

Raport Monograficzny ITTI 3/2004 pt.

„Telekomunikacja w przedsiębiorstwie”

Data publikacji raportu: sierpień 2004 r.

Zawartość Raportu

W naszym codziennym życiu z coraz większą ostrością uświadamiamy sobie fakt, iż funkcjonujemy w ramach bardzo złożonych struktur, wysoce wyspecjalizowanych i zarazem silnie wewnętrznie ze sobą powiązanych. Determinuje to konieczność wielu interakcji możliwych dzięki różnorodnym formom komunikacji wzajemnej. To samo dotyczy przedsiębiorstw stanowiących specyficzną formę naszej zorganizowanej działalności. Komunikacja w przedsiębiorstwach, niezależnie od tego czy zajmują się one wytwarzaniem czy dostarczaniem na rynek produktów bądź usług, dotyczy zarówno sfery wewnętrznej – działań wynikających z podziału pracy, jak i sfery zewnętrznej związanej z wymianą informacji z otoczeniem. Rozwój cywilizacyjny, rozwój techniki i technologii doprowadziły do gwałtownych przemian w zastosowaniu różnych form komunikacji. Wymiana informacji dźwiękowej, wizualnej i tekstowej niezależna od odległości i praktycznie natychmiastowa stanowiąca domenę telekomunikacji stała się istotnym bodźcem rozwoju, elementem niezbędnym do funkcjonowania firm i instytucji. W prezentowanym **Raporcie Monograficznym ITTI pt. „Telekomunikacja w przedsiębiorstwie”** autorzy odpowiadają na pytanie w jaki sposób przedsiębiorstwa w Polsce korzystają z dobrodziejstw telekomunikacji, jakie usługi telekomunikacyjne są przez nie wykorzystywane i jak wygląda przyszłość tych usług. Przy okazji analizują szereg problemów, z których najistotniejszy wynika z zacierania się granic (wręcz przenikania) pomiędzy tym co dotychczas nazywano mianem telekomunikacja a tym co określano mianem informatyka. Jeżeli spojrzymy na problem w kontekście elektronicznej wymiany informacji to możemy wręcz odnieść wrażenie o przenikaniu się tych dziedzin.

Aby odpowiedzieć na postawione pytania przeprowadzono pogłębioną analizę wykorzystywania usług telekomunikacyjnych przez przedsiębiorstwa, czerpiąc wiedzę z doświadczeń krajowych jak i europejskich. W **rozdziale drugim** zostały zaprezentowane wyniki przeglądu rynku usług telekomunikacyjnych w wybranych krajach europejskich. Analizą objęto następujące kraje:

- Danię,
- Francję,
- Hiszpanię,
- Niemcy,
- Szwecję,
- Wielką Brytanię,
- Węgry.

W odniesieniu do rynków w poszczególnych krajach przedstawiono ich charakterystykę ogólną w postaci struktury podmiotowej oraz wartościowej, a także szczegółowo zaprezentowano rynki następujących kategorii usług:

- telefonicznych
 - w telefonii stacjonarnej,
 - w telefonii ruchomej,
- internetowych,
- transmisji danych.

Osobna część rozdziału została poświęcona podstawowym **trendom cenowym usług telekomunikacyjnych** świadczonych klientom biznesowym w najbardziej rozwiniętych spośród przedstawionych wcześniej krajów, do których zaliczono Francję, Niemcy, Szwecję i Wielką Brytanię. Analiza trendów cenowych została przeprowadzona dla koszyków usług telefonii stacjonarnej, telefonii ruchomej oraz dostępu do Internetu.

Trzeci rozdział niniejszego raportu prezentuje **charakterystykę przedsiębiorstw funkcjonujących w Polsce** w trzech podstawowych aspektach. Pierwszy dotyczy ogólnej charakterystyki makroekonomicznej polskich przedsiębiorstw. Obejmuje ona analizę danych publikowanych przez różne podmioty zajmujące się gromadzeniem i przetwarzaniem danych o sektorze polskich firm (miedzy innymi GUS, PARP). Dotyczą one zarówno struktury przedsiębiorstw pod względem branży działalności czy wielkości zatrudnienia jak i ich wyników finansowych. Ogólna charakterystyka dotyczy także rynku usług telekomunikacyjnych wykorzystywanych na potrzeby przedsiębiorstw. Przedstawiona została analiza sektora telefonii stacjonarnej, komórkowej oraz dostępu do Internetu,

Kolejnym elementem przedstawionym w tym rozdziale jest **segmentacja klienta biznesowego**. Pokazane zostały różne spojrzenia na ten problem, w zależności od wybranych czynników segmentacyjnych. W odniesieniu do klientów biznesowych mogą być nimi następujące cechy lub grupy cech:

- wielkościowe (wielkość przedsiębiorstwa, określona np. liczbą zatrudnionych, liczbą oddziałów własnych przedsiębiorstwa, liczbą lokalizacji stałych kooperantów),
- branżowe (sektor lub branża, w której dane przedsiębiorstwo prowadzi działalność),
- dochodowe (rozumiane jako poziom generowania przychodów dla dostawcy, wyrażane przez wielkość rachunków za usługi telekomunikacyjne),
- charakter produktów (stopień zmaterializowania czynników produkcji oraz produktów finalnych),
- behawioralne:
 - kultura komunikacyjna organizacji (poziom wykorzystania komunikacji wewnętrznej oraz zewnętrznej, czyli intensywność potrzeby komunikacyjnych),
 - stosunek do innowacji,
 - stosunek do komunikacji elektronicznej (aktualne oraz planowane wykorzystanie technologii elektronicznego biznesu do realizacji określonych procesów biznesowych, takich jak prezentowanie oferty, zamawianie produktu lub obsługa posprzedażna).

Dokonanie podziału przedsiębiorstw z uwzględnieniem jednej z wymienionych cech w praktyce okazuje się niewystarczające. Przykładowo: grupa mikroprzedsiębiorstw w Polsce jest bardzo liczna i obejmuje jednocześnie przedsiębiorstwa działające w tak różnych obszarach, że nie jest możliwe określenie ich wspólnych potrzeb telekomunikacyjnych. Dlatego na potrzeby klasyfikacji klientów biznesowych najczęściej wykorzystuje się wybrane zbiory kilku omawianych w powyższym podpunkcie kryteriów segmentacji. W rozdziale zaprezentowano dwie przykładowe, możliwe do utworzenia w taki sposób, segmenty klienta biznesowego. Pierwsza uwzględnia poziom wydatków ponoszonych na usług telekomunikacyjne, druga potrzeby zgłaszane przez przedsiębiorstwa uzależnione od charakteru ich działalności.

