

Poslovno-komercialna šola Celje

Poklicna in strokovna šola

MOBILNA TELEFONIJA MED MLADIMI – ITAK

RAZISKOVALNA NALOGA

Avtorice

Klara Cene, 4. c ET

Taja Korbar, 4. c ET

Anita Kolaržik, 4. c ET

Mentorica

mag. Lucija Zidanski

Celje, marec, 2011

Poslovno-komercialna šola Celje

Poklicna in strokovna šola

MOBILNA TELEFONIJA MED MLADIMI – ITAK

RAZISKOVALNA NALOGA

Avtorice

Klara Cene, 4. c ET

Taja Korbar, 4. c ET

Anita Kolaržik, 4. c ET

Mentorica

mag. Lucija Zidanski

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2011

ZAHVALA

Zahvaljujemo se vsem, ki so na kakršen koli način pripomogli k nastanku raziskovalne naloge, še posebej naši mentorici ge. Luciji Zidanski, ki nam je pomagala v celotnem procesu nastajanja raziskovalne naloge.

Za sodelovanje se zahvaljujemo Simobilu, anketirancem, dijakom Poslovno-komercialne šole Celje in I. gimnazije v Celju, ter krajanom Dragatuša.

KAZALO

1 UVOD.....	7
1.1 OPREDELITEV PODROČJA IN RAZISKOVALNEGA PROBLEMA.....	7
1.2 DOLOČITEV RAZISKOVALNIH CILJEV	8
1.2.1 CILJI V TEORETIČNEM DELU	8
1.2.2 CILJI V PRAKTIČNEM DELU.....	8
1.3 OPREDELITEV HIPOTEZ	9
1.4 METODOLOGIJA	10
1.5 OMEJITVE PRI RAZISKAVI	10
2 TEORETIČNI DEL.....	11
2.1 MOBILNI TELEFON.....	11
2.1.1 UPORABA MOBILNEGA TELEFONA.....	11
2.2 RAZVOJ SKOZI ČAS.....	11
2.2.1 NASTANEK PRVEGA MOBILNEGA TELEFONA.....	11
2.2.2 RAZVOJ PRVE GENERACIJE MOBILNIH SISTEMOV	12
2.2.3 RAZVOJ DRUGE GENERACIJE MOBILNIH SISTEMOV	13
2.2.4 NADALJNI RAZVOJ – NADGRADNJE DRUGE GENERACIJE MOBILNIH SISTEMOV	13
2.2.5 POJAV TRETJE GENERACIJE	13
2.3 (NE)DOKAZANI VPLIV SEVANJA MOBILNIH TELEFONOV NA ZDRAVJE... 14	14
2.3.1 SAR	14
2.3.2 BAZNE POSTAJE	15
2.3.2 VPLIV NA MOŽGANE ¹⁷	16
2.3.3 POVZROČANJE RAKA ¹⁷	17
2.3.4 ZMANJŠANJE PLODNOSTI ¹⁷	17
2.3.5 VPLIV NA LEDVICE	17
2.3.6 PRIPOROČLJIVI NASVETI	17
2.3.7 ZANIMIVOSTI	18
2.4 SLOVENSKI PONUDNIKI MOBILNIH STORITEV.....	18
2.4.1 MOBITEL	18
2.4.1.1 REKLAMNE AKCIJE	19
2.4.1.2 PRODAJA MOBILNIH TELEFONOV.....	19
2.4.1.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA	20
2.4.1.4 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIC	20
2.4.1.5 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI	21
2.4.1.6 ITAK DŽABEST – PAKET ZA MLADE	21
2.4.2 SIMOBIL	23
2.4.2.1 REKLAMNE AKCIJE	23
2.4.2.2 PRODAJA TELEFONOV	24
2.4.2.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA	25
2.4.2.4 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI.....	26
2.4.2.5 PAKETI ZA MLADE ORTO	26
2.4.2.6 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIC	27
2.4.3 MMOBIL.....	28
2.4.3.1 REKLAMNE AKCIJE	28
2.4.3.2 PRODAJA MOBILNIH TELEFONOV	29
2.4.3.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA	29
2.4.3.4 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI.....	30
2.4.3.5 PREDPLAČNIŠKI PAKET MMOBIL	30
2.4.4 TUŠMOBIL	30

