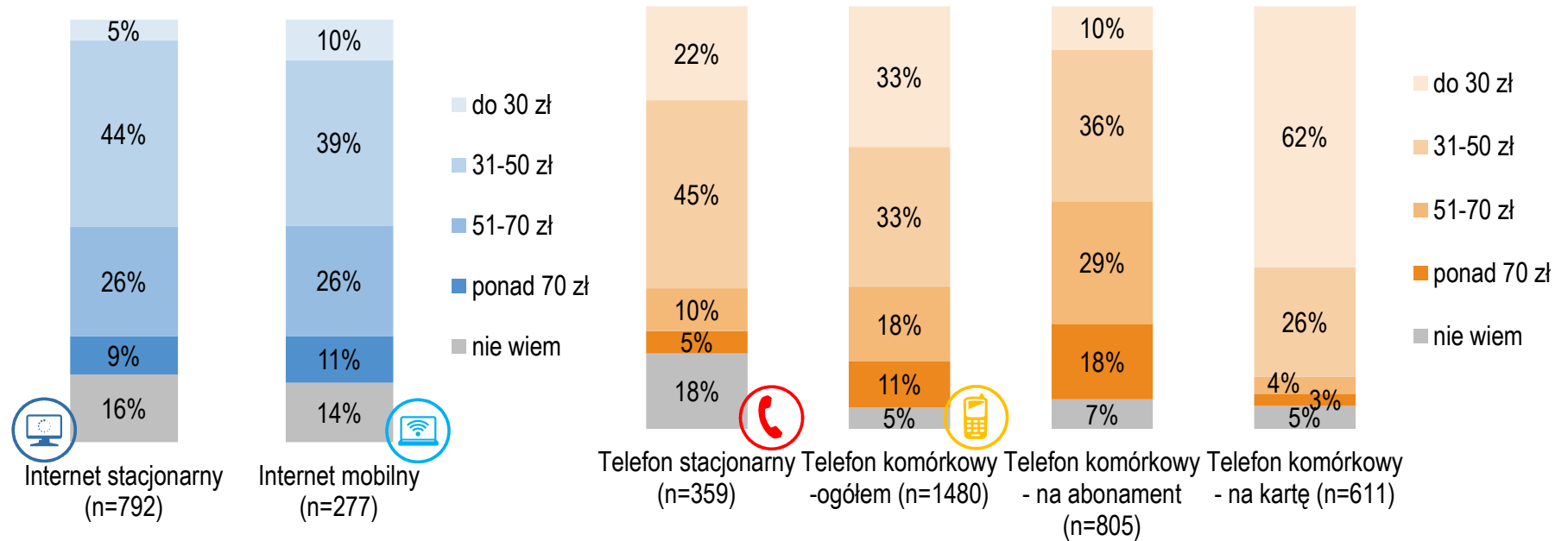
Podstawa: posiadacze telefonów komórkowych, n=1480



# Przeciętne miesięczne wydatki na usługi telekomunikacyjne - porównanie

A6/ D7/ J6/ K8. Jaka jest Pana(i) przeciętna miesięczna wysokość rachunku za ...

Podstawa: posiadacze poszczególnych usług



Średnia:

55 zł

55 zł

Mediana:

50 zł

50 zł

Średnia:

45 zł

49 zł

62 zł

35 zł

Mediana:

50 zł

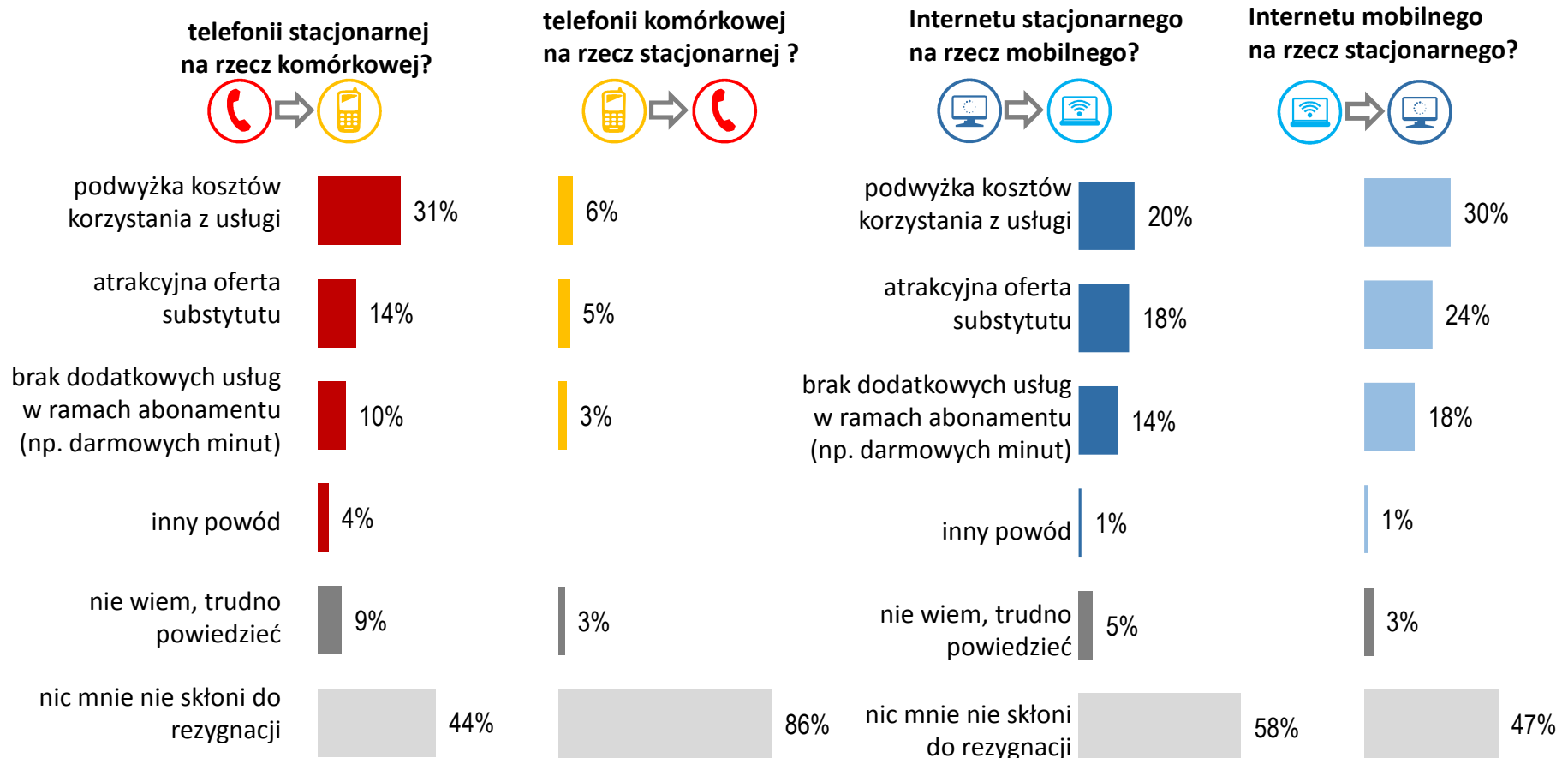
45 zł

55 zł

30 zł

# Skłonność do substytucji telefonii oraz Internetu porównanie

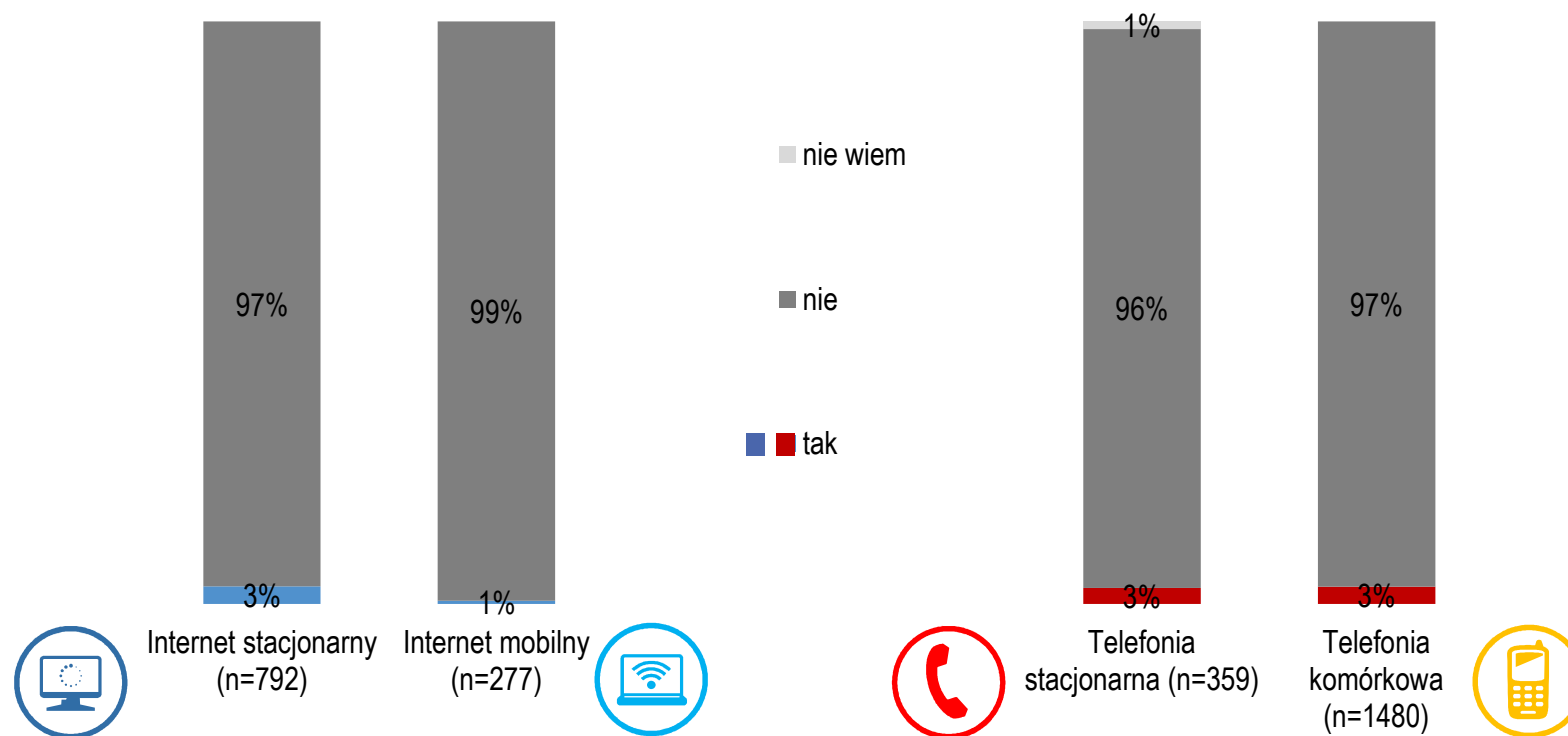
A7/ D11/ J7/ K9. Co mogłoby Pana(ią) skłonić do rezygnacji z usług:



# Składanie reklamacji – porównanie

A14/ D11/ J9/ K11. Czy w ciągu ostatniego roku złożył(a) Pan(i) jakąkolwiek reklamację lub wniósł(ośa) skargę u operatora?