Rozdział trzeci prezentuje również **charakterystykę przedsiębiorstw z punktu widzenia zgłaszanego zapotrzebowania na usługi komunikacji**. W celu uzyskania informacji na temat potrzeb telekomunikacyjnych przedsiębiorstw, należy w pierwszej kolejności przyjrzeć się ich działalności z punktu widzenia przekazywanej informacji. Można wyróżnić **siedem podstawowych elementów systemu komunikacji**, który obejmuje wszystkie procesy związane z wymianą informacji w przedsiębiorstwie. Są to mianowicie:

- przedsiębiorstwo – komunikacja wewnętrzna,
- dostawcy – kooperacja,
- odbiorcy – realizacja transakcji,

- banki – realizacja transakcji płatniczych,
- instytucje publiczne – komunikacja,
- potencjalni klienci – komunikacja, marketing,
- zewnętrzne źródła informacji – komunikacja.

Przedstawiona została również analiza potrzeb komunikacji w zależności od funkcji realizowanych przez przedsiębiorstwo, a także przedstawione zostały kierunki ewolucji potrzeb w zakresie komunikacji.

Czwarty rozdział poświęcony został usługom telekomunikacyjnym wykorzystywanym przez klienta biznesowego. Przedstawione została **segmentacja usług z punktu widzenia funkcjonalności** jakie spełniają. Wyróżnione zostały trzy rozdzielne grupy:

- usługi przenoszenia – charakteryzują sposób i parametry transmisji sygnałów podczas komunikacji,
- usługi podstawowe – określają sposób komunikacji,
- usługi aplikacji – uzupełniają usługi podstawowe o dodatkowe funkcjonalności.

W dalszej części rozdziału przedstawiona została **charakterystyka najważniejszych**, zdaniem autorów niniejszego raportu, **usług należących do wyróżnionych kategorii**. Łącząc informacje o usługach zebrane w tym rozdziale z analizą potrzeb przedsiębiorstw w zakresie komunikacji zaprezentowaną w poprzednim rozdziale przedstawione zostały zestawy usług pozwalające na zaspokojenie tychże potrzeb. Usługi te zostały uszeregowane od pozwalających na zaspokojenie podstawowych potrzeb do usług, których zadaniem jest zaspokajanie potrzeb najbardziej wymagających klientów.

W zależności od potrzeb poszczególnych przedsiębiorstw oraz od intensywności korzystania z poszczególnych rodzajów usług, zaspokajanie potrzeb przedsiębiorstw może być realizowane przy wykorzystaniu różnych usług przenoszenia, stanowiących rozwiązania bazowe do realizacji usług komunikacyjnych. Przedstawiona została ewolucja usług bazowych w zakresie:

- usługi realizujących transmisję głosu,
- usługi transmisji danych.

Na podstawie przeprowadzonej analizy potrzeb przedsiębiorstw w zakresie komunikacji elektronicznej oraz usług, które jej zaspokajają zaproponowane zostały przykładowe **koszyki usług dla klientów biznesowych**. Podstawowym warunkiem jaki spełniać może dany koszyk jest zaspokajanie potrzeb przynajmniej jednej grupy przedsiębiorstw. Jako klasyfikację firm przyjęto podział zaproponowany w rozdziale 3 uwzględniający ich wielkość (mikro, małe, średnie, duże) oraz branżę (usługi, handel, produkcja, instytucje publiczne). Stworzonych zostało 6 grup koszyków, do których przypisane zostały typowe usługi bazowe jak i usługi dodatkowe. Poszczególne koszyki przyporządkowane zostały do poszczególnych grup przedsiębiorstw.

W kolejnym, **piątym rozdziale** zaprezentowano informacje dotyczące **zakresu i intensywności rzeczywistego wykorzystywania usług telekomunikacyjnych i internetowych w Polsce**. Informacje te zostały przygotowane w oparciu o wyniki **badania ankietowych** przeprowadzonych na potrzeby niniejszego raportu przez ITTI wśród klientów biznesowych.

Przeprowadzone badania miały na celu określenie bieżącego stopnia korzystania z usług telekomunikacyjnych i internetowych przez podmioty gospodarcze w Polsce, a także potencjalnych zmian w wykorzystaniu tych usług w przyszłości. W badaniach uczestniczyła wybrana grupa przedstawicieli podmiotów gospodarczych na terenie kraju.

Kwestionariusz badania klienta biznesowego zawierał trzynaście pytań. Pytania te zostały opracowane tak, aby umożliwiły określenie:

- podstawowych informacji charakteryzujących firmę: liczby linii PSTN, liczby numerów wewnętrznych, liczby aktywnych kart SIM, a także rodzaju dostępu do Internetu; liczby komputerów z dostępem do Internetu oraz liczby komputerów w sieci;

- sposobu korzystania z usług telefonii oraz transmisji danych oraz intensywności zaspokajania potrzeb firm odpowiednimi usługami;
- planów inwestycyjnych w zakresie rozszerzenia wachlarza usług, z których firma korzysta; zmian w zakresie telefonii oraz dostępu do Internetu.

W **rozdziale szóstym** przedstawione zostały **modele biznesowe korzystania z usług telekomunikacyjnych przez przedsiębiorstwa**. Wyróżnione zostało 5 podstawowych modeli:

- Model I – „konserwatywny”,
- Model II – „dostarczanie usług zintegrowanych”,
- Model III – „outsourcing”,
- Model IV – „usługi zarządzane”,
- Model V – „własna sieć”.

Wszystkie te modele zostały szczegółowo scharakteryzowane. Wyróżnione modele można sklasyfikować pod względem kilku kryteriów. Autorzy niniejszego raportu przedstawili klasyfikację według następujących:

- liczby dostawców,
- właściciela infrastruktury teleinformatycznej,
- lokalizacji infrastruktury teleinformatycznej.

Są one istotne nie tylko z punktu widzenia klienta, ale przede wszystkim – z punktu widzenia strategii rynkowej i planów rozwojowych dostawcy usług. Przedstawiona została również **analiza SWOT** wszystkich modeli. W podsumowaniu rozdziału znalazły się ponadto opinie autorów dotyczące kierunków ewolucji modeli wykorzystania usług przez różne podmioty.