2.4.4.1 REKLAMNE AKCIJE	31
2.4.4.2 PRODAJA TELEFONOV	31
2.4.4.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA ⁴³	32
2.4.4.4 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIJ	32
2.4.4.5 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI.....	33
2.4.4.6 NAROČNIŠKI PAKET VESOLJE ⁴⁷	33
2.4.5 DEBITEL	33
2.4.5.1 REKLAMNE AKCIJE	34
2.4.5.2 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA	34
2.4.5.3 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI.....	35
2.4.5.4 PRODAJA MOBILNIH TELEFONOV	36
2.4.5.5 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIJ	37
2.4.6 IZIMOBIL.....	37
2.4.6.1 REKLAMNE AKCIJE	38
2.4.6.2 PRODAJA TELEFONOV	39
2.4.6.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA	40
2.4.6.4 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIJ	40
2.4.6.5 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI	41
2.4.7 POKRITOST OMREŽJA	41
2.4.8 TRŽNI DELEŽ IN ŠTEVILO AKTIVNIH UPORABNIKOV	42
3 ANALIZA PREDNOSTI IN SLABOSTI PONUDNIKOV MOBILNE TELEFONIJE V SLOVENIJI.....	43
4 STROŠKOVNI VIDIK NA LETNI RAVNI.....	44
5 PRAKTIČNI DEL NALOGE	45
5.1 IZBOR IN STRUKTURA VZORCA.....	45
5.2 REZULTATI PRIMARNE RAZISKAVE	46
5.3 OPIS IZKUŠNJE – TEDEN BREZ MOBILNEGA TELEFONA	74
6 OVREDNOTENJE HIPOTEZ	76
7 ZAKLJUČEK.....	78
8 VIRI	79
8.1 PISNI VIRI	79
8.2 ELEKTRONSKI VIRI	79
8.3 USTNI VIRI	79
9 PRILOGA	I

