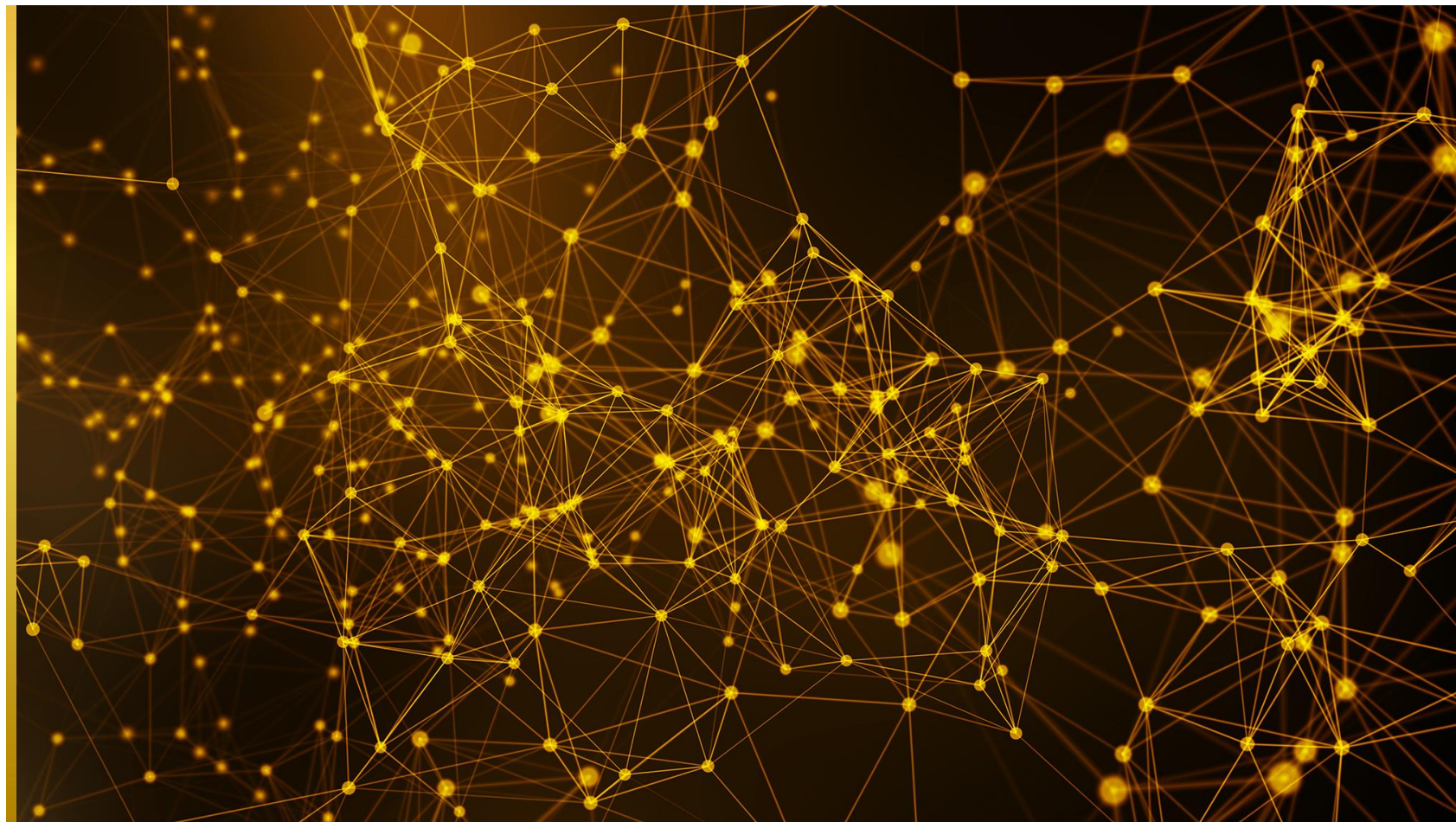




Проучване на пазара на телекомуникационни услуги за бизнес клиенти

2021



Методология на изследването

Вид на изследването

- Количествено изследване

Обект на изследването

- Представително изследване за българския бизнес. Национално покритие с квоти по:
 - Регион
 - Сектор в икономиката
 - Размер на компанията (на база брой служители)

Метод

- F2F интервю

Обхват на изследването

- 2 814 компании

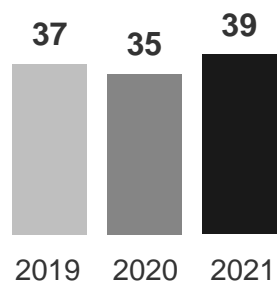
Период на теренната работа

- май-юли 2021

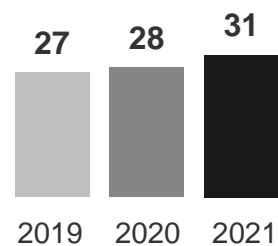
Проучването е проведено от агенция за маркетингови изследвания KANTAR

Пазарни дялове на фиксиран интернет (%)

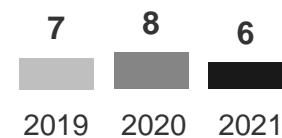
VIVACOM



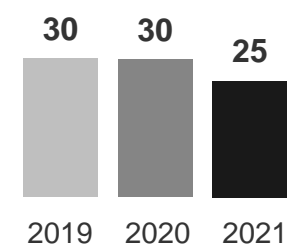
Оператор 2



Оператор 3



Други Оператори



База: Всички компании ползващи фиксиран интернет; *Пазарният дял на Vivacom за 2021 г. включва придобитите доставчици Net1 и N3