Rozdział siódmy stanowi podsumowanie niniejszego raportu. Jego zadaniem jest określenie stanu rynku usług telekomunikacyjnych dla przedsiębiorstw w najbliższych latach. Pierwsza część rozdziału została poświęcona najważniejszemu **tendencjom zmian na opisywanym rynku**. Wyznaczone zostały kierunki tych zmian oraz czynniki kształtujące ich przebieg. Opisano charakter zmian przewidywanych w zakresie dwóch podstawowych kategorii usług: **transmisji danych oraz transmisji głosu**, a także najważniejsze tendencje odnoszące się do całego rynku. W drugiej części rozdziału zaprezentowano prognozy wielkości najważniejszych wskaźników opisujących rynek usług telekomunikacyjnych dla przedsiębiorstw. Zostały one przygotowane z uwzględnieniem podziału na usługi obejmujące:

- transmisję danych
 - w sieciach publicznych,
 - w sieciach prywatnych,
- transmisję głosu
 - w telefonii stacjonarnej,
 - w telefonii ruchomej,
 - w telefonii IP.

Prezentowane **prognozy** zostały sporządzone z wykorzystaniem analogowo-eksperyckiej metodyki opracowanej przez ITTI. Wykorzystuje ona zarówno wiedzę o innych rynkach (europejskich), jak i wiedzę o uwarunkowaniach lokalnych, które mogą w istotny sposób wpływać na rozwój poszczególnych segmentów rynku. Prognozowane wielkości prezentują z jednej strony aspekty związane z **rozwojem ilościowym** (np. liczba linii, abonentów, użytkowników), z drugiej natomiast uwzględniają **czynniki wartościowe** (przychody generowane w związku z wykorzystaniem danej usługi). Na tej podstawie wyznaczana jest całkowita wartość rynku określonych usług. W wybranych przypadkach wyznaczane są także wzajemne relacje poszczególnych segmentów rynku, co pozwala na określenie struktury rynku (udział wybranego segmentu w rynku odpowiednio zagregowanym).

Szczegółowy spis treści raportu:

Streszczenie	1
1. Wprowadzenie	1-1
2. Przegląd rynków telekomunikacyjnych w wybranych krajach europejskich	2-1
2.1. Sytuacja w wybranych krajach UE	2-2
2.1.1. Dania	2-2
2.1.2. Francja.....	2-10
2.1.3. Hiszpania	2-24
2.1.4. Niemcy	2-33
2.1.5. Szwecja	2-39
2.1.6. Wielka Brytania	2-47
2.1.7. Węgry	2-58
2.2. Trendy cenowe na rynku europejskim	2-68
2.3. Podsumowanie	2-74
3. Klient biznesowy w Polsce	3-1
3.1. Ogólna charakterystyka firm w Polsce.	3-2
3.1.1. Struktura polskich przedsiębiorstw	3-2
3.1.2. Przygotowanie przedsiębiorstw do wejścia do Unii Europejskiej	3-8
3.1.3. Rynek usług telekomunikacyjnych dla przedsiębiorstw w Polsce	3-11
3.2. Segmentacja klienta biznesowego	3-14
3.2.1. Kryteria segmentacji przedsiębiorstw	3-14
3.2.2. Identyfikacja segmentów klientów biznesowych	3-16
3.3. Potrzeby przedsiębiorstw w zakresie telekomunikacji	3-20
3.3.1. Funkcje realizowane przez przedsiębiorstwo a potrzeby komunikacji	3-21
3.3.2. Ewolucja potrzeb w zakresie komunikacji	3-24
4. Usługi telekomunikacyjne dla klienta biznesowego	4-1
4.1. Segmentacja usług	4-2
4.1.1. Usługi przenoszenia	4-2
4.1.2. Usługi podstawowe	4-3
4.1.3. Usługi aplikacji	4-4
4.2. Opis usług telekomunikacyjnych	4-7
4.2.1. Transmisja głosu w sieciach telefonii stacjonarnej	4-7
4.2.2. Transmisja głosu w sieciach telefonii ruchomej	4-9
4.2.3. Transmisja danych (w sieciach publicznych i prywatnych)	4-11
4.2.4. Usługi aplikacyjne	4-19
4.3. Zapotrzebowanie przedsiębiorstw na usługi telekomunikacyjne	4-30
4.3.1. Ewolucja zaspokajania potrzeb przedsiębiorstw w zakresie komunikacji	4-30
4.3.2. Ewolucja wykorzystywania usług	4-33
4.4. Koszyki usług telekomunikacyjnych dla klientów biznesowych w Polsce	4-39
4.4.1. Koszyki usług	4-39
4.4.2. Zestawienie koszyków usług i sektorów przedsiębiorstw	4-43
4.5. Przykłady klientów biznesowych	4-44
4.5.1. Firma produkcyjno – dystrybucyjna w branży spożywczej	4-45
4.5.2. Firma budowlano – instalacyjna w branży elektromechanicznej	4-47

4.5.3.	Firma handlowa – sieć sprzedaży detalicznej	4-49
4.5.4.	Firma usługowa – sieć hoteli	4-51
4.5.5.	Przedsiębiorstwo komunalne	4-55
4.5.6.	Instytucja publiczna – szpital powiatowy	4-53
5.	Badania ankietowe	5-1
5.1	Wstęp	5-2
5.2	Metodyka badań ankietowych	5-3
5.3	Wyniki badań.....	5-5
5.3.1	Wykorzystanie usług telekomunikacyjnych w małych i średnich przedsiębiorstwach	5-5
5.3.2	Wykorzystanie usług telekomunikacyjnych w dużych przedsiębiorstwach	5-18
5.3.3	Wnioski z badań	5-26
5.4	Ocena ewolucji wykorzystywania usług telekomunikacyjnych	5-27
6.	Modele biznesowe korzystania z usług telekomunikacyjnych przez przedsiębiorstwa	6-1
6.1.	Podstawowe typy modeli biznesowych	6-2
6.1.1.	Model I – „konserwatywny”	6-2
6.1.2.	Model II – „dostarczanie usług zintegrowanych” (Total Service Provision, TSP)	6-2
6.1.3.	Model III – „outsourcing”	6-3
6.1.4.	Model IV – „usługi zarządzane”	6-4
6.1.5.	Model V – „własna sieć”	6-4
6.2.	Porównanie i klasyfikacja modeli	6-6
6.2.1.	Zestawienie najważniejszych cech poszczególnych modeli	6-6
6.2.2.	Klasyfikacja modeli	6-7
6.3.	Analiza SWOT	6-9
6.3.1.	Model I	6-9
6.3.2.	Model IIa (operatorski)	6-9
6.3.3.	Model IIb i IIc (nieoperatorski)	6-10
6.3.4.	Model III	6-11
6.3.5.	Model IV	6-12
6.4.	Podsumowanie.....	6-14
7.	Podsumowanie	7-1
7.1.	Trendy i prognozy rozwoju rynku usług telekomunikacyjnych dla przedsiębiorstw	7-2
7.1.1.	Tendencje zmian na rynku usług telekomunikacyjnych dla biznesu	7-2
	<i>Racjonalizacja kosztów usług telekomunikacyjnych</i>	<i>7-2</i>
	<i>Kompleksowa obsługa w zakresie telekomunikacji</i>	<i>7-2</i>
	<i>Transmisja danych</i>	<i>7-2</i>
	<i>Transmisja głosu</i>	<i>7-3</i>
7.1.2.	Prognozy rozwoju usług telekomunikacyjnych dla przedsiębiorstw	7-3
	<i>Transmisja danych</i>	<i>7-3</i>
	<i>Wykorzystanie Internetu przez firmy</i>	<i>7-6</i>
	<i>Technologie dostępu do Internetu</i>	<i>7-10</i>
	<i>Przychody operatorów telekomunikacyjnych.....</i>	<i>7-10</i>
	<i>Transmisja głosu</i>	<i>7-16</i>
	<i>Telefonia IP</i>	<i>7-31</i>
7.2.	Wnioski	7-33
8.	Zestawienie ważniejszych skrótów.....	8-1