KAZALO TABEL

Tabela 1: Mobilni telefoni Mobitela	19
Tabela 2: Prikaz prihranka ob nakupu mobilnih telefonov Mobitela	20
Tabela 3: Redna tarifa Mobitela	20
Tabela 4: Redna tarifa Itak Džabest	22
Tabela 5: Prikaz analize ugodnosti paketa Itak Džabest	22
Tabela 6: Mobilni telefoni Simobila	24
Tabela 7: Prikaz prihranka pri nakupu mobilnih telefonov Simobila	25
Tabela 8: Redna in mednarodna tarifa Simobila	25
Tabela 9: Uporabniški paketi Simobila	26
Tabela 10: Uporabniški paketi za mlade Simobil	27
Tabela 11: Mobilni telefoni Mmobila	29
Tabela 12: Redna in mednarodna tarifa Mmobil	29
Tabela 13: Mobilni telefoni Tušmobila	31
Tabela 14: Prikaz prihranka pri nakupu mobilnih telefonov	32
Tabela 15: Redna in mednarodna tarifa Tušmobila	32
Tabela 16: Uporabniški paketi Tušmobila.....	33
Tabela 17: Redna tarifa Debitela	34
Tabela 18: Mednarodna tarifa Debitela	35
Tabela 19: Mobilni telefoni Debitela.....	36
Tabela 20: Prihranek pri nakupu mobilnih telefonov Debitela.....	36
Tabela 21: Mobilni telefoni Izimobila	39
Tabela 22: Tarifa Izimobila	40
Tabela 23: Tarifa Izimobila	40
Tabela 24: Pokritost s signalom	41
Tabela 25: Analiza prednosti in slabosti	43
Tabela 26: Prikaz stroškov na leto.....	44
Tabela 27: Primerjava cen – Mobitel	44
Tabela 28: Primerjava cen – Mobitel	44
Tabela 29: Primerjava cen – Simobil	44
Tabela 30: Primerjava cen – Simobil	44
Tabela 31: Prikaz odgovorov na 1. vprašanje	46
Tabela 32: Prikaz odgovorov na 2. vprašanje	47
Tabela 33: Prikaz odgovorov na 3. vprašanje	49
Tabela 34: Prikaz odgovorov na 4. vprašanje	50
Tabela 35: Prikaz odgovorov na 5. vprašanje	51
Tabela 36: Prikaz odgovorov na 6. vprašanje	52
Tabela 37: Prikaz odgovorov na 7. vprašanje	54
Tabela 38: Prikaz odgovorov na 8. vprašanje	56
Tabela 39: Prikaz odgovorov na 9. vprašanje	57
Tabela 40: Prikaz odgovorov na 10. vprašanje	59
Tabela 41: Prikaz odgovorov na 11. vprašanje	60
Tabela 42: Prikaz odgovorov na 12. vprašanje	61
Tabela 43: Prikaz odgovorov na 13. vprašanje	63
Tabela 44: Prikaz odgovorov na 14. vprašanje	64
Tabela 45: Prikaz odgovorov na 15. vprašanje	65
Tabela 46: Prikaz odgovorov na 16. vprašanje	67
Tabela 47: Prikaz odgovorov na 17. vprašanje	69
Tabela 48: Prikaz odgovorov na 18. vprašanje	70
Tabela 49: Prikaz odgovorov na 19. vprašanje	72
Tabela 50: Prikaz odgovorov na 20. vprašanje	73

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Trži delež na mobilnem trgu	42
Graf 2: Struktura anketirancev po spolu anketirancev	45
Graf 3: Pričetek uporabe mobilnega telefona pri dijakih PKŠ	46
Graf 4: Pričetek uporabe mobilnega telefona pri gimnazijcih	47
Graf 5: Število zamenjanih mobilnih telefonov pri dijakih PKŠ	48
Graf 6: Število zamenjanih mobilnih telefonov pri gimnazijcih	48
Graf 7: Čas menjave mobilnega telefona pri dijakih PKŠ	49
Graf 8: Čas menjave mobilnega telefona pri gimnazijcih	49
Graf 9: Razlogi za menjavo mobilnega telefona pri dijakih PKŠ	50
Graf 10: Razlogi za menjavo mobilnega telefona pri gimnazijcih	51
Graf 11: Vrnitev mobilnega telefona v primerna zbirna mesta pri dijakih PKŠ	52
Graf 12: Vrnitev mobilnega telefona v primerna zbirna mesta pri gimnazijcih	52
Graf 13: Zvestoba blagovnim znamkam mobilnih telefonov pri dijakih PKŠ	53
Graf 14: Zvestoba blagovnim znamkam mobilnih telefonov gimnazijcev	53
Graf 15: Prevladujoče blagovne znamke pri dijakih PKŠ	53
Graf 16: Prevladujoče blagovne znamke pri gimnazijcih	54
Graf 17: Uporaba mobilnega telefona pri dijakih PKŠ	55
Graf 18: Uporaba mobilnega telefona pri gimnazijcih	55
Graf 19: Pomembnost funkcij mobilnega telefona dijakom PKŠ	56
Graf 20: Pomembnost funkcij mobilnega telefona gimnazijcem	57
Graf 21: Dnevna količina poslanih SMS-sporočil pri dijakih PKŠ	58
Graf 22: Dnevna količina poslanih SMS-sporočil pri gimnazijcih	58
Graf 23: Dneva poraba pogovornih minut pri dijakih PKŠ	59
Graf 24: Dneva poraba pogovornih minut pri gimnazijcih	60
Graf 25: Plačniki mobilnih storitev pri dijakih PKŠ	60
Graf 26: Plačniki mobilnih storitev pri gimnazijcih	61
Graf 27: Koliko bi dijaki PKŠ odšteli za mobilni telefon	62
Graf 28: Koliko bi gimnazijci odšteli za mobilni telefon	62
Graf 29: Stroški mobilne telefonije na mesec pri dijakih PKŠ	63
Graf 30: Stroški mobilne telefonije na mesec pri gimnazijcih	63
Graf 31: Odnos dijakov PKŠ do varčevanja na področju mobilne telefonije	64
Graf 32: Odnos gimnazijcev do varčevanja na področju mobilne telefonije	65
Graf 33: Preračunavanje stroškov na letni ravni pri dijakih PKŠ	66
Graf 34: Preračunavanje stroškov na letni ravni pri gimnazijcih	66
Graf 35: Naročniški paketi, ki jih uporabljajo dijaki PKŠ	68
Graf 36: Uporaba mobilnih operaterjev pri gimnazijcih	68
Graf 37: Naročniški paketi, ki jih uporabljajo gimnazijci	68
Graf 38: Zamenjava operaterja pri dijakih PKŠ	70
Graf 39: Vezava mobilnega telefona na naročniško razmerje pri dijakih PKŠ	71
Graf 40: Vezava mobilnega telefona na naročniško razmerje pri gimnazijcih	71
Graf 41: Seznanjenost dijakov PKŠ s pogodbenimi obveznostmi	72
Graf 42: Seznanjenost gimnazijcev s pogodbenimi obveznostmi	72
Graf 43: Pripravljenost dijakov PKŠ na teden brez mobilnega telefona	73
Graf 44: Pripravljenost gimnazijcev na teden brez mobilnega telefona	73

