

Výzkumy v rámci projektu MOSEK a vybrané výsledky

FtF, CATI, firmy i domácnosti
4 vlny celostátních reprezentativních šetření
firmou Stem/Mark
Panel mladých firmy Perfect Crowd
Panel expertů - SMG



Český telekomunikační úřad

Mobil je základ

Předplacené služby využívá 43 % uživatelů, zejména těch, kteří nehovoří často

Tarifní služby využívá 41 % uživatelů, zejména těch, kteří hodně volají

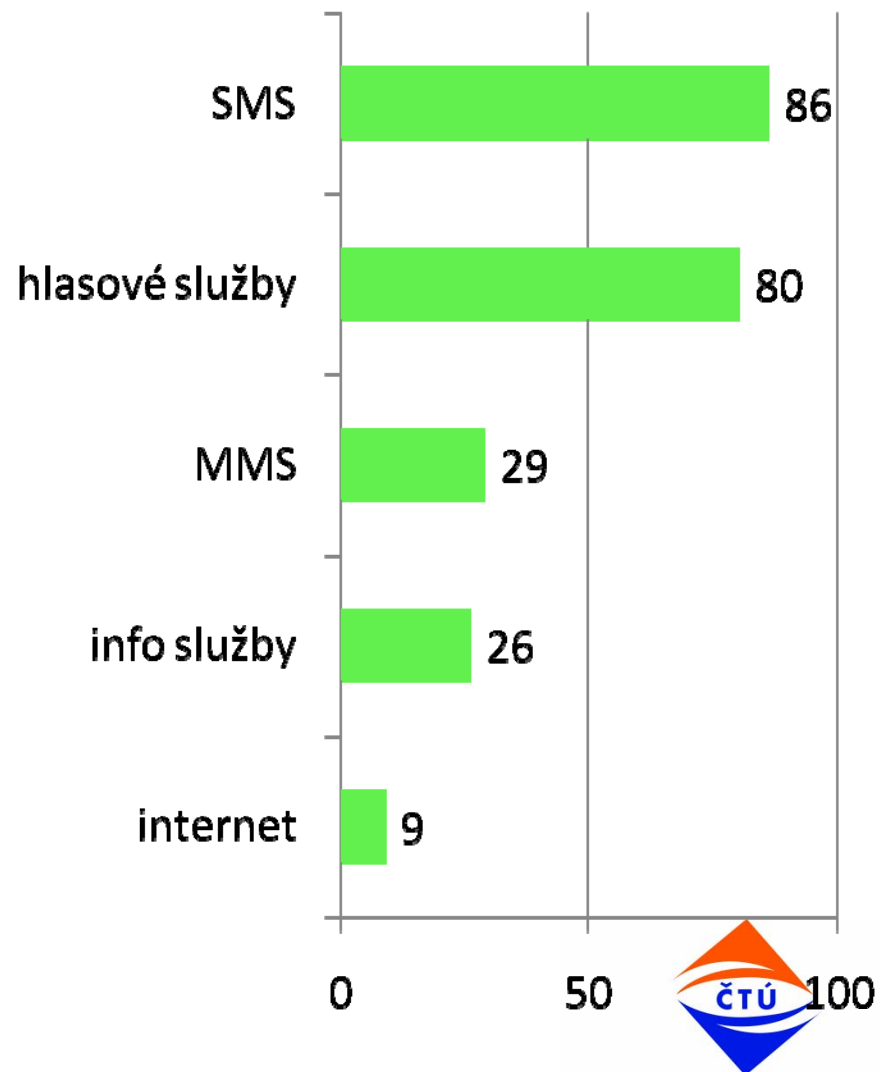
Téměř desetina využívá služby více operátorů, zejména z důvodu cenové výhodnosti

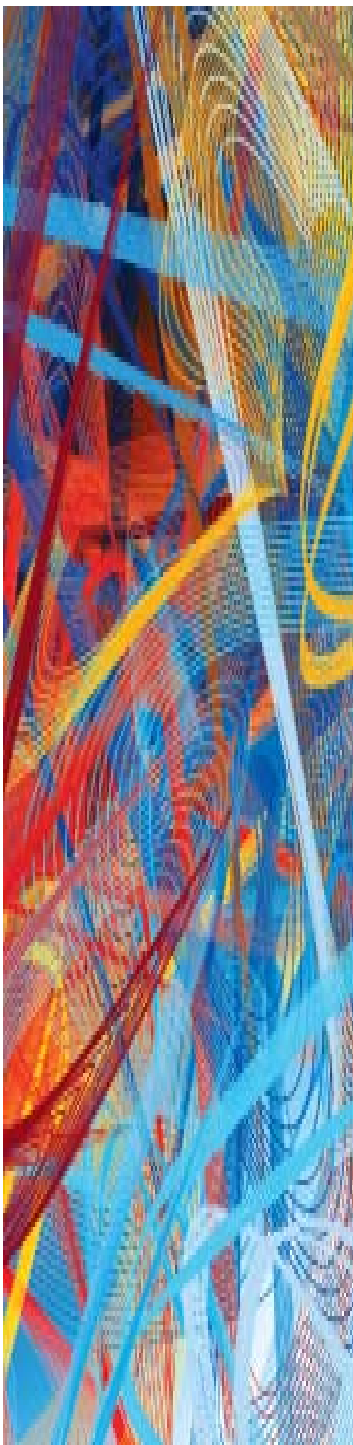
Využití hlasových služeb převažuje u starších 60 let. 14 %, zejména mladí, má jen SMS tarify