Spis rysunków:

- Rys.2-1 Przychody na duńskim rynku telekomunikacyjnym w 2002 roku w mln EUR [źródło: National IT and Telecom Agency of Denmark]
- Rys.2-2 Liczba linii telefonii stacjonarnej i telefonii ruchomej w Danii w latach 1990-2002 [źródło: National IT and Telecom Agency of Denmark]
- Rys.2-3 Całkowity ruch telefoniczny generowany w sieciach ruchomych oraz ten sam ruch w przeliczeniu na jednego użytkownika w Danii w latach 1990-2002 [źródło: National IT and Telecom Agency of Denmark]
- Rys.2-4 Przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 5 pracowników i posiadające dostęp do Internetu w Danii w 2001 roku [źródło: Danmarks Statistik]
- Rys.2-5 Wykorzystanie różnych technologii do dostępu do Internetu w 2002 roku w duńskich przedsiębiorstwach zatrudniających co najmniej 5 pracowników [źródło: „Serviceerhverv 2003:21”, Danmarks Statistik]
- Rys.2-6 Udział przedsiębiorstw należących do określonej kategorii wielkościowej w ogólnej liczbie przedsiębiorstw realizujących sprzedaż przez Internet w 2000 roku [źródło: „Use of ICT in Nordic enterprises 2000/2001” Statistics Denmark]
- Rys.2-7 Procentowa wielkość sprzedaży realizowanej przez Internet w duńskich przedsiębiorstwach w latach 2001 i 2002. [źródło: Gallupe Europe Flash EB 136]
- Rys.2-8 Procent przedsiębiorstw posiadających przynajmniej jeden telefon komórkowy w zależności od liczby zatrudnionych pracowników [źródło: IDATE]
- Rys.2-9 Dostęp do Internetu w zależności od ilości pracowników w firmie, 2003 [źródło: IDATE]
- Rys.2-10 Procent przedsiębiorstw (MŚP) z dostępem do Internetu według rodzaju technologii (połowa 2003 r.) [źródło: IDATE]
- Rys.2-11 Procent sprzedaży firm we Francji realizowanej przez Internet w latach 2001 i 2002 [źródło: Gallupe Europe, Flash EB 136]
- Rys.2-12 Sposób wykorzystania centrów obsługi klienta we Francji w 2002 roku
- Rys.2-13 Rodzaj aplikacji, które przedsiębiorstwo chciałoby rozszerzyć o internetową platformę ruchomą w 2003 roku. [źródło: IDATE]
- Rys.2-14 Struktura wydatków sektora MŚP we Francji na usługi telekomunikacyjne w 2000 i 2005 roku [źródło: IDATE, „Rynek MŚP: potrzeby telekomunikacyjne firm w dobie Internetu oraz technologii szerokopasmowych”, 2001]
- Rys.2-15 Rynek telekomunikacyjny MŚP z podziałem na sektory w mln EUR [źródło: IDATE, „Rynek MŚP: potrzeby telekomunikacyjne firm w dobie Internetu oraz technologii szerokopasmowych”, 2001]
- Rys.2-16 Wydatki na telekomunikację w przedsiębiorstwach francuskich w zależności od ilości pracowników [źródło: IDATE, „Rynek MŚP: potrzeby telekomunikacyjne firm w dobie Internetu oraz technologii szerokopasmowych”, 2001]
- Rys.2-17 Sposoby dostępu do Internetu firm hiszpańskich podłączonych do sieci globalnej w roku 2002 [źródło: CMT]
- Rys.2-18 Procent sprzedaży firm w Hiszpanii realizowanej przez Internet w latach 2001 i 2002. [źródło: Gallupe Europe]
- Rys.2-19 Udział poszczególnych rynków telekomunikacyjnych w ogólnej wielkości przychodów w Niemczech w 2002 roku [źródło: RegTP]
- Rys.2-20 Liczba użytkowników telefonii ruchomej oraz jej penetracja dla całkowitej ludności kraju w Niemczech w latach 1992-2002. [źródło: RegTP]
- Rys.2-21 Procentowa wielkość sprzedaży realizowanej przez Internet w niemieckich przedsiębiorstwach w październiku 2001 i 2002 roku [źródło: Gallupe Europe]
- Rys.2-22 Wielkość ruchu w sieciach telefonii stacjonarnej w Niemczech w latach 1997-2002. [źródło: RegTP]
- Rys.2-23 Procentowa wielkość sprzedaży realizowanej przez Internet w szwedzkich przedsiębiorstwach w październiku 2001 i 2002 roku [źródło: Gallupe Europe]
- Rys.2-24 Procent firm świadczących przedstawione usługi na stronach internetowych w Szwecji w 2003 [źródło: SIKÅ]
- Rys.2-25 Podział przychodów z różnych usług dla telefonii stacjonarnej w Szwecji w latach 2000-2002 [źródło: PTS]