KAZALO SLIK

Slika 1: Oblike ter modeli mobilnih telefonov se skozi čas hitro spreminjajo	11
Slika 2: Martin Cooper	12
Slika 3: Motorola dynaTAC 8000x	12
Slika 4: Razvoj mobilnih sistemov v svetu	14
Slika 5: Bazna postaja v Dragatušu	16
Slika 6: Bazna postaja nad Irčjo vasjo	16
Slika 7: Logotip Mobitela	18
Slika 8: Primer oglaševanja v prodajnem katalogu Zima 2010	19
Slika 9: Logotip Simobila	23
Slika 10: Primer oglaševanja na internetni strani simobil.si	24
Slika 11: logotip MMobila	28
Slika 12: Primer oglaševanja na internetni strani mmobil.si ³⁸	28
Slika 13: Vrednostna kartica MMOBIL	30
Slika 14: SIM kartica	30
Slika 15: Logotip Tušmobila	30
Slika 16: Primer oglaševanja na internetni strani tušmobil.si	31
Slika 17: Logotip Debitela	33
Slika 18: Primer oglaševanja po televiziji	34
Slika 19: Logotip Izimobila	37
Slika 20: Primer reklamiranja na internetni strani izimobil.si	38

POVZETEK

Ko se danes vprašamo, kaj nam predstavlja mobilni telefon v vsakodnevnem življenju, spoznamo, da se brez njega težko organiziramo in sporazumevamo z drugimi. Seveda predstavlja velik strošek za posameznika, sploh sedaj, ko smo v gospodarski krizi, zato smo se odločile, da bomo raziskale intenzivnost uporabe mobilnih telefonov med srednješolci na Celjskem. V raziskovalni nalogi z naslovom Mobilna telefonija med mladimi - Itak smo se osredotočile na problem stroškovnega zavajanja operaterjev.