Pro mladé je to ale skoro další končetina.

“když jsem jednou ztratil mobil, skoro jsem plakal, najednou jsem neměl nic, čísla na kamarády, svoji melodii, termíny schůzek, obrázky, nic, byl jsem jak svlečený.“

Mobilní telefon má 94 % lidí a Služby užívá





Pevná linka je out

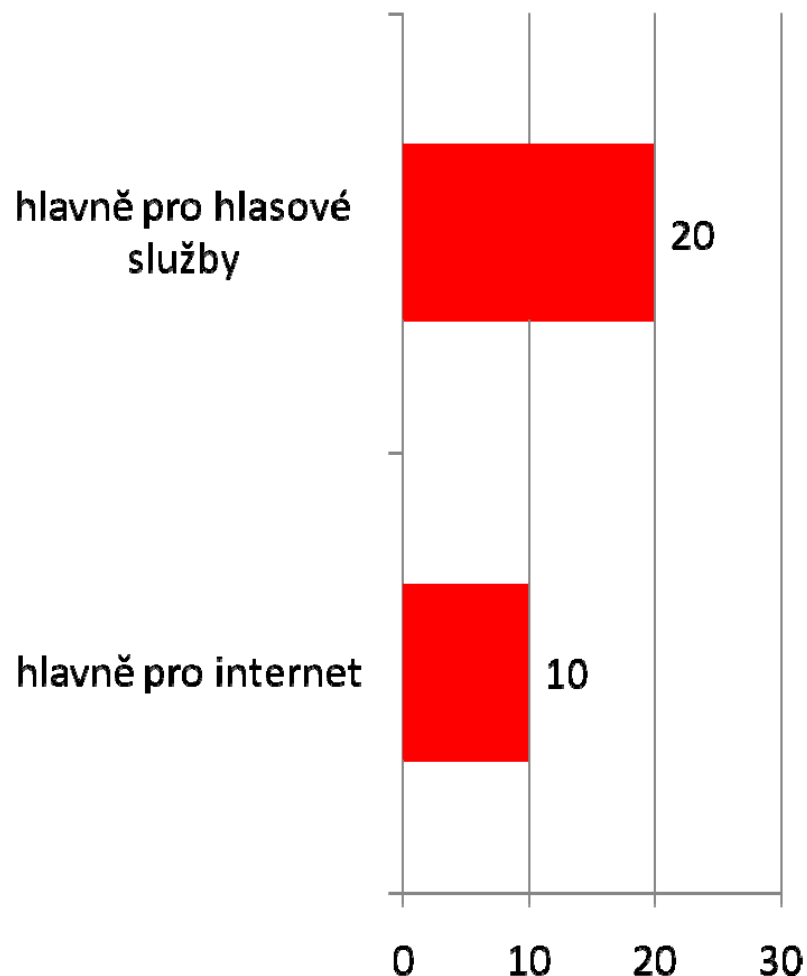
36 % uživatelů zrušilo v posledních letech pevnou linku, třetina jí nikdy neměla.

Nejčastěji používají pevnou linku doma respondenti nad 60 let (41 %), s VŠ vzděláním (42 %) a z měst nad 100 tisíc obyvatel (47 %).

Pevnou linku považuje 87 % dotázaných za drahý, ale spolehlivý (80 %), pohodlný (64 %) a současně zastaralý (61 %) prostředek komunikace.

Ze zvyku ji využívá 67 % dotázaných a 70 % populace ji považuje za nepotřebnou. Výše měsíčního paušálu kritizují 3/4 populace.

Pevnou linku má a používá ji



Pevná linka



- Pevnou linku mladí lidé už téměř vůbec nepoužívají. Pevná linka se stává synonymem pro skutečně zastaralý svět; „vždyť i babička už má mobil.“
- Pevná linka je ale nutné zlo, protože většina respondentů (a jejich rodičů) je připojena na internet přes pevnou linku.

Re: Pevná linka - telefon

□ od [chenylle](#) v úterý 01. červenec 2008, 18:57

My doma ještě pevnou máme!!!!