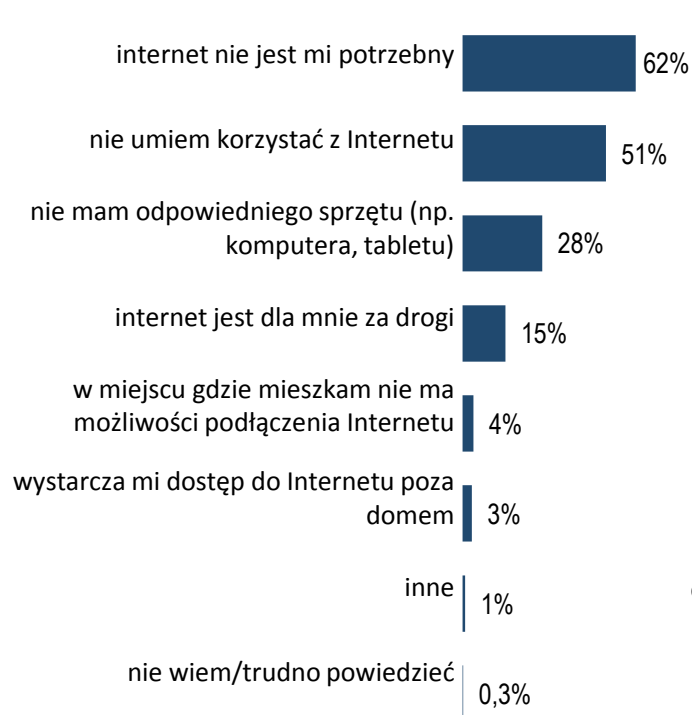
Podstawa: posiadacze poszczególnych usług



# Powody niekorzystania z usług

## L1. Z jakich powodów nie posiada Pan(i) dostępu do Internetu?

Podstawa: nieposiadający dostępu do Internetu, n=487



## B1. Z jakich powodów nie ma Pan(i) w miejscu zamieszkania telefonu stacjonarnego?

Podstawa: nieposiadający telefonu stacjonarnego, n=1241



## F1. Która z następujących przyczyn ma wpływ na to, że nie posiada Pan(i) telefonu komórkowego?

Podstawa: nieposiadający telefonu komórkowego, n=120







## Rozdział 6.

# Porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego

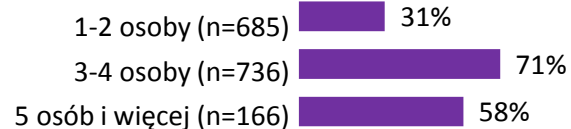
# Korzystanie z Internetu

porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego

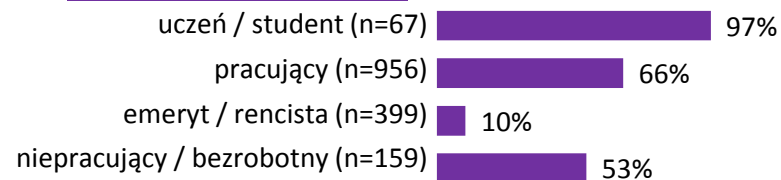


## korzystający z Internetu codziennie

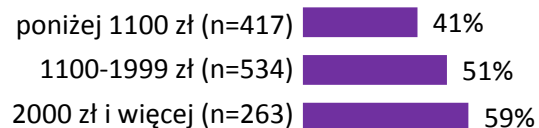
### Wielkość gospodarstwa



### Wielkość miejscowości



### Dochód na osobę



- Korzystanie z Internetu na różnego rodzaju urządzeniach jest silnie związane z sytuacją materialną gospodarstwa domowego
  - Wraz ze wzrostem funduszy rośnie liczba posiadanych urządzeń oraz zaawansowania pod kątem ich wykorzystywania.
  - Grupą najbardziej wrażliwą cenowo są tradycjoniści – podchodzą do urządzeń w sposób bardzo funkcjonalny i pragmatyczny. Korzystają z tych samych komputerów od wielu lat i są gotowi na zmianę dopiero, gdy obecny sprzęt ulegnie awarii.



wyniki badania ilościowego



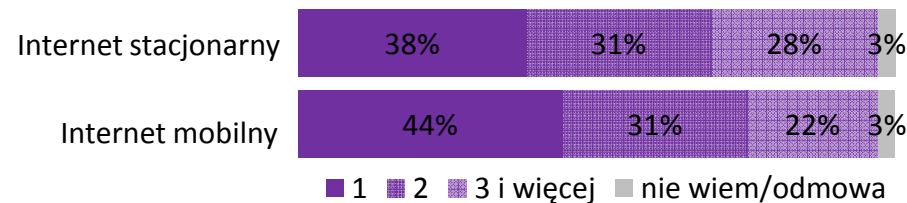
wyniki badania jakościowego

# Korzystanie z nowych technologii

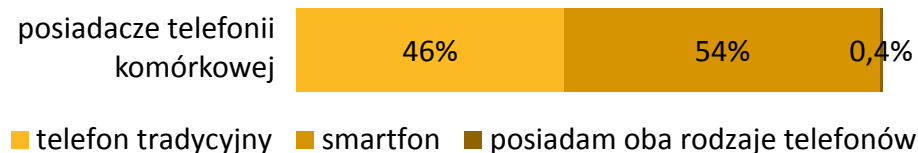
## porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