Povprašale smo glavne operaterje, kateri mobilni telefoni gredo najbolj v prodajo in pri katerih paketih. Žal nam je odgovoril le Simobil. Tako smo primerjale cene petih najpogostejših telefonov. Raziskale smo, koliko znašajo mesečni stroški, koliko so dijaki pripravljeni odšteti za mobilni telefon in če so morda pripravljeni preživeti teden brez telefona. Ankete smo izvedle na poklicni in strokovni šoli ter na gimnaziji, saj so nas zanimale razlike pri uporabi mobilnih telefonov med dijaki dveh različnih šol. Tako smo prišle do končnega rezultata, ki nas ni presenetil, saj smo predvidevale, da gimnazijci manj uporabljajo mobilne telefone, bolj skrbijo za recikliranje le-teh in so pripravljeni več odšteti zanje kot dijaki poklicne in strokovne šole, ki mobilne telefone uporabljajo pogosteje, pomemben pa jim je predvsem videz mobilnega telefona.

1 UVOD

1.1 OPREDELITEV PODROČJA IN RAZISKOVALNEGA PROBLEMA

Človek je družabno bitje, zato ima razvito željo po druženju in sporazumevanju. Med mladimi je med najmodernejšimi načini za navezovanje stikov mobilni telefon, saj je danes že povsem normalno, da ima vsak najstnik svoj mobilni telefon že precej zgodaj in da sledi najsodobnejšim inovacijam na tem področju. Prav tako mobilni telefon predstavlja samoumevno dobrino, ki se pogosto pokaže kot statusni simbol mladostnika v družbi.

Mobilni operaterji vse bolj oglašujejo najrazličnejše ponudbe naročniških paketov, vendar marsikomu v času gospodarske krize in nasploh predstavlja mobilni telefon velik strošek.

Omenjena tema se nam zdi še posebej aktualna, ker so mladi odlična ciljna skupina oglaševalcev mobilne telefonije, saj na tem področju dandanes med njimi ni čutiti varčevanja. Iz tega predvidevamo, da niso samoplačniki, temveč jim stroške mobilne telefonije pokrivajo starši. Prav tako so premalo seznanjeni s pogodbeno obveznostjo, ki jo ob sklenitvi podpišejo. Posledice nepazljivosti pa jih lahko stanejo novih stroškov.

Menimo, da so ponudbe in oglaševanja pogosto zavajajoča in vplivajo na končni nakup mobilnega telefona ter na izbiro operaterja. Vse večkrat pa lahko opazimo, da smo premalo seznanjeni z informacijami, kako mobilni telefon vpliva na naše zdravje.

1.2 DOLOČITEV RAZISKOVALNIH CILJEV

1.2.1 CILJI V TEORETIČNEM DELU

S pomočjo strokovne literature želimo s področja mobilne telefonije ugotoviti oz. predstaviti:

- nastanek prvega mobilnega telefona in omrežja;
- razvoj mobilne telefonije skozi čas do danes;
- kateri mobilni operaterji delujejo pri nas in kakšni so njihovi pričetki delovanja;
- ponudbe mobilnih operaterjev;
- katera ponudba mobilnih storitev je za mlade najugodnejša;
- kakšni so stroški telefonije po redni in mednarodni tarifi različnih operaterjev;
- kaj vsebujeta pogodba o sklenitvi naročniškega razmerja in aneks;
- tveganja, ki jih prevzemamo ob sklenitvi naročniškega razmerja;
- posledice predhodne prekinitve naročniškega razmerja;
- primerjavo rednih cen mobilnih telefonov in cen, vezanih na naročniško razmerje;
- kako mobilni telefon vpliva na človekovo zdravje.

1.2.2 CILJI V PRAKTIČNEM DELU

V praktičnem delu želimo raziskati:

- kdaj so dijaki začeli uporabljati prvi mobilni telefon;
- na koliko časa menjajo mobilni telefon in zaradi katerih razlogov;
- ali so ozaveščeni o vrnitvi mobilnih telefonov, ki niso več v uporabi, v primerna zbirna mesta;
- ali ostajajo zvesti določenim blagovnim znamkam;
- katere funkcije mobilnega telefona so za dijake pomembne;
- katero mobilno omrežje uporablja večina dijakov;
- ali so že kdaj zamenjali mobilno omrežje in zakaj;
- za kaj uporabljajo mobilni telefon;
- kateri operater je pri nas najugodnejši;
- koliko dnevno uporabljajo mobilni telefon za SMS-sporočila in pogovorne minute;
- kdo pokriva stroške mobilne telefonije;
- koliko znašajo stroški mobilne telefonije na mesec;
- ali se ob sklenitvi naročniškega razmerja podrobno seznanijo z vsebino pogodbe oz. aneksa;
- ali se zavedajo tveganj, ki jih prevzamejo ob sklenitvi naročniškega razmerja in koliko jih je imelo zaradi nepazljivosti težave;
- ali v času gospodarske krize na tem področju bolj varčujejo;
- ali se jim zdi pomembno preračunavati, koliko je letnih stroškov;
- ali so pripravljeni preživeti teden brez mobilnega telefona.

1.3 OPREDELITEV HIPOTEZ

Pri izvajanju raziskovalne naloge smo določile naslednje hipoteze:

H 1: Prvi mobilni telefon je nastal po letu 1970.

H 2: Prvi mobilno omrežje v Sloveniji je bil Mobitel.

H 3: Več kot 50 % anketirancev je zvesto določeni blagovni znamki.

H 4: Več kot 40 % anketiranih dijakov je uporabnikov omrežja Mobitel.

H 5: Dijaki Poslovno-komercialne šole Celje uporabljajo mobilni telefon pogosteje kot dijaki I. gimnazije v Celju.

H 6: Več kot 70 % anketirancem plačujejo stroške mobilne telefonije starši.

H 7: Več kot 70 % dijakov ima mobilni telefon vezan na naročniško razmerje.

H 8: 90 % anketiranih dijakov ne prebere sklenitvene pogodbe o naročniškem razmerju.

H 10: Vsaj 30 % dijakom se zdi pomembno preračunati stroške mobilne telefonije na leto.

H 11: 80 % dijakov ni pripravljenih preživeti tedna brez mobilnega telefona.

1.4 METODOLOGIJA

Raziskovanje je potekalo v več fazah. Da smo uspešno izdelale nalogo, smo se najprej lotile podrobnejšega pregleda glavnih sekundarnih virov (knjig, revij, spletnih strani). Nato smo opredelile problem, postavile cilje v teoretičnem in praktičnem delu ter določile hipoteze. Uporabile smo metodo opisovanja oz. deskripcije, saj smo opisale mobilne operaterje v Sloveniji, s komparativno metodo pa je sledila primerjava ugodnosti njihovih ponudb mobilnih storitev. Največ podatkov so nam nudile spletne strani mobilnih operaterjev. Osnovo za nadaljevanje raziskovanja so nam predstavljali zbrani podatki.

V primarni raziskavi smo z anonimnimi anketami analizirale področje mobilne telefonije med dijaki. Raziskava je potekala na Poslovno-komercialni šoli Celje in na I. gimnaziji v Celju. Nazadnje je sledilo povzemanje ugotovitev in stališč z metodo kompilacije.

1.5 OMEJITVE PRI RAZISKAVI

Pri izdelavi raziskovalne naloge smo bile omejene s časom ter viri. Težavo nam je predstavljalo tudi nenehno spreminjane ponudbe operaterjev.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 MOBILNI TELEFON

2.1.1 UPORABA MOBILNEGA TELEFONA

Mobilni telefon je prenosna elektronska telekomunikacijska naprava z osnovnimi funkcijami, enakimi stacionarnemu telefonu in z brezžično povezavo s telefonskim omrežjem, ki komunicira preko baznih postaj povezanih z običajnim telefonskim sistemom. Poleg osnovnih ima tudi številne dodatne funkcije kot je pošiljanje kratkih sporočil (SMS – Short Message Service), prenos podatkov (MMS – Multimedia Messaging System), fotografiranje, snemanje in dostop do interneta. Danes je pridobil naziv »pameten telefon«, saj postaja podatkovna naprava, pri kateri je telefoniranje zgolj ena izmed funkcij. Imajo pa čedalje več računalniških zmožnosti. Največji proizvajalci mobilnih telefonov danes so Samsung, HTC, Nokia, LG, Sony Ericsson ter Motorola.