Moje mamka mobil prostě nechce a nejde ji přesvědčit. I babička si pořídila mobil!! A máma ne a ne a ne. Nechce připustit že ten mobil je dneska mnohem levnější záležitost a pohodlnější!!

Takže pevnou máme ale volám z ní úplně minimálně, teda spíš jen to občas zvednu...

Dřív jsem si pamatovala čísla na všechny kamarádky nazpaměť a teď bych to číslo asi neuměla ani vytočit 😞

Re: Pevná linka - telefon

* [EDIT](#) [✖](#) [!](#) [!](#) [?](#) [“QUOTE](#)

□ od [adela.jingova](#) v čtvrtek 03. červenec 2008, 13:49

My doma pevnou také máme, ale protože tat podniká a má sídlo firmy doma, takže vlastně nemáme ale faktem je že babička která sice mobil má ale pevnou linku teď nám denně na pevnou volá takže bych rekla že u nás je díky babičce pevná linka nepostradatelná 😊. Samozřejmě kdyby tat nepodnikal tak jí dávno nemáme ale nějak člověk fax do mobilu nenacpe:). Otázka jak dlouho se ještě fax jako takový udrží většinu věcí tata stejně řeší po mailu.

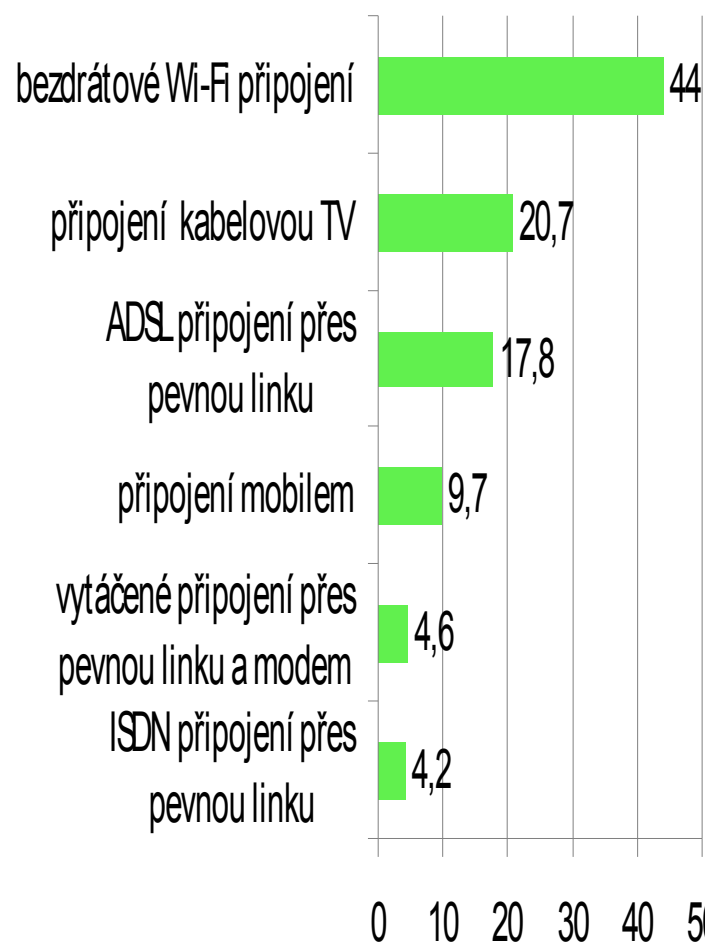
Internet – Dvě třetiny lidí mají přístup, většinou z domova

Mezi mladými lidmi je to ale 90 %, nad 60 let 25 %.

Dominuje připojení doma, 52 %, necelá čtvrtina respondentů dále využívá přístupu v práci, 12 % u přátel či známých a 12 % ve škole.

Třetina populace jej využívá denně, pětina 1- 4× týdně a desetina spíše náhodně, méně než 1× týdně. Průměrná doba připojení k internetu činí zhruba 2 až 2,5 hodiny denně.

52 % má doma internet



Česká odlišnost



Český telekomunikační úřad

Internet a mladí

- Pro mladé je Internet součástí života. Většina z nich vyrůstala (a vyrůstá) s myší v ruce.
- Nejsou ale fascinováni technikou, moc je nezajímá, „nebere“, proč to funguje, dokud to funguje. „Před Googlem“ je zhruba totéž jako komunismus, Masaryk, Palacký a Žižka, je to historie.
- To odráží i častou neznalost a nezáměr o druh připojení na Internet (je to i tím, že ho obvykle vybírají a platí rodiče).
- Rychlost připojení je důležitá, protože znamená více stažené hudby a filmů. Více je lepší než kvalitnější (nad určitou spodní mezí – např mp3 pod 56kB/s bitrate).
- Stahování je normální a už se za něj ani nestydí.
- Internet je to základní složka udržování vztahů (i navazování pro velmi mladé), zejména ve spojení s ICQ (v ČR převažuje nad Skype ad.)
- Jak žít bez Internetu ? „Nevím jak a nevím proč bych o tom vůbec měl přemýšlet?“



