

## D-Link Technology Trend - Wi-Fi oraz laptopy na topie

**W ciągu minionego roku liczba notebooków w polskich domach niemal się podwoiła - wynika z badania D-Link Technology Trend (DTT), przeprowadzonego na zlecenie firmy D-Link przez Millward Brown SMG/KRC.**

**Obecnie notebookami dysponuje 11 procent gospodarstw domowych, a w co szóstym domu z dostępem do Internetu funkcjonuje sieć bezprzewodowa.**

### Więcej laptopów, więcej Wi-Fi

Wśród nowoczesnych urządzeń technologicznych w ciągu minionego roku zdecydowanie wzrosła liczba posiadanych przez Polaków notebooków (z 6 do 11 proc. w porównaniu z badaniem z czerwca 2007 roku), telewizorów HD lub HD ready (również z 6 do 11 proc.) oraz odtwarzaczy multimedialnych, m.in. DVD (z 20 do 30 proc.).

Natomiast po raz pierwszy zanotowano niewielki spadek liczby komputerów stacjonarnych (z 45 do 44 proc.), będący efektem bardziej przystępnych cen komputerów przenośnych.

Wzrostowi popularności notebooków sprzyja także rozwój domowych sieci Wi-Fi.

Obecnie sieci bezprzewodowe znajdują się w 15 proc. gospodarstw domowych z dostępem do Internetu. To 6-procentowy wzrost w stosunku do 2007 roku. W kolejnych 43 proc. domów znajduje się sieć przewodowa. Według deklaracji ankietowanych liczba wszystkich sieci domowych wzrosła w ciągu roku o 14 proc. (z 44 do 58 proc.).

### Gry nie tylko dla młodzieży

W badaniu D-Link Technology Trend zadano także pytania dotyczące rozrywki elektronicznej. Do grania na komputerze przyznaje się 13 proc. wszystkich Polaków, czyli co czwarty posiadacz komputera (26 proc.). Ponad połowa graczy (51%) nie skończyła jeszcze 25 roku życia, ale co ósmy (13 proc.) ma powyżej 40 lat.

Podobnie wygląda struktura wiekowa wśród osób prowadzących rozgrywkę w sieci, czyli z innymi graczami za pośrednictwem Internetu (2 proc. wszystkich Polaków). Tu również przoduje młodzież (66% to gracze poniżej 25 lat), ale i tutaj, co ósmy gracz ma więcej niż 40 lat.

Z kolei grę na konsolach do gier deklaruje obecnie 3 procent Polaków, wśród tej grupy nie ma czterdziestolatków.

### Operatorzy kablowi gonią ADSL

Według badań D-Link Technology Trend 38 proc. gospodarstw domowych posiada dostęp do Internetu.

Najpopularniejsze w Polsce są wciąż łącza ADSL dostarczane przez operatorów telekomunikacyjnych (m.in. TP, Netia, Tele2). Z takiego połączenia korzysta ponad 1/3 gospodarstw (37 proc. zarówno w 2007 roku, jak i obecnie), a jego popularność jest odwrotnie proporcjonalna do wielkości miejscowości. Na terenach wiejskich łącza ADSL stanowią 56 proc., w małych miastach (do 100 tys. mieszkańców) - 44 proc., a w aglomeracjach miejskich (pow. 500 tys. mieszkańców) już tylko 17 proc. wszystkich łączy internetowych.

Największy przyrost zanotowali operatorzy telewizji kablowych - z 22 proc. w 2007 roku do 25 proc. obecnie. Internet z kablówki jest najbardziej popularny w największych miastach (pow. 500 tys. mieszkańców) - 51 proc. oraz w miastach od 100 do 500 tys. mieszkańców - 36 proc.

Dość popularne są wciąż łącza operatorów osiedlowych (15 proc. wszystkich łączy internetowych), szczególnie w średnich miastach (100-500 tys. mieszkańców), gdzie co czwarte łącze (24 proc.) pochodzi właśnie od dostawcy osiedlowego. Na rynku dostawców szerokopasmowego dostępu do internetu wzrósł także udział operatorów komórkowych - z 3 proc. w 2007 roku do 5 proc. obecnie. Spada zaś popularność modemów (z 11 do 7 proc.) oraz dostawców Internetu bezprzewodowego (z 8 do 5 proc.).

Badanie D-Link Technology Trend na temat posiadanych urządzeń elektronicznych oraz dostępu do sieci, przeprowadzono w dniach 17-23 lipca 2008 na reprezentatywnej grupie 998 osób w wieku 15-75 lat.