### Liczba urządzeń (PC, laptopy, tablety, komórki itp.) korzystających z sieci za pośrednictwem łącza stacjonarnego / mobilnego



### Rodzaj wykorzystywanego aparatu komórkowego



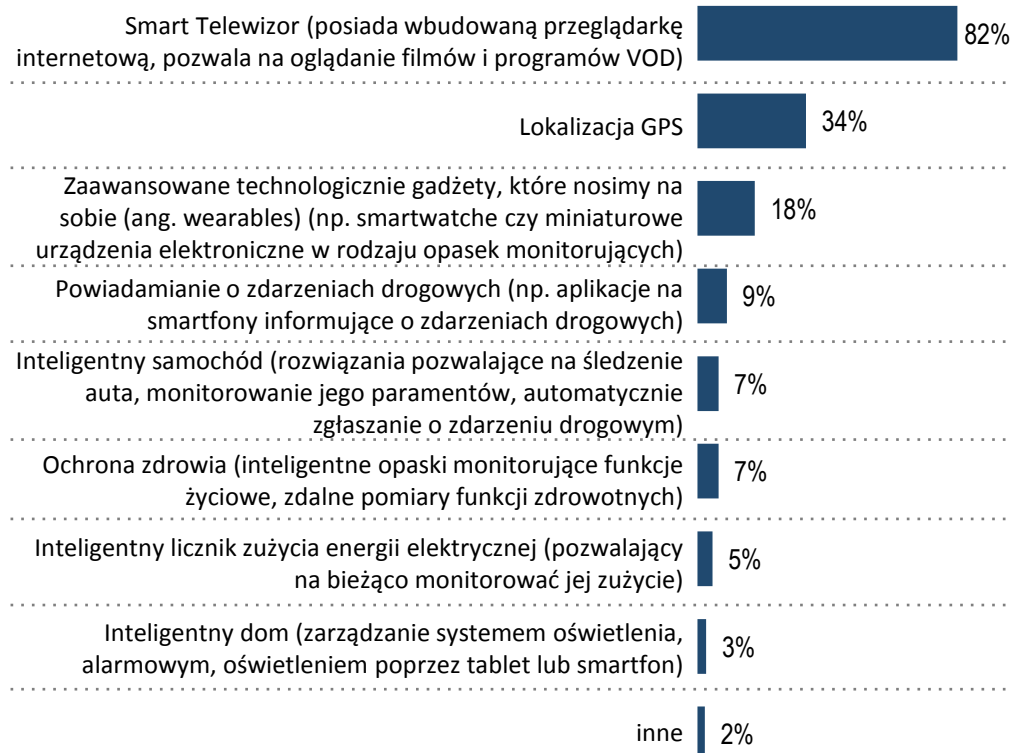
- Najbardziej otwarci na nowy sprzęt i rozwiązania są nadążający za trendami – mają wiele urządzeń, które mają podkreślać ich status. Poszukiwanie wciąż nowych rozwiązań jest wynikiem ich aspiracyjności.
  - To co najbardziej ich angażuje, to rozwiązania oparte na smartfonie, gdyż jest to najwygodniejsze, przez co najczęściej wykorzystywane urządzenie mobilne. Często korzystają z laptopów, ale jest on traktowany jako następcą komputera stacjonarnego (naturalna kolej rozwoju technologii)
  - To telefon komórkowy stanowi centrum ich świata – zarówno w kontekście dostępu do informacji, jak również komunikacji ze znajomymi.
  - Lubią być na czasie, pokazać się przed innymi, „zaspanować” nowym rozwiązaniem.