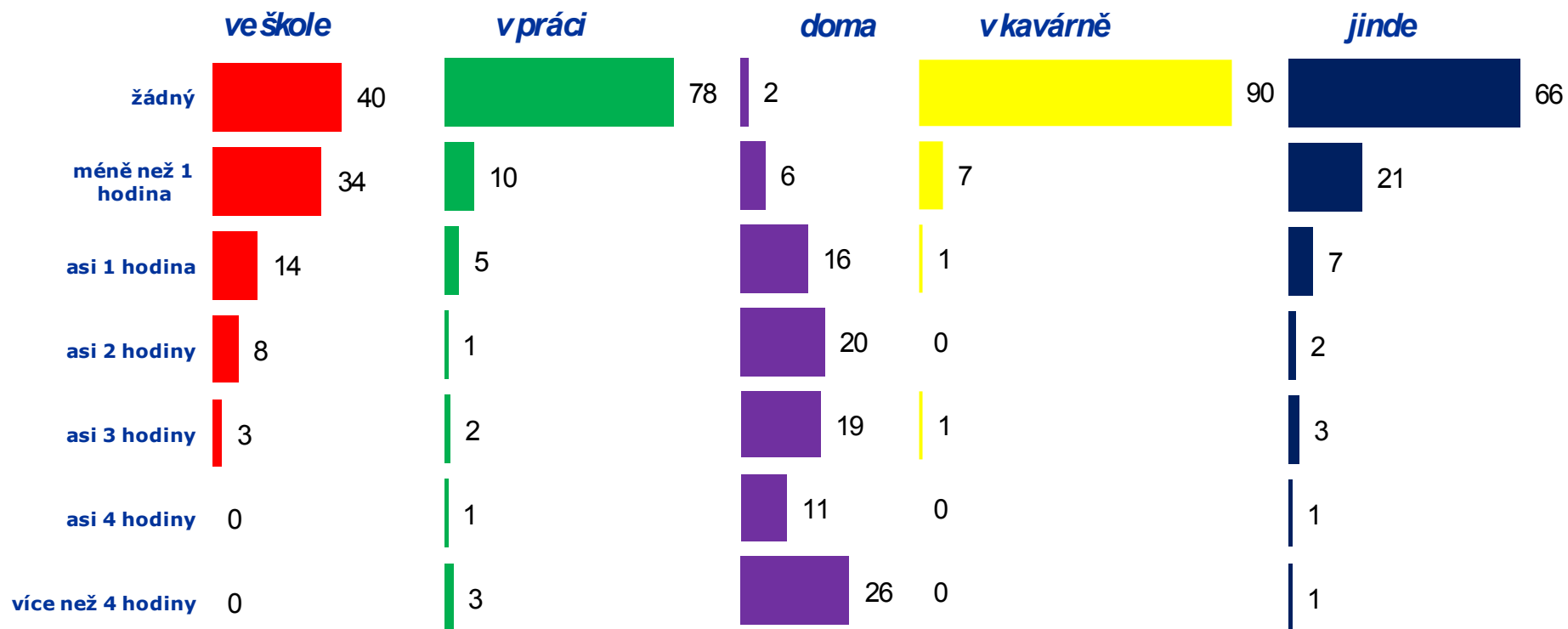
Re: Typy připojení k internetu

□ od chenylle v úterý 29. červenec 2008, 21:55

Nooooo, tak teda nevím jak se tomu říká odborně, ale prostě máme v mém bydlíšti internetovou síť a vede mě káblík od souseda přes střechnu až do počítače 😊

* EDIT ✖ ⚠ ? “QUOTE

Průměrná doba strávená mladými na internetu za den



%

Vzorek: (247)

Firmy

- Všechny firmy s více než 10 zaměstnanci disponují současně pevnou linkou, mobilními telefony a přístupem k internetu.
- V menších firmách je podíl takto vybavených firem nižší, ale stále většinový - i u živnostníků a firem do 10 zaměstnanců má mobil cca 90 %, internetové připojení 80 až 90 %.
- Pevnou linku vlastní téměř každá firma, je většinou využívána jako hlavní číslo pro příchozí hovory, poskytuje i nejčastěji využívanou možnost připojení k internetu (ADSL). Vlastní pobočkovou ústřednu mají téměř všechny střední a velké firmy (od 50 zaměstnanců).
- Procento zaměstnanců se služebním mobilním telefonem závisí na velikosti firmy – v malých firmách je větší než ve velkých.
- Většina společností poskytujících služební mobily povoluje svým zaměstnancům jejich použití i k soukromým účelům.
- Nejčastějším způsobem připojení je ADSL přes pevnou linku (43 % u firem s 10 a více zaměstnanci, následuje WiFi (29 %) a mobilní připojení přes GSM síť (13 %).