## Komentarze

Mariusz Piaseczny, PR Manager firmy D-Link w Europie Wschodniej

*Na tak szybko rosnącą popularność sprzętu hi-tech mają wpływ przede wszystkim czynniki finansowe: spadek cen urządzeń połączony z umocnieniem kursu złotego i wzrostem zarobków Polaków. Jeszcze dwa lata temu komputer przenośny był poza zasięgiem przeciętnej rodziny. Dziś, gdy przyzwoitej klasy notebook kosztuje poniżej 2 tysięcy złotych, czyli mniej więcej tyle ile komputer klasy PC, naturalny jest spadek popularności "blaszaków", które w domu są kolejnym meblem. Kupując laptopa Polacy wybierają urządzenie zajmujące zdecydowanie mniej miejsca, mobilne i równie wydajne co komputer stacjonarny.*

*Z tego trendu korzystają nie tylko dostawcy notebooków, ale też producenci urządzeń do budowy domowych sieci bezprzewodowych. Sięgając po mobilnego notebooka Polacy chcą mieć bowiem dostęp do Internetu nie tylko przy domowym biurku, ale też w salonie, czy w kuchni. Jak na razie swoją szansę nie do końca wykorzystują operatorzy telefonii komórkowej, oferujący dostęp do Internetu w technologii 3G. To efekt dość słabej jakości tych usług, a przede wszystkim bardzo ograniczonego zasięgu szybkiej transmisji i stosunkowo wysokich cen.*

Kuba Antoszewski Millward Brown SMG/KRC

*Wygląda na to, że Polacy postanowili skorzystać z umacniania się złotego i spadku cen w Europie i USA. Elektronika wydaje się najlepszym "łupem". Zakup, również za pośrednictwem Internetu, jest prosty zwłaszcza, jeśli sprowadza się towar z zagranicy. Jest to proces podobny do tego, który już od ok. dwóch lat obserwujemy na rynku samochodów. Większe zainteresowanie sprzętem komputerowym tłumaczy z pewnością znaczący wzrost od początku 2008 roku liczby Internautów w Polsce, w porównaniu z rokiem 2007. Prócz tego jednak wydaje się, że obecnie mobilność staje się czynnikiem dominującym w zakupach Polaków w obszarze informatyki. Widać to zarówno po znaczącym wzroście liczby posiadanych przez Polaków notebooków, jak i spadku liczby komputerów stacjonarnych. Co za tym idzie rośnie też liczba urządzeń do rozsyłania Internetu bezprzewodowo. Biorąc pod uwagę rosnącą popularność Internetu i ciągle umacnianie się polskiej waluty, należy się spodziewać utrzymania tego trendu. To dobrze, bo wydaje się, że obecnie w Polsce podstawową barierą dla szybszego rozwoju Internetu są pieniądze. Należałoby oczekiwać, aby za korzystnymi cenami internetowej elektroniki, szła również polityka providerów dalszego obniżania cen dostępu do Internetu.*

## O badaniu D-Link Technology Trend

D-Link Technology Trend to cykliczne, kwartalne badanie nastawienia Polaków do nowych technologii. Realizowane jest na zlecenie firmy D-Link przez Instytut MillwardBrown SMG/KRC. Badanie prowadzone jest w oparciu o bezpośrednie wywiady ankietarskie w domach respondentów na ogólnopolskiej próbie ok. 1000 osób, reprezentatywnej dla populacji Polaków w wieku 15+.

## O firmie D-Link

D-Link jest czołowym światowym producentem sprzętu sieciowego. Firma jest m.in. głównym dostawcą urządzeń służących do komunikacji komputerów z szerokopasmowym Internetem. D-Link Polska ściśle współpracuje z krajowymi ośrodkami akademickimi, szczególnie z Wydziałem Matematyki, Informatyki i Mechaniki UW. W ramach projektu "Kulturalnie bez kabli" D-Link sponsoruje sieci bezprzewodowe w wielu instytucjach kulturalnych Warszawy (m.in. w Galerii Zachęta, Centrum Sztuki Współczesnej, Teatrze Dramatycznym, Bibliotece Uniwersyteckiej), które bezpłatnie służą pracownikom, artystom oraz gościom. D-Link jest członkiem Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji oraz Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej.

Dodatkowe informacje dla adresatów informacji prasowej:

Wojtek Waglowski, Andrzej Jędrzejczak Fleishman-Hillard tel. (22) 532 95 40