Slika 1: Oblike ter modeli mobilnih telefonov se skozi čas hitro spreminjajo¹

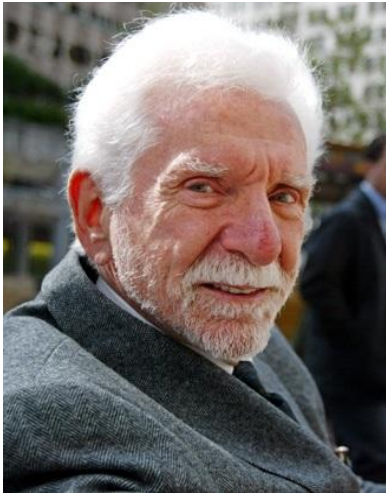
2.2 RAZVOJ SKOZI ČAS

2.2.1 NASTANEK PRVEGA MOBILNEGA TELEFONA

Prvi mobilni telefon je leta 1978 izumil Martin Cooper, direktor podjetja Array Comm, ki je z napravo, podobno zidaku poklical v centralo podjetja AT&T. Tehtal je skoraj kilogram, velik je bil 25 centimetrov, deloval je na celični sistem, kar omogoča večkratno uporabo istih frekvenc, hkrati pa zmanjšuje potrebno moč oddajnikov, ki so povezani v mrežo. Mobilne telefone na celični sistem so razvili v Bellovih laboratorijih in so jih nameravali uporabljati za telefone v avtomobilih. Oddajniki delujejo lokalno, kar pomeni, da vsak s svojim signalom pokriva območje v svojem okolju. Prvi mobilni telefoni so imeli zelo robustne sprejemnike ter velike oddajnike, nameščene v avtomobilu. Nadomestili so jih žepni sprejemniki z zelo majhno oddajno močjo (dovolj je bila pokritost signala na območju ene celice). Za pojavitev prvih mobilnih telefonov v širši javnosti je bilo porabljenih 90 milijonov dolarjev in celih petnajst let dela.

¹ <http://www.celtnet.org.uk/mobile-phone/img/mobile-evolution.gif>

Leta 1982 je prišlo do prave prenosne revolucije, saj so se pojavljali novi proizvajalci mobilnih telefonov, mobilna telefonija pa se je pospešeno razvijala. Slovenski trg mobilne telefonije je odlično razvit, saj ima po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije dve tretjini družin v državi vsaj en mobilni telefon.²



Slika 2: Martin Cooper³



Slika 3: Motorola dynaTAC 8000x⁴

2.2.2 RAZVOJ PRVE GENERACIJE MOBILNIH SISTEMOV⁵

Mobilna telefonija se je pričela z analognim sistemom, ki se s kratico NMT imenuje Nordic Mobile Telephone. Razvil se je v osemdesetih letih v državah Skandinavije (Norveška, Danska, Švedska in Finska) ter se razširil po celotni Evropi, uporabljati pa so ga pričeli tudi v nekaterih državah drugih celin. V začetku je uporabljal zagrebško centralo, nato pa se je osamosvojil. Zaradi omejenega števila uporabnikov je omrežje zahtevalo z nabavo telefona visoko priključnino (sprva je znašala takratnih 8 tisoč mark, kasneje 3 tisoč⁶). Naročnina je znašala 50 mark, cena pogovora na minuto pa pol marke med višjo in četrto med nižjo tarifo. Vendar zaradi visokih cen ni bilo velikega zanimanja, zato so se cene znižale. Število baznih postaj je zraslo do današnjih 178. V prvem letu je sklenilo naročniška razmerja 2434 uporabnikov, kasneje pa se jih je ustalilo med 42 in 43 tisoč.