Firmy 2

Přes tři čtvrtiny firem nad 50 zaměstnanců využívá **více cenových plánů nebo tarifů**. U živnostníků, OSVČ je to pouze 30 % firem, ze společností s méně než 10 zaměstnanci má více cenových plánů 53 % z nich.

Vliv ceny při výběru operátora

Většina firem považuje cenu za nejdůležitější kritérium při výběru operátora nebo pro změnu cenového tarifu.

Tento názor zastává 55 % živnostníků, OSVČ, 65 % mikrofirem, 71 % malých firem s 10 až 49 zaměstnanci, 75 % středních firem s 50 až 249 zaměstnanci.

U velkých firem s 250 a více zaměstnanci hraje současně důležitou roli i garance kvality a rozsah služeb.

Přenositelnost čísel k jinému operátorovi

O možnosti přenosu čísla pevné telefonní linky nebo mobilního telefonu k jinému operátorovi ví většina společností (velké firmy prakticky všechny).

Větší firmy nad 50 zaměstnanců častěji využily přenos čísla mobilního telefonu než pevné linky – 29 % středních firem (resp. 27 % velkých firem) přeneslo číslo pevné linky, 35 % středních firem (40 % velkých firem) již přeneslo mobilní číslo.





Zdroje informací a hodnocení kvality a ceny

Nejvíce využívanými **zdroji informací** o službách elektronických komunikací jsou **televize a rozhlas**, reference od známých a internet. Dvě třetiny lidí považují informace za dostatečné.

Nejvyšší je spokojenost s informacemi o **mobilním volání** (89 %), nižší u přístupu k internetu a volání z pevné linky (80 %).

Výhrady se týkají zejména informací o cenách (nepřesné, nepřehledné, nesrozumitelné ...), případně o digitalizaci rozhlasového a TV vysílání.

Kvalita služeb je hodnocena „spíše dobře“ (průměrná spokojenost 1,8-1,9 na stupnici od 1 do 4), nejlépe u mobilních operátorů.

Hůře je přijímána cena za služby –

nejhůře cena za užívání pevné linky (průměr 2,9)

cena poskytovatele TV vysílání a mobilního operátora (průměr 2,3)

nejlépe hodnotí ceny za internet a datové služby (průměr 2,1).

Telefonní seznam

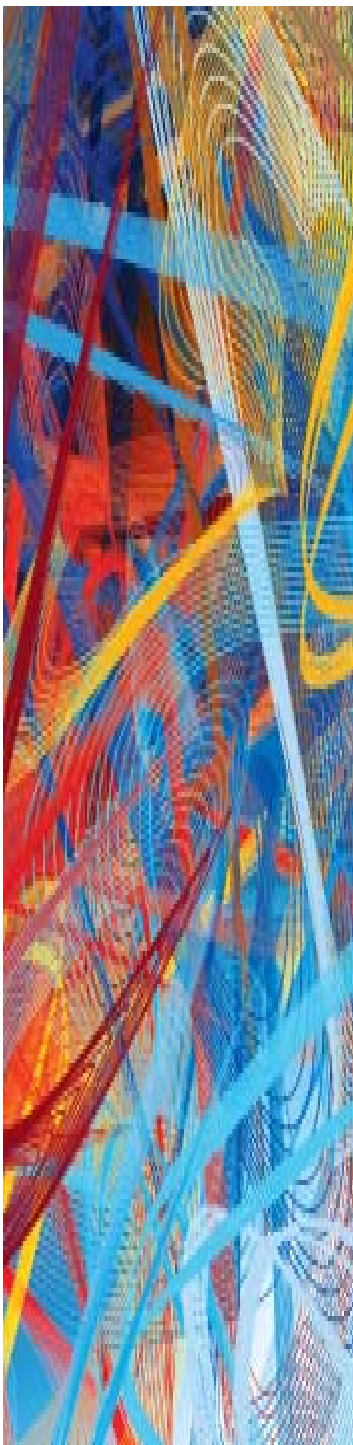
Tištěný

- Většina majitelů pevné telefonní linky vlastní i tištěný telefonní seznam a každý rok si vyzvedává nový (25 %, majitelů pevné linky je 31 %). Ostatní mají starší výtisk (4 %) nebo žádný (2 %).
- Alespoň občas / 1 x ročně) používá tištěný seznam čtvrtina obyvatel, častěji seznam bytových stanic (21 %) než seznam firem a organizací (18 %).
- Více jej využívají lidé středního věku nad 45 let a zejména staršího věku nad 60 let.

Internetový

- O telefonním seznamu na internetu ví zhruba polovina dotázaných. Prakticky jej využívá čtvrtina populace, o něco více seznam firem a organizací než seznam bytových stanic.
- Pravidelných uživatelů (nejméně 1× za měsíc) je podobně jako u tištěného seznamu zhruba desetina populace.
- Znalost a využití je nejvyšší mezi lidmi ve věku od 30 do 44 let.