- Rys.2-26 Struktura i wielkość przychodów z połączeń biznesowych – 2003 i 2004 [źródło: OFTEL]
- Rys.2-27 Sposób płatności za usługi telekomunikacyjne wybierane przez przedsiębiorstwa w Wielkiej Brytanii w 2002 roku [źródło: OFTEL]
- Rys.2-28 Rozkład miesięcznych kosztów telefonii ruchomej w MŚP w 2002 roku w Wielkiej Brytanii [źródło: OFTEL]
- Rys.2-29 Procentowa liczba firm posiadających dostęp do Internetu w zależności od liczby zatrudnionych pracowników w Wielkiej Brytanii w 2002 roku [źródło: OFTEL]
- Rys.2-30 Metody dostępu do Internetu w Wielkiej Brytanii w zależności od wielkości przedsiębiorstwa w 2002 roku [źródło: OFTEL]
- Rys.2-31 Pakiety internetowe używane przez MŚP w Wlk. Brytanii w 2002 roku. [źródło: OFTEL]
- Rys.2-32 Procentowa wielkość sprzedaży realizowanej przez Internet w brytyjskich przedsiębiorstwach w latach 2001 i 2002. [źródło: Gallupe Europe Flash EB 136]
- Rys.2-33 Powody wynajmowania sprzętu telekomunikacyjnego przez przedsiębiorstwa w Wlk. Brytanii w roku 2002. [źródło: OFTEL]
- Rys.2-34 Wielkość ruchu dla poszczególnych usług generowana przez przedsiębiorstwa w Wlk. Brytanii w latach 1998-2002 [źródło: OFTEL]
- Rys.2-35 Liczba linii telefonicznych na Węgrzech w latach 1998–2002 [źródło: HiF]
- Rys.2-36 Liczba linii telefonicznych należących do biznesu oraz ich udział w całym tynku telefonii stacjonarnej na Węgrzech w latach 1998–2002
- Rys.2-37 Liczba linii ISDN-BRA oraz ich udział w całym tynku telefonii stacjonarnej na Węgrzech w latach 1999–2002 [źródło: HiF]
- Rys.2-38 Rozkład ruchu w telefonicznych sieci stacjonarnych na Węgrzech w roku 2002 (połączenia długodystansowe zawierają ruch fixed-to-mobile) [źródło: HiF]
- Rys.2-39 Wzrost liczby realizowanych rozmów z telefonów komórkowych na Węgrzech w latach 1999-2002 [źródło: HiF]
- Rys.2-40 Podział połączeń realizowanych z telefonów komórkowych na Węgrzech w latach 1999-2002 [źródło: HiF]
- Rys.2-41 Średnie czasy połączeń do Internetu przez dial-up na Węgrzech w 2002 roku [źródło: HiF]
- Rys.2-42 Technologie wykorzystywane do transmisji danych (w tym także dostępu do Internetu) w przedsiębiorstwach węgierskich posiadających co najmniej 10 pracowników na koniec 2001 roku [źródło: HiF]
- Rys.2-43 Zmiana cen usług telefonii stacjonarnej dla biznesu w oparciu o łącza analogowe pomiędzy lutym 2002 i lutym 2003 dla małych przedsiębiorstw (koszyki: M1, M2, M3) [źródło: OFTEL]
- Rys.2-44 Zmiana cen usług telefonii stacjonarnej dla biznesu w oparciu o łącza analogowe pomiędzy lutym 2002 i lutym 2003 dla średnich przedsiębiorstw (koszyki: Ś1, Ś2, Ś3) [źródło: OFTEL]
- Rys.2-45 Zmiana cen usług telefonii stacjonarnej dla biznesu w oparciu o łącza ISDN pomiędzy lutym 2002 i lutym 2003 dla małych przedsiębiorstw (koszyki: M1, M2, M3) [źródło: OFTEL]
- Rys.2-46 Zmiana cen usług telefonii stacjonarnej dla biznesu w oparciu o łącza ISDN pomiędzy lutym 2002 i lutym 2003 dla średnich przedsiębiorstw (koszyki: Ś1, Ś2, Ś3) [źródło: OFTEL]
- Rys.2-47 Zmiana cen usług dostępu komutowanego do Internetu dla biznesu pomiędzy sierpniem 2002 i lutym 2003 (koszyki: K10, K30, K40, KN) [źródło: OFTEL]
- Rys.2-48 Trend cenowy usług limitowanego komutowanego dostępu szerokopasmowego dla przedsiębiorstw (dla wszystkich koszyków) pomiędzy lutym 2000 a lutym 2003 [źródło: OFTEL]
- Rys.2-49 Zmiana cen usług stałego dostępu szerokopasmowego dla biznesu pomiędzy lutym 2002 i lutym 2003 w zależności od przepływności [źródło: OFTEL]
- Rys.2-50 Trend cenowy usług stałego dostępu szerokopasmowego dla małych przedsiębiorstw pomiędzy sierpniem 2000 a lutym 2003 w EUR [źródło: OFTEL]
- Rys.2-51 Trend cenowy usług stałego dostępu szerokopasmowego dla średnich przedsiębiorstw pomiędzy sierpniem 2000 a lutym 2003 w EUR [źródło: OFTEL]
- Rys.2-52 Wskaźnik dostępu do Internetu przez pracowników przedsiębiorstw z uwzględnieniem jakości łącza [źródło: e-Business W@tch]
- Rys.2-53 Liczba przedsiębiorstw (wyrażona w procentach) posiadających dostęp do Internetu o przepływności ponad 2 Mbit/s w latach 2002-2003 w wybranych krajach UE (Francja, Hiszpania, Włochy, Niemcy, Wlk. Brytanii) [źródło: e-Business W@tch]
- Rys.2-54 Podział podmiotów ze względu na wykorzystanie e-usług.