Analogni sistem NMT se je tudi v Sloveniji močno uveljavil. Namenjen je bil uporabi znotraj Slovenije in na Hrvaškem, njegova omrežna skupina je bila 0609, od leta 1991 do 2006 ga je upravljala družba Mobitel, nato so ga ukinili. Deloval je v frekvenčnem območju 410 Mhz. V združeni Evropi je postajal vedno večji problem preobremenljivosti omrežja, tako da se je kmalu začelo razmišljati o enotnem evropskem mobilnem omrežju brez omejenosti na državne meje.

² Povzeto po:

http://www.gimvic.org/projekti/projektno_delo/2004/2f/mobilnatelefonija/Telefonija%20v%20Sloveniji.html

³ http://www.androidspin.com/wp-content/uploads/2010/03/martin_cooper.jpg

⁴ http://www.techfresh.net/wp-content/uploads/2007/09/mobilefirst_5.jpg

⁵ Povzeto po: <http://www.knjiznica-celje.si/raziskovalne/4200805201.pdf>

⁶ 1€ = 1,95583 DEM

2.2.3 RAZVOJ DRUGE GENERACIJE MOBILNIH SISTEMOV ⁷

Leta 1982 je evropska organizacija za poštno in telekomunikacijske storitve CEPT ustanovila digitalno tehnologijo Group Special Mobile (kratica GSM) z namenom, da bi razvili skupno Evropsko omrežje. GSM je postal najpopularnejši svetovni standard mobilnih telekomunikacij, saj uporablja tudi digitalni prenos zvoka, sporočil in ostalih podatkov. Glavni proizvajalci mobilnih telefonov kot so Nokia, Ericsson in Siemens so pričeli zagotavljati zadostno ponudbo aparatov, saj je leta 1987 15 telekomunikacijskih operaterjev iz 13 držav v Københavnu podpisalo zgodovinsko pogodbo o sodelovanju in o tem, da bodo do začetka julija 1991 vzpostavili digitalno omrežje po vseh večjih mestih ter jih povezali med seboj. Omenjena pogodba velja za temelj prvega globalnega mobilnega sistema, saj danes GSM storitve uporablja preko 2 milijardi ljudi v več kot 212 državah.

2.2.4 NADALJNI RAZVOJ – NADGRADNJE DRUGE GENERACIJE MOBILNIH SISTEMOV ⁸

Hiter razvoj interneta in s tem tudi večja potreba po hitrosti prenosa podatkov s spleta sta oblikovala novo multimedijsko generacijo ljudi. Prva nadgradnja sistema druge generacije, katerega slabost je bila počasnost prenosa podatkov, je bila tehnologija HSCSD (High Speed Circuit Switched Data), ki je omogočila večjo hitrost prenosa.

Imela pa je slabost, in sicer to, da je morala biti stalna povezava med dvema točkama, četudi ni bilo dejanskega prenosa podatkov. Naslednja nadgradnja GSM pa je tehnologija GPRS (General Packet Radio Service oz. paketni prenos podatkov), ki je podobna tehnologiji HSCSD. Odpravila je njene slabosti, saj so se storitve nato obračunavale na podlagi dejanske količine prenesenih podatkov, poleg tega pa je bilo omrežje manj obremenjeno.

2.2.5 POJAV TRETJE GENERACIJE ⁹

Tretjo generacijo mobilnih sistemov predstavlja UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), ki pomeni univerzalni sistem mobilnih telekomunikacij in naj bi bil zaključek kongverence vseh sistemov. Je osnova za brezžično multimedijsko komunikacijo, ki ga oblikujeta visoka kakovost in zmogljivost, s tem pa uporaba in razvoj že znanih ter tudi novih storitev. Veliko vsebin in storitev tretje generacije je bilo omogočenih že s sistemom GSM/GPRS, sistem UMTS pa te storitve nadgrajuje in omogoča videotelefonijo, vse podatkovne storitve v primerjavi s prejšnjima generacijama potekajo mnogo hitreje.