Veřejný telefonní automat

- Tuto službu využívá celkem pětina populace, ovšem spíše náhodně.
- Pravidelných volajících z automatu (1× za měsíc) jsou pouhá 3 %, zejména z řad majitelů pevné linky bez mobilního telefonu. Před pořízením mobilního telefonu byl veřejný automat žádanější – měl cca 2/5 pravidelných uživatelů.
- 3/4 respondentů tvrdí, že mají automat do 15 minut chůze a většinou (55 %) konstatují jeho plnou funkčnost.
- Pro tísňová volání v posledním půl roce využila automat 3 % občanů.
- I přes minimální využití považuje většina obyvatel (70 %) zřízení a udržování veřejných telefonních automatů za prospěšné.
- *Využití automatů je stále menší, pravidelných uživatelů je zlomek. Je tedy možnost úspory nákladů na univerzální službu snížením počtu automatů. Zároveň je však zřetelné, že velká část populace vnímá telefonní automaty jako užitečnou službu, která by měla být dostupná např. ve výjimečných případech nouze apod. Ukázal se tedy správným názor ČTU, že i přes potřebnou redukci není přijatelné zrušit povinnost poskytování veřejných telefonních automatů úplně.*



Přenositelnost telefonního čísla

Přenositelnost mobilního telefonního čísla

- 68 % ví o možnosti přenesení telefonního čísla k jinému operátorovi. Přibližné podmínky přenesení zná cca třetina a cenu pětina majitelů. Jako hodnotu, která by byla bariérou při využití možnosti přenesení čísla, udávají respondenti v průměru 200,- Kč.
- Přenositelnost čísla již využila 4 % respondentů, dalších 14 % o přenesení uvažovalo. Pokud tak respondenti neučinili, důvodem většinou nebyla cena.

Přenositelnost čísla pevné linky

- O možnosti přenesení čísla pevné linky k jinému operátorovi ví polovina majitelů (15 % populace), prakticky se ale nevyužívá (jen asi 1 % ji využilo).
- Podmínky a cena za tento úkon jsou téměř neznámé. Jako hodnotu, která by byla bariérou při využití možnosti přenesení čísla, udávají respondenti v průměru 200,- Kč.

Výsledky ukazují poměrně **malý zájem obyvatel o změnu**, tato služba se v mobilních sítích poskytuje za 1,- Kč a odrazující cenová bariéra je uváděna ve výši 200,- Kč. Cena tedy důvodem není. Důvody si ještě ukážeme při analýze ceny služeb.



Cena je podle lidí to hlavní

Důležitost ceny dokládá i to, že **2/3 lidí říká, že by bylo ochotno kvůli výhodnější ceně změnit operátora,**

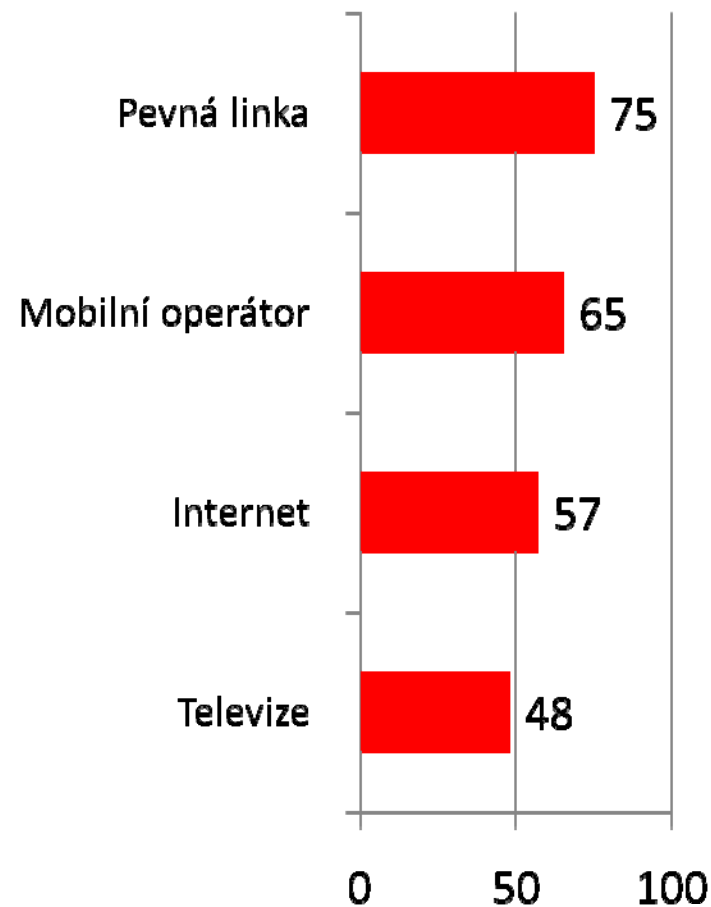
Polovina uživatelů je ochotna uzavřít smlouvu na využívání služby se závazkem na určitou dobu z důvodu cenového zvýhodnění.