# Postrzeganie i korzystanie z rozwiązań Internet of Things (IoT)

## porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



### Wykorzystywane rozwiązania IoT/M2M



wyniki badania ilościowego



wyniki badania jakościowego

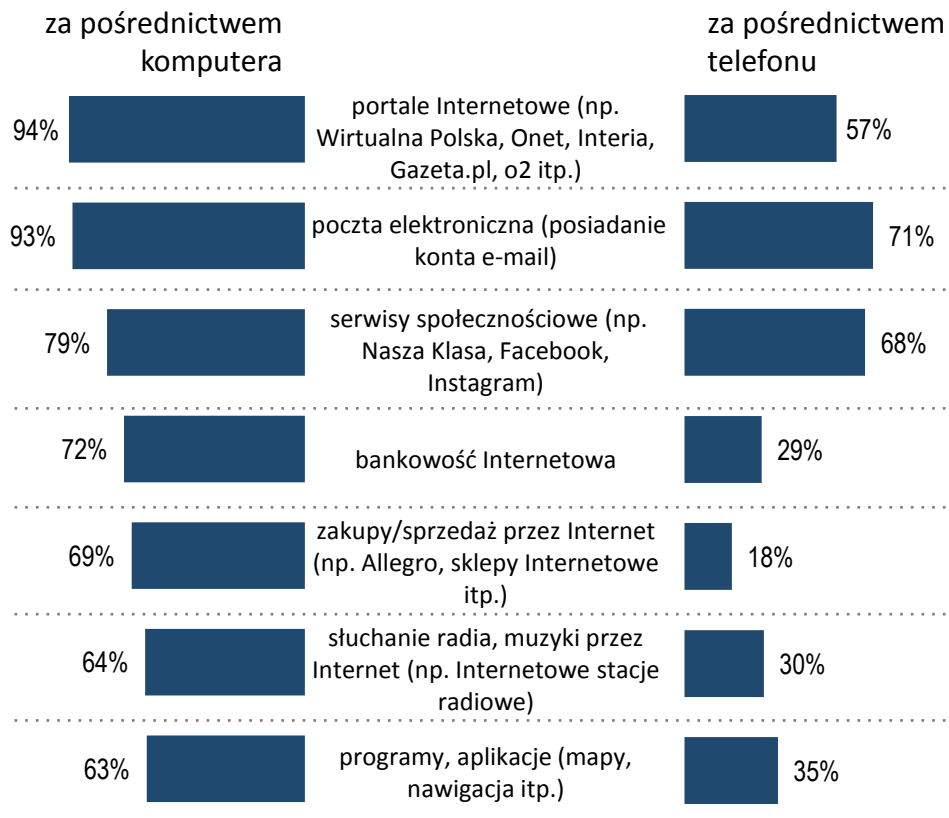
- Znajomość pojęcia **Internet of Things** wśród tradycjonalistów jest bardzo niska. Osoby nadążające za trendami nie zawsze znają te pojęcia, jednak raczej potrafią skojarzyć je ze znanymi sobie hasłami, np. multimedialny/inteligentny dom. Innowatorzy w największym stopniu znają pojęcia, jednak nawet w tej grupie nie są one powszechnie rozpoznawane.
- Większość badanych nie wyraża większego zainteresowania korzystaniem z tego typu urządzeń lub otwarcie mówi, że nie ma takich potrzeb. Podkreślano wysokie koszty nie tylko zakupu, ale również korzystania z tego typu urządzeń. Nawet osoby, które posiadają sprzęt o podobnych możliwościach nie wykorzystują ich, ponieważ oferowane rozwiązania IoT nie są ich zdaniem funkcjonalne i pragmatyczne.
- IoT ma potencjał pod warunkiem, iż będzie odpowiadał na realne potrzeby „tu i teraz”.

# Wykorzystywanie Internetu

## porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



### Korzystania z usług Internetowych



- Najpopularniejsze urządzenia wykorzystywane do połączenia z Internetem to laptopy oraz telefony, z których korzysta zdecydowana większość respondentów. Wykorzystywane są codziennie, głównie do przeglądania stron www, kontaktowania się za pomocą portali społecznościowych, sprawdzania bieżących informacji oraz w celach rozrywkowych.
- Mniej popularnymi, ale dość powszechnie używanymi urządzeniami są tablety i podłączone do Internetu telewizory. Ich wykorzystanie ma charakter raczej rozrywkowy, zazwyczaj nie są wykorzystywane codziennie.



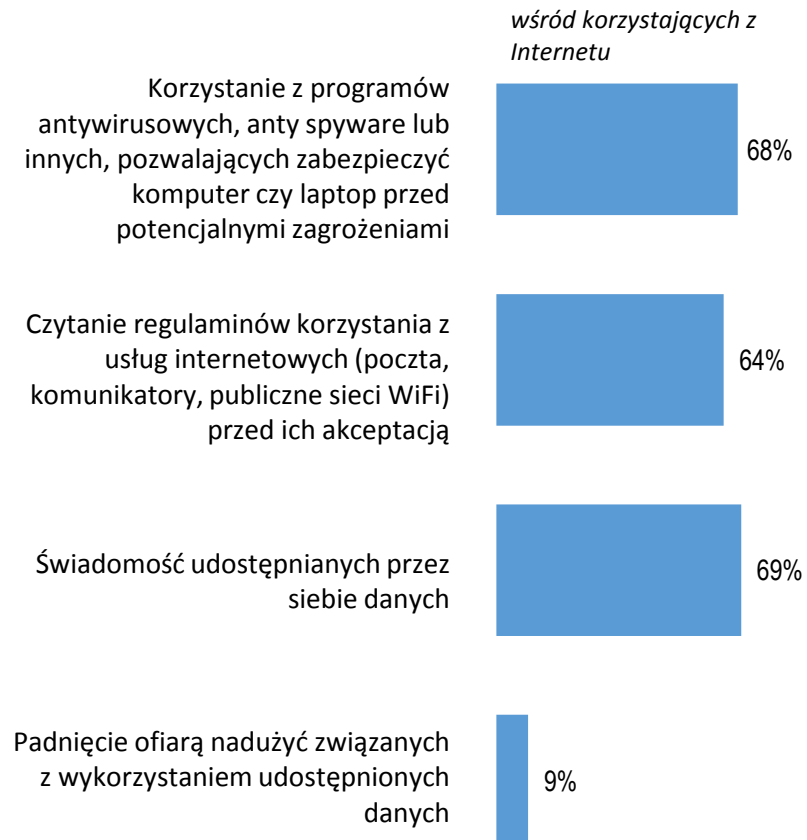
wyniki badania ilościowego



wyniki badania jakościowego

# Bezpieczeństwo w sieci

## porównanie wyników badania ilościowego i jakościowego



- Świadomość dotycząca zagrożenia w sieci jest stosunkowo niska i głównie dotyczy zagrożeń wynikających z korzystania z komputerów.
- Użytkownicy internetu najbardziej obawiają się przechwycenia ich danych czy wejścia w ich sferę prywatną (opierają się na konkretnych sytuacjach nagłośnionych w mediach np. kradzież zdjęć z portali społecznościowych).
- Co ciekawe większość użytkowników korzysta z bankowości elektronicznej i jest świadoma zagrożeń, jednak odpowiedzialność za zabezpieczenie dokonywanych transakcji przerzucają na bank. Ufają, że bank odpowiednio ich zabezpieczył.
- Mało który badany wspomniał w ogóle o zabezpieczaniu swojego telefonu komórkowego. Jest to wynikiem braku komunikacji dotyczącej potencjalnych zagrożeń.