- Rys.3-1 Struktura firm zarejestrowanych w REGON ze względu na sekcję EKD w roku 2001 [źródło: PARP]
- Rys.3-2 Struktura pracujących w sektorze MŚP wg stanu na koniec 2001 r. (w%) [źródło: GUS (obliczenia Zakładu Badań Statystyczno-Ekonomicznych GUS i PAN)]
- Rys.3-3 Udział przedsiębiorstw różnej wielkości w wytwarzaniu PKB w 2001 roku (w%)
- Rys.3-4 Poinformowanie przedsiębiorstw w Polsce o prawodawstwie UE [źródło: Krajowa Izba Gospodarcza]
- Rys.3-5 Ocena perspektyw biznesowych na rynku Unii Europejskiej przez polskie przedsiębiorstwa [źródło: Krajowa Izba Gospodarcza]
- Rys.3-6 Ocena perspektyw biznesowych na rynku Unii Europejskiej przez polskie przedsiębiorstwa [źródło: Krajowa Izba Gospodarcza]
- Rys.3-7 Rodzaje wykorzystywanych połączeń z Internetem wg wielkości przedsiębiorstwa [źródło: Ipsos, styczeń 2002 r.]
- Rys.3-8 Średnie miesięczne wydatki firm na Internet w zależności od posiadanego łącza [źródło: Ipsos, styczeń 2002 r.]
- Rys.3-9 Główne źródła potrzeb komunikacji klientów biznesowych [źródło: opracowanie własne]
- Rys.3-10 Zależność potrzeb w zakresie komunikacji od wielkości i branży działalności przedsiębiorstwa
- Rys.4-1 Podział i zależność usług telekomunikacyjnych
- Rys.4-2 Konfiguracje systemów SRDA
- Rys.4-3 Architektura xDSL
- Rys.4-4 Transmisja danych poprzez sieć telewizji kablowej
- Rys.4-5 Architektura sieci GSM po wprowadzeniu techniki GPRS
- Rys.4-6 Infrastruktura telefonii IP
- Rys.4-7 Architektura nowoczesnego systemu contact center
- Rys.4-8 Usługi zaspokajające potrzeby przedsiębiorstw w ramach komunikacji wewnętrznej
- Rys.4-9 Usługi zaspokajające potrzeby przedsiębiorstw w ramach komunikacji z dostawcami
- Rys.4-10 Usługi zaspokajające potrzeby przedsiębiorstw w ramach komunikacji z odbiorcami
- Rys.4-11 Usługi zaspokajające potrzeby przedsiębiorstw w ramach komunikacji z potencjalnymi klientami
- Rys.4-12 Usługi zaspokajające potrzeby przedsiębiorstw w ramach komunikacji z bankami i instytucjami publicznymi
- Rys.4-13 Usługi zaspokajające potrzeby przedsiębiorstw w zakresie źródeł pozyskiwania informacji
- Rys.4-14 Usługi zaspokajające potrzeby komunikacyjne przedsiębiorstw
- Rys.4-15 Usługi bazowe umożliwiające realizujące transmisji głosu
- Rys.4-16 Usługi bazowe umożliwiające realizujące transmisji danych
- Rys.4-17 Poziomy ewolucji zapotrzebowania na usługi bazowe w przedsiębiorstwach
- Rys.4-18 Model korzystania z usług komunikacyjnych przez przedsiębiorstwa znajdujące się na różnych poziomach korzystania z usług bazowych
- Rys.4-19 Koszyki usług telekomunikacyjnych dla klientów biznesowych
- Rys.4-20 Koszyki usług telekomunikacyjnych dla poszczególnych grup klientów
- Rys.5-1 Rozkład liczby pracowników na jedną linię PSTN
- Rys.5-2 Rozkład liczby pracowników przypadających na jeden numer wewnętrzny w małych i średnich przedsiębiorstwach
- Rys.5-3 Rozkład liczby pracowników przypadających na jedną kartę SIM
- Rys.5-4 Średnie rachunki za usługi telekomunikacyjne w firmie (brutto)
- Rys.5-5 Średnia liczba pracowników w przedsiębiorstwach przypadająca na jeden komputer z dostępem do Internetu
- Rys.5-6 Średnia liczba pracowników w przedsiębiorstwach przypadająca na jeden komputer w sieci
- Rys.5-7 Cele do których realizacji wykorzystywany jest telefon
- Rys.5-8 Cele, do których wykorzystywana jest poczta elektroniczna
- Rys.5-9 Cele, do których wykorzystywane są pasywne strony WWW
- Rys.5-10 Cele, do których wykorzystywana jest aktywna strona WWW
- Rys.5-11 Potencjalny popyt na usługi, z jakich firmy małe korzystać będą w najbliższej przyszłości
- Rys.5-12 Potencjalny popyt na usługi, z jakich firmy średnie korzystać będą w najbliższej przyszłości
- Rys.5-13 Korzystanie z podpisu elektronicznego
- Rys.5-14 Planowane zmiany w zakresie dostępu do Internetu
- Rys.5-15 Planowane zmiany w zakresie usług telefonii
- Rys.5-16 Cele, do których wykorzystywany jest telefon w dużych firmach
- Rys.5-17 Cele, do których wykorzystywana jest poczta e-mail w dużych firmach

- Rys.5-18 Cele, do których wykorzystywana jest pasywna strona WWW
- Rys.5-19 Cele, do których wykorzystywana jest aktywna strona WWW
- Rys.5-20 Potencjalny popyt na usługi internetowe w dużych firmach produkcyjnych
- Rys.5-21 Popyt potencjalny na usługi internetowe w dużych firmach sektora sprzedaży
- Rys.5-22 Popyt potencjalny na usługi internetowe w dużych firmach usługowych
- Rys.5-23 Korzystanie z podpisu elektronicznego
- Rys.5-24 Poziom zaawansowania usług transmisji głosu w firmach małych średnich i dużych
- Rys.5-25 Poziom zaawansowania usług transmisji głosu w firmach produkcyjnych, usługowych, handlowych i instytucjach publicznych
- Rys.5-26 Poziom zaawansowania usług transmisji danych w firmach małych średnich i dużych
- Rys.5-27 Poziom zaawansowania usług transmisji głosu w firmach produkcyjnych, usługowych, handlowych i instytucjach publicznych
- Rys.6-1 Liczba dostawców usług telekomunikacyjnych w poszczególnych modelach biznesowych
- Rys.6-2 Własność infrastruktury teleinformatycznej w poszczególnych modelach biznesowych
- Rys.6-3 Lokalizacja infrastruktury teleinformatycznej w poszczególnych modelach biznesowych
- Rys.7-1 Wielkość przychodów z rynku transmisji danych w latach 2001–2003 [źródło: 2001, 2002 Raport Teleinfo 500, 2003 szacunki ITTI]
- Rys.7-2 Struktura przychodów z rynku transmisji danych w latach 2001–2003 [źródło: 2001, 2002 Raport Teleinfo 500, 2003 szacunki ITTI]
- Rys.7-3 Prognoza przychodów z rynku transmisji danych w sieciach prywatnych
- Rys.7-4 Przedsiębiorstwa dokonujące przynajmniej 5% zakupów drogą elektroniczną [A pocketbook of e-business indicators, E-business w@tch, kwiecień 2004] (*-firmy zatrudniające określony odsetek ogólnej liczby zatrudnionych).
- Rys.7-5 Przedsiębiorstwa realizujące przynajmniej 5% sprzedaży drogą elektroniczną [A pocketbook of e-business indicators, E-business w@tch, kwiecień 2004] (*-firmy zatrudniające określony odsetek ogólnej liczby zatrudnionych).
- Rys.7-6 Odsetek przedsiębiorstw dokonujących zakupów oraz sprzedaży drogą elektroniczną [The European e-business report, E-Business watch, lipiec 2003]
- Rys.7-7 Przychody z handlu elektronicznego w Polsce w latach 2004 do 2007 [w mln zł]
- Rys.7-8 Prognoza liczby użytkowników szerokopasmowego dostępu do Internetu
- Rys.7-9 Prognoza liczby łączy dostępu szerokopasmowego z podziałem na 6 kategorii usług [źródło: opracowanie własne]
- Rys.7-10 Prognoza przychodów z rynku szerokopasmowego dostępu do Internetu z uwzględnieniem 6 kategorii usług
- Rys.7-11 Prognoza liczby linii głównych wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa w Polsce.
- Rys.7-12 Prognoza przychodów z telefonii stacjonarnej dla klientów biznesowych (mln PLN).
- Rys.7-13 Prognoza liczby użytkowników telefoni komórkowej w Polsce
- Rys.7-14 Prognoza liczby użytkowników biznesowych telefoni ruchomej Polsce
- Rys.7-15 Prognoza przyrostu liczby użytkowników biznesowych telefoni ruchomej Polsce
- Rys.7-16 Struktura przychodów w telefonii komórkowej w krajach UE
- Rys.7-17 Prognoza struktury przychodów z telefonii komórkowej w 2008 roku w krajach UE [źródło: Analysys, marzec 2003]
- Rys.7-18 Prognoza ARPU dla telefoni ruchomej w Polsce
- Rys.7-19 Prognoza ARPU użytkownika biznesowego w telefoni ruchomej w Polsce
- Rys.7-20 Prognoza przychodów z telefonii ruchomej dla klientów biznesowych
- Rys.7-21 Prognoza udziału telefonii IP w telefonii korporacyjnej ogółem