U pevné linky poukazují tři čtvrtiny uživatelů na vysokou cenu, u neuživatelů je to 85 %, cena má i vliv na rušení pevných linek, ke kterému v posledních letech dochází.

Spokojenost s cenami za poskytnuté služby se pohybuje na nižší úrovni než spokojenost se samotnými službami.

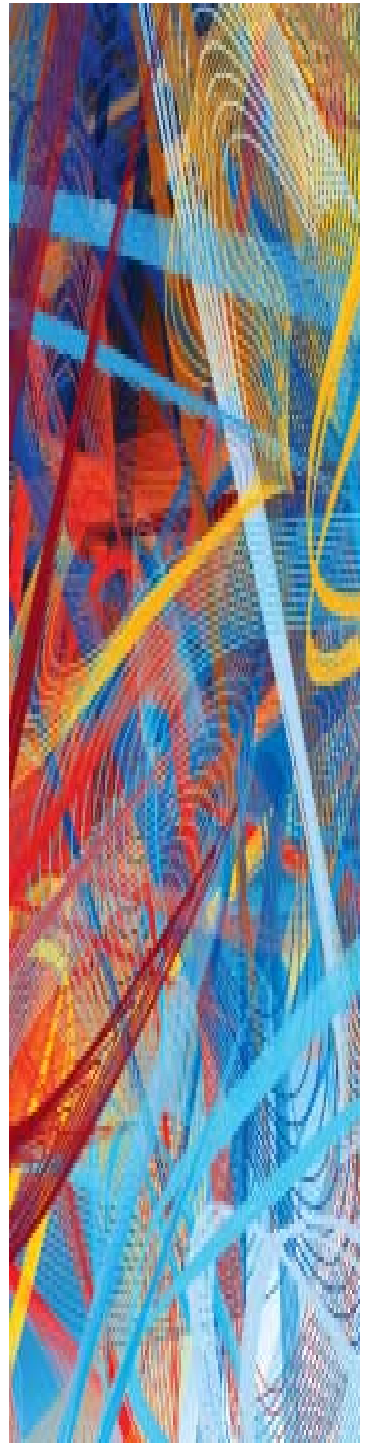
Největší podíl spokojených je mezi uživateli internetu (3/4), nejnižší mezi uživateli pevné linky (1/3). S cenami mobilních operátorů a poskytovatelů tv vysílání jsou spokojeny necelé 2/3 uživatelů.

Cena je 1. kritérium při výběru





ALE



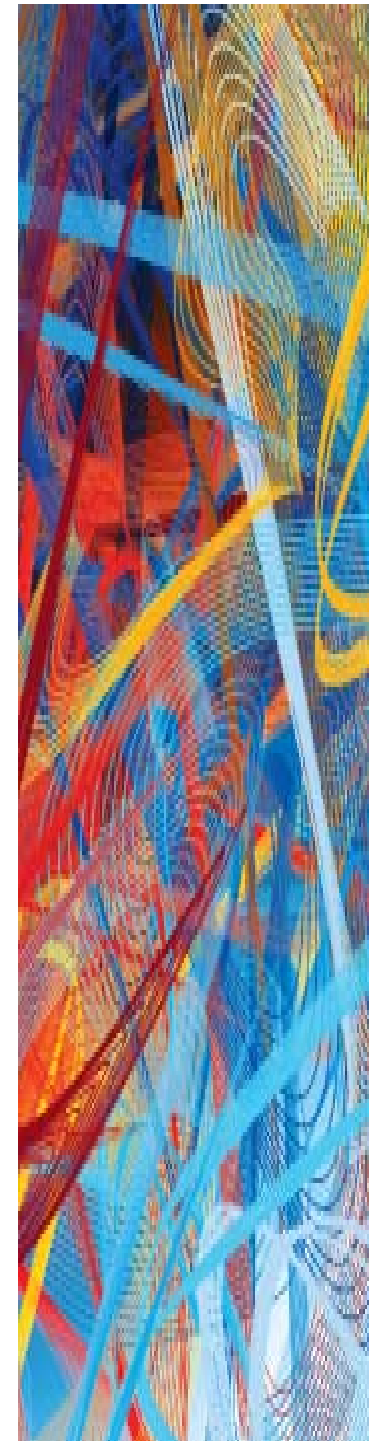
Český telekomunikační úřad

Přesto, že cena je údajně na prvním místě a většina lidí považuje dostupné informace o cenách za dostatečné, přiznává **více než polovina uživatelů, že ceny svého operátora vůbec nesleduje** a ceny ostatních operátorů sleduje jen 16 % uživatelů. Jen necelá třetina uživatelů sleduje stav kreditu nebo počet provolaných minut.