wyniki badania ilościowego



wyniki badania jakościowego



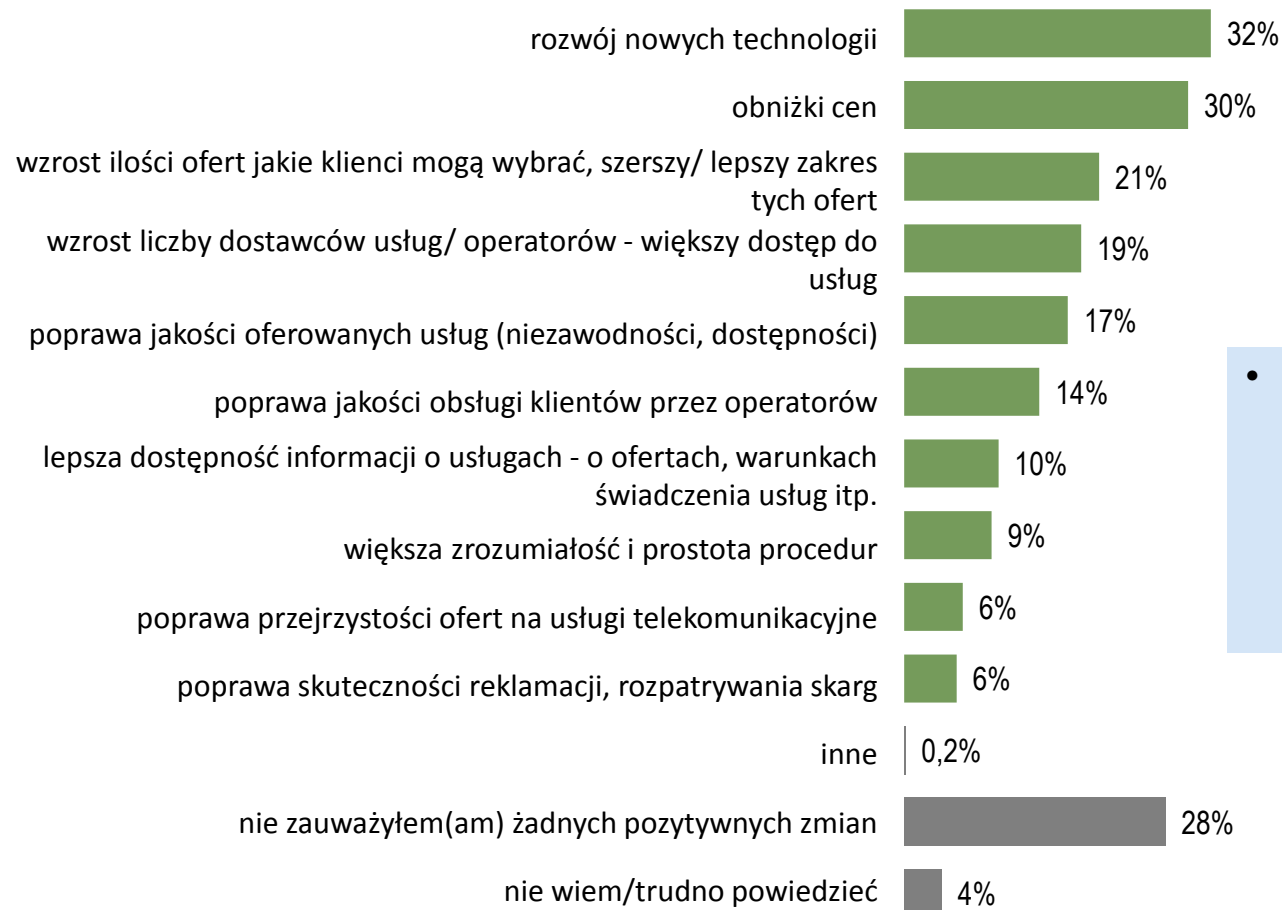
## Rozdział 7.

# Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego

# Pozytywne zjawiska dostrzegane na rynku

## O2. Jakie pozytywne zmiany zauważył(a) Pan(i) na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



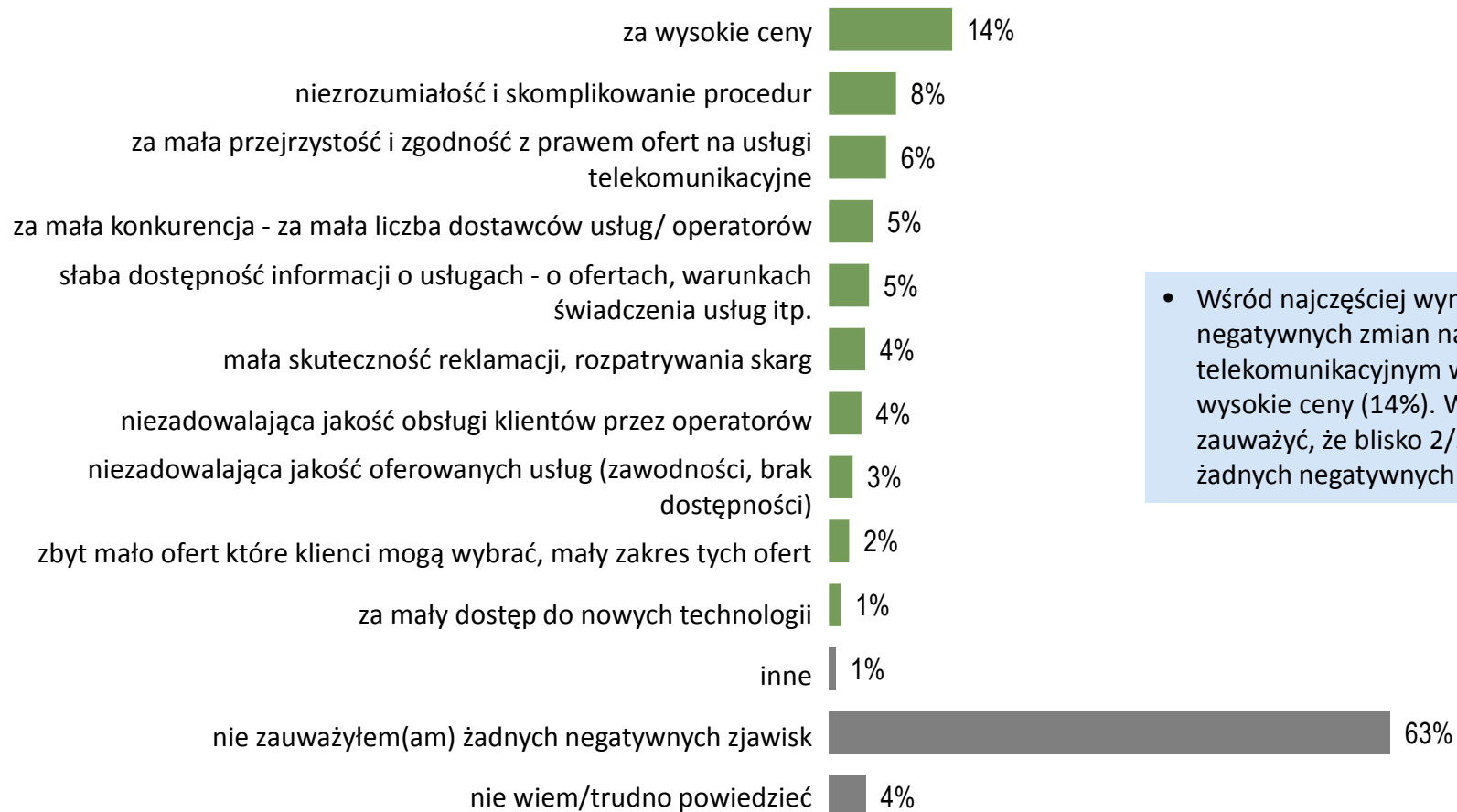
- W ciągu ostatniego roku badani dostrzegli i pozytywnie ocenili rozwój nowych technologii oraz obniżkę cen na rynku telekomunikacyjnym (32% i 30%). Co 5 badany zauważył poprawę w zakresie oferowanych usług oraz wzrost liczby operatorów.