Spis tabel:

- Tab.2-1 Liczba przedsiębiorstw i liczba pracowników w Danii w 2001 roku.
- Tab.2-2 Liczba stacjonarnych linii telefonicznych oraz ogólna liczba kanałów telefonicznych w Danii w 2002 roku.
- Tab.2-3 Liczba łączy dzierżawionych w Danii w 2002 roku 2002.
- Tab.2-4 Wartość wybranych elementów rynku ICT w Danii w latach 2001-2005 w mln EUR (od 2004 prognozy).
- Tab.2-5 zostały przedstawione wybrane przychody z rynku usług telekomunikacyjnych we Francji oraz udział przedsiębiorstw w tych wydatkach.
- Tab.2-6 Wydatki francuskich przedsiębiorstw usługi telekomunikacyjne w 2003 roku.
- Tab.2-7 Liczba linii we Francji przypadających na klienta biznesowego.
- Tab.2-8 Wydatki przedsiębiorstw we Francji na poszczególne rodzaje usług telefonii stacjonarnej oraz rozkład liczby wydzwonionych minut w 2000 roku.
- Tab.2-9 Struktura wydatków i intensywności korzystania z połączeń w telefonii stacjonarnej przez klienta biznesowego w 2000 roku.
- Tab.2-10 Sposoby dostępu do Internetu przedsiębiorstw we Francji z podziałem na sektory w 2003 roku
- Tab.2-11 Przychody pochodzące z użytkowania poszczególnych rodzajów łączy dzierżawionych przez przedsiębiorstwa we Francji w 2002 roku
- Tab.2-12 Liczba łączy dzierżawionych wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa we Francji.
- Tab.2-13 Rynek telekomunikacyjny w sektorze MŚP we Francji w latach 2001-2005.
- Tab.2-14 Wartość wybranych elementów rynku ICT we Francji w latach 2001-2005 w mln EUR (od 2004 prognozy).
- Tab.2-15 Wydatki przedsiębiorstw w Hiszpanii na usługi sieci telefonii stacjonarnej w roku 2002.
- Tab.2-16 Wydatki firm w Hiszpanii na połączenia w telefonii stacjonarnej oraz ilość połączeń w roku 2002.
- Tab.2-17 Wydatki przedsiębiorstw w Hiszpanii na usługi dostępu do Internetu* w roku 2002 oraz liczba przedsiębiorstw korzystających z poszczególnych rodzajów technologii.
- Tab.2-18 Wydatki przedsiębiorstw w Hiszpanii na usługi transmisji danych w roku 2002.
- Tab.2-19 Wydatki przedsiębiorstw w Hiszpanii na usługi dzierżawy łączy z podziałem na różne rodzaje technologii w roku 2002.
- Tab.2-20 Liczba łączy dzierżawionych przedsiębiorstwom z podziałem na różne rodzaje technologii w roku 2002
- Tab.2-21 Wartość wybranych elementów rynku ICT w Hiszpanii w latach 2001-2005 w mln EUR (od 2004 prognozy).
- Tab.2-22 Struktura stacjonarnych łączy telekomunikacyjnych w Niemczech w latach 1998-2002 z podziałem na łącza należące do operatora DT oraz operatorów alternatywnych
- Tab.2-23 Liczba linii dzierżawionych w Niemczech w 2001 roku.
- Tab.2-24 Wartość wybranych elementów rynku ICT w Niemczech w latach 2001-2005 w mln EUR (od 2004 prognozy).
- Tab.2-25 Wzrost przychodów z usług telefonicznych w Szwecji w latach 1995–2002.
- Tab.2-26 Wielkość przychodów dla poszczególnych usług telefonii stacjonarnej dla klienta biznesowego oraz ich udział w ogólnej sumie przychodów w Szwecji w 2002 roku.
- Tab.2-27 Wielkość przychodów dla poszczególnych usług telefonii stacjonarnej dla klienta biznesowego w Szwecji w pierwszej połowie 2002 i 2003 roku w mln EUR.
- Tab.2-28 Średni czas rozmowy oraz średni przychód z minuty połączenia dla klienta biznesowego dla poszczególnych usług telefonii stacjonarnej w Szwecji w czerwcu 2003 roku.
- Tab.2-29 Ruch wygenerowany w sieciach telefonii ruchomej przez przedsiębiorstwa w Szwecji w 2002 roku
- Tab.2-30 Liczba klientów biznesowych posiadających dostęp do Internetu z podziałem na wykorzystywane technologie w Szwecji na koniec 2002 roku i w połowie 2003 roku.