Méně než polovina majitelů mobilních telefonů ví, jak se účtuje hovor při volání v ČR, znalost účtování při volání v zahraničí deklaruje pětina. Necelá třetina má přehled o cenách při volání z ČR do zahraničí.

Podobně je tomu u vyúčtování služeb ,která jsou až na výjimky srozumitelná, **polovina příjemců však nesleduje další informace**, které jsou na vyúčtování uvedeny a jen **vyjímečně je někdo sleduje pravidelně**.

Obchodní podmínky jsou většinou poskytnuty předem nebo při podpisu smlouvy, jsou většinou srozumitelné. **Třetina lidí je čte pečlivě**, skoro polovina jen zběžně, pětina vůbec ne. Většinou vždy jsou srozumitelné (pětině čtoucích). **Aktualizace obchodních podmínek ale naprostou většinou sledovány nejsou**



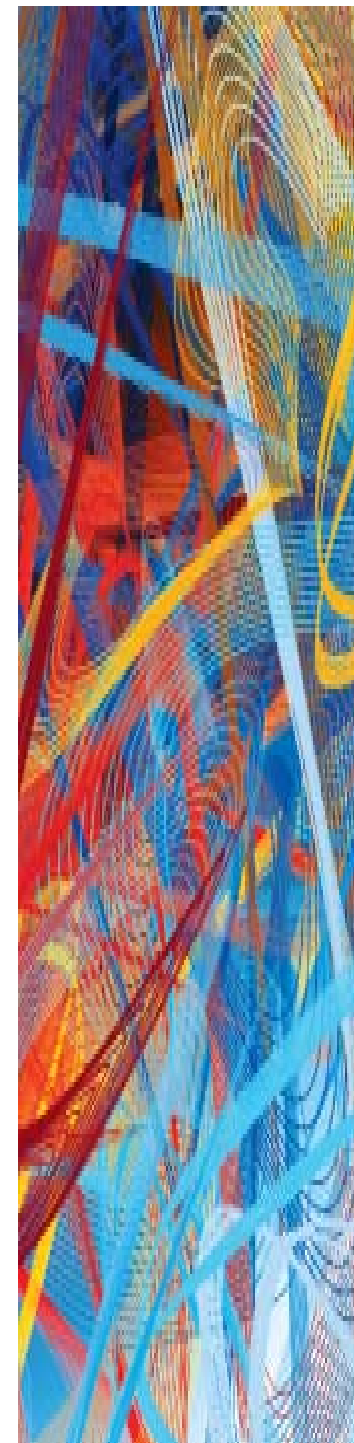
Jak je to obojí současně možné? Cena je to hlavní pro výběr, ale dál se jí nezabývám??

Lidé **považují cenu za velmi důležitou** a zřejmě si podle ní vybírají.

Dále se už ale o cenu nezajímají ani u vlastního poskytovatele, natož u konkurenčních providerů, **nesnaží se platby snižovat** ani volbou tarifu, ani změnou operátora.

Situace, kdy uživatel používá pro něho nevýhodný tarif, nevyužívá možných zvýhodnění, jsou docela časté, jak mobilní operátoři přiznávají.

*Z hlediska teorie chování spotřebitele dochází k tomu, že na počátku uzavírání kontraktu se zákazník soustředí (high involvement), pročte smlouvu a vybere si podmínky. Pak se ale běžící služba přesune do podvědomého sledování (low involvement) a **uživatel platí**, pokud cena nenaroste, **vcelku mechanicky, (stává se ovčanem)**, bez zájmu (nesleduje ani změny podmínek, ani ceny), až do chvíle kdy z nějakého spíše vnějšího podnětu (osobní doporučení, jiná nabídka apod.) znovu začne. To dokládá i zkušenost z rozhodovací praxe ČTÚ, kdy neúspěch ve sporu rozhodovat ve změněm řízení bývá nezřídka dán tím, že účastník/uživatel služeb elektronických komunikací nezná (nebo se nezajímá) o konkrétní podmínky smlouvy, potažmo zákona, jejichž naplnění je nutné k tomu, aby byl v případném sporu s poskytovatelem služeb elektronických komunikací úspěšný.*



Syndrom ptačí matky



Ta podle některých ornitologů také velmi pečlivě vybírá místo, kde optimálně postaví hnízdo, ale pak na něm beze změny sedí na vejcích i při změně podmínek ohrožení – velkou vodou apod.

Děkuji vám za pozornost

Pro ČTÚ připravil

Dr. Ivan Tomek

Poradenství ve výzkumu trhu
MR. Think = Market Research Think
Ivan.tomek@mrthink.cz



Český telekomunikační úřad