# Negatywne zjawiska dostrzegane na rynku

## O3. Jakie negatywne zjawiska zauważył Pan(i) na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600

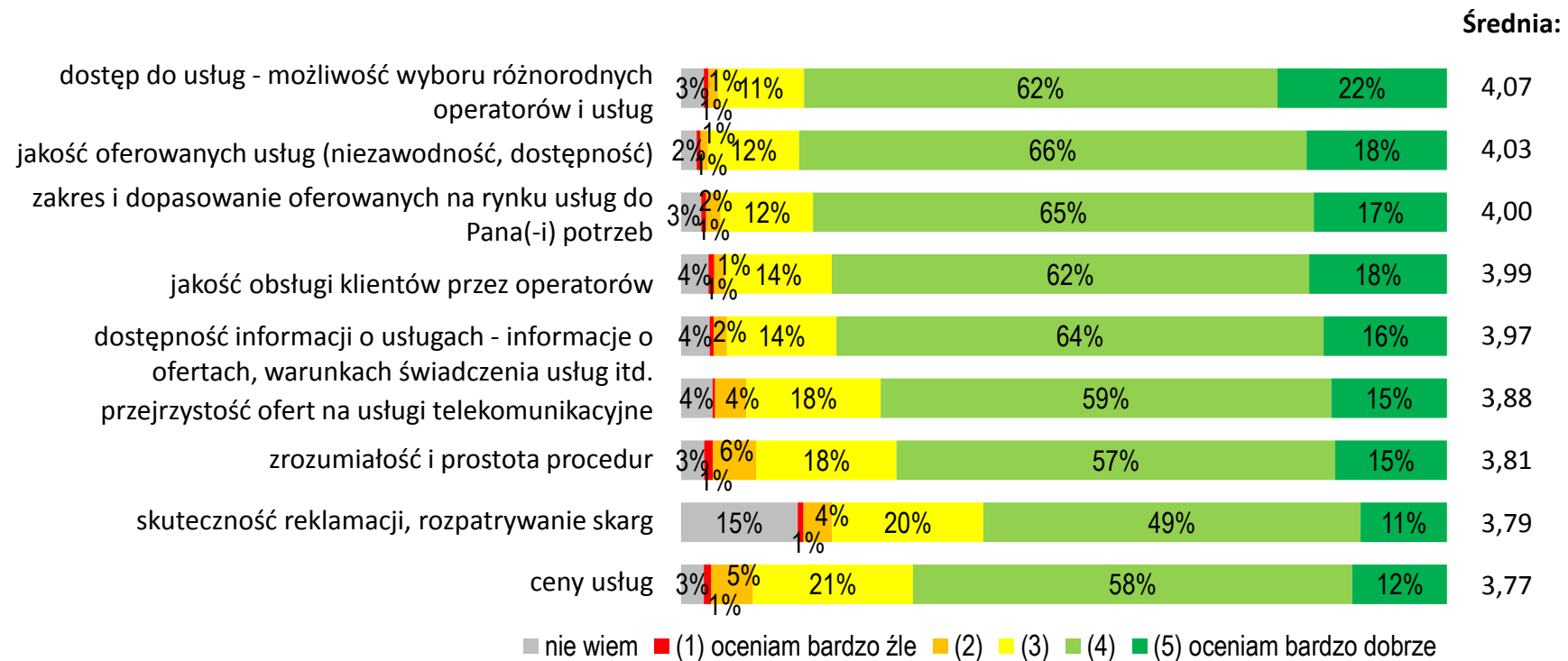


- Wśród najczęściej wymienianych negatywnych zmian na rynku telekomunikacyjnym wskazywano zbyt wysokie ceny (14%). Warto jednak zauważyć, że blisko 2/3 badanych nie widzi żadnych negatywnych zjawisk.

# Ogólna ocena funkcjonowania rynku

## O1. Jak ogólnie ocenia Pan(i) następujące aspekty polskiego rynku telekomunikacyjnego?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600

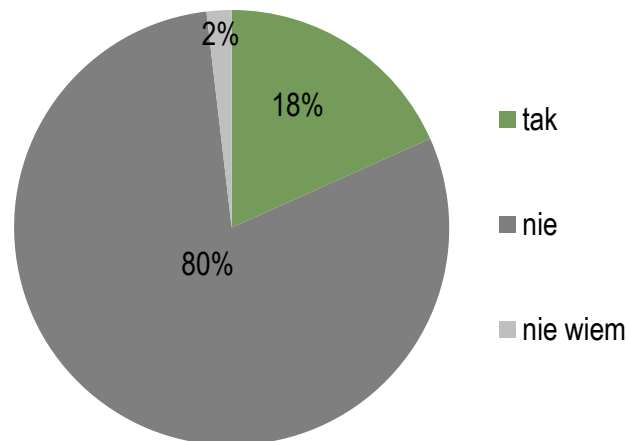


- Możliwość wyboru operatorów i usług, jakość oferowanych usług oraz zakres i dopasowanie ofert do potrzeb to elementy, które średnia ocena wyniosła co najmniej 4,0.

# Znajomość i ocena funkcjonowania UKE

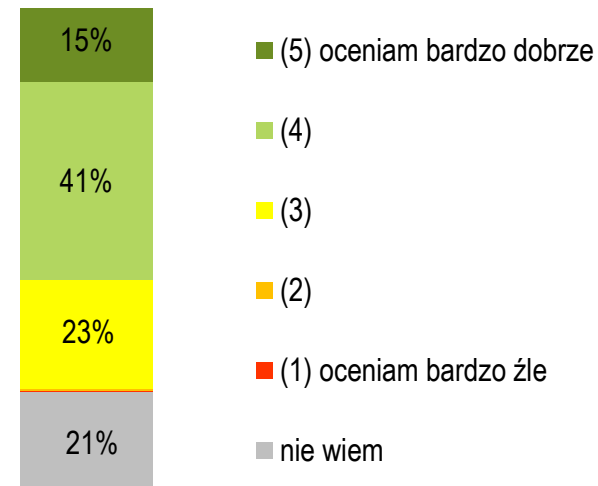
## O4. Czy słyszał(a) Pan(i) o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej?

Podstawa: wszyscy respondenci, n=1600



## O5. Jak ocenia Pan(i) dotychczasową działalność Urzędu Komunikacji Elektronicznej?

Podstawa: respondenci, którzy znają UKE, n=286



- Działalność Urzędu Komunikacji Elektronicznej jest znana tylko 18% badanych. Osoby te w większości oceniają działalność Urzędu pozytywnie (56%) lub neutralnie (23%). Co piąty badany nie ma zdania na temat UKE.

# Znajomość UKE

## Znajomość UKE w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych:

### Ogółem

wszyscy badani (n=1600) 18%

### Płeć

mężczyzna (n=606) 22%

kobieta (n=994) 15%

### Wiek

15-24 lat (n=110) 13%

25-34 lat (n=301) 20%

35-44 lat (n=391) 24%

45-59 lat (n=425) 18%

60 lat i więcej (n=373) 17%

### Wykształcenie

podstawowe (n=174) 6%

zasadnicze zawodowe (n=420) 13%

średnie (n=692) 20%

wyższe (n=305) 31%

### Sytuacja zawodowa

uczeń / student (n=67) 10%

pracujący (n=956) 22%

emeryt / rencista (n=399) 15%

niepracujący / bezrobotny (n=159) 7%

### Wielkość gospodarstwa

1-2 osoby (n=685) 18%

3-4 osoby (n=736) 20%

5 osób i więcej (n=166) 15%

### Wielkość miejscowości

wieś (n=623) 15%

miasto do 20 tys. (n=207) 15%

miasto 20-50 tys. (n=188) 21%

miasta 50-200 tys. (n=274) 17%

miasta ponad 200 tys. (n=308) 26%

### Dochód na osobę

poniżej 1100 zł (n=417) 13%

1100-1999 zł (n=534) 23%

2000 zł i więcej (n=263) 22%

- O działalności UKE słyszeli częściej mężczyźni niż kobiety. Znajomość UKE jest większa wśród osób młodszych lub w średnim wieku, posiadaczy wyższego wykształcenia i posiadających stałą pracę.



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