Tab.2-31	Przychody z usług dostępu do Internetu dla klientów biznesowych w Szwecji w 2002 roku i na koniec czerwca 2003.
Tab.2-32	Przychody z usług transmisji danych w Szwecji w 2002 roku.
Tab.2-33	Liczba łączy transmisji danych w Szwecji w 2002 roku.
Tab.2-34	Wartość wybranych elementów rynku ICT w Szwecji w latach 2001-2005 w mln EUR (od 2004 prognozy).
Tab.2-35	Liczba linii dzierżawionych oraz otrzymanych z nich przychodów w Wlk. Brytanii w 2002 roku.
Tab.2-36	MŚP dzierżawiące łącza transmisji danych w Wlk. Brytanii w 2002 roku.
Tab.2-37	Struktura wypożyczania aparatów telefonicznych dla linii stacjonarnych w MŚP w Wielkiej Brytanii w 2002 roku.
Tab.2-38	Wybrane elementy rynku ICT w Wlk. Brytanii w latach 2001-2005 w mln EUR (od 2004 prognozy).
Tab.2-39	Zestawienie cen za podstawowe usługi telefonii stacjonarnej u operatora BT w 2002 roku (wliczony podatek VAT).
Tab.2-40	Liczba przedsiębiorstw na Węgrzech w lutym 2004 roku z podziałem na klasy wielkości.
Tab.2-41	Liczba linii ISDN-BRA i ISDN-PRA na Węgrzech na koniec 2002 roku.
Tab.2-42	Wybrane elementy rynku ICT na Węgrzech w latach 2001-2005 w mln EUR (od 2004 prognozy).
Tab.2-43	Liczba przedsiębiorstw posiadających komputery oraz dostęp do Internetu.
Tab.2-44	Struktura wykorzystania technologii do dostępu do Internetu w wybranych krajach UE.
Tab.2-45	Sprzedaż i zakupy on-line (liczba przedsiębiorstw) w wybranych krajach UE.
Tab.3-1	Przedsiębiorstwa aktywne (oprócz rolnictwa, leśnictwa, rybołówstwa i rybactwa oraz administracji publicznej) w 2001 roku według wielkości
Tab.3-2	Ocena intensywności potrzeb komunikacyjnych w zależności od działalności wielkości i przedsiębiorstwa
Tab.4-1	Klasyfikacja usług przenoszenia wraz z przykładowymi technologiami z nimi związanymi
Tab.4-2	Klasyfikacja usług komunikacji oraz odpowiadające im usługi telekomunikacyjne świadczone przez operatorów
Tab.4-3	Powiązanie usług komunikacji o usług przenoszenia (wraz z technologiami)
Tab.4-4	Przykładowe usługi aplikacji związane z transmisją głosu i danych
Tab.4-5	Usługi aplikacji i skojarzone z nimi usługi podstawowe
Tab.4-6	Parametry technologii xDSL
Tab.4-7	Zestawienie usług wchodzących w skład poszczególnych pakietów
Tab.5-1	Rozkład próby ze względu na sektory
Tab.5-2	Rozkład próby ze względu na wielkość firmy
Tab.5-3	Dostęp do Internetu w firmach sektora MŚP
Tab.5-4	Subiektywna ocena korzystanie z usług teleinformatycznych w dużych firmach
Tab.5-5	Stan infrastruktury teleinformatycznej dużych firm
Tab.5-6	Wydatki dużych przedsiębiorstw na usługi telekomunikacyjne
Tab.5-7	Subiektywna ocena korzystanie z usług teleinformatycznych w dużych firmach (dziś/jutro)
Tab.6-1	Najważniejsze cechy modeli świadczenia usług telekomunikacyjnych dla przedsiębiorstw
Tab.6-2	Przykłady usług świadczonych w ramach poszczególnych modeli
Tab.6-3	Analiza SWOT Modelu I
Tab.6-4	Analiza SWOT Modelu II.a
Tab.6-5	Analiza SWOT Modelu II.b i II.c
Tab.6-6	Analiza SWOT Modelu III
Tab.6-7	Analiza SWOT Modelu IV
Tab.7-1	Prognozy rozwoju przychodów z rynku transmisji danych w sieciach prywatnych [w tys. PLN]
Tab.7-2	Liczba użytkowników szerokopasmowego dostępu do Internetu
Tab.7-3	Prognoza liczby łączy dostępu szerokopasmowego z podziałem na kategorie usług [w tys. łączy]

Tab.7-4	Prognoza cen szerokopasmowych łączy dostępowych w poszczególnych kategoriach usług [w PLN / m-c]
Tab.7-5	Przychody z usług szerokopasmowego dostępu do Internetu [w tys. PLN]
Tab.7-6	Prognoza liczby łączy dostępu szerokopasmowego wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa z podziałem na kategorie usług [w tys. łączy]
Tab.7-7	Przychody z usług szerokopasmowego dostępu do Internetu wykorzystywanego przez przedsiębiorstwa [w tys. PLN]
Tab.7-8	Linie główne w Polsce
Tab.7-9	Linie główne w przedsiębiorstwach w Polsce
Tab.7-10	Prognoza linii głównych wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa w Polsce
Tab.7-11	Wielkość przychodów ze sprzedaży w TP (mln PLN)
Tab.7-12	Przychody z rynku telefonii stacjonarnej w Polsce (mln PLN)
Tab.7-13	Wysokość ARPU w poszczególnych segmentach rynku (PLN)
Tab.7-14	Wielkość i struktura przychodów ze sprzedaży w telefonii stacjonarnej we Francji (mln EUR)
Tab.7-15	Prognoza wysokości ARPU w poszczególnych segmentach rynku (PLN)
Tab.7-16	Prognoza Wartości wskaźnika ARPU dla klientów biznesowych (PLN)
Tab.7-17	Prognoza przychodów z telefonii stacjonarnej dla klientów biznesowych (mln PLN)
Tab.7-18	Użytkownicy telefonii komórkowej w Polsce [dane operatorów]
Tab.7-19	Prognoza penetracji i liczby użytkowników telefonii komórkowej w Polsce
Tab.7-20	Prognoza liczby użytkowników biznesowych telefonii ruchomej w Polsce [obliczenia własne]
Tab.7-21	Wysokość ARPU w Polsce (PLN miesiąc) [dane operatorów]
Tab.7-22	Przychody w telefonii komórkowej w krajach UE [DigiWorld 2003]
Tab.7-23	Prognoza wysokości ARPU dla telefonii ruchomej w Polsce (PLN) [obliczenia własne]
Tab.7-24	Prognoza wysokości ARPU dla użytkownika biznesowego w telefonii ruchomej w Polsce (PLN)
Tab.7-25	Prognoza przychodów z telefonii ruchomej dla klientów biznesowych (w mln PLN)

Razem: 250 stron oraz blisko 140 rysunków i 95 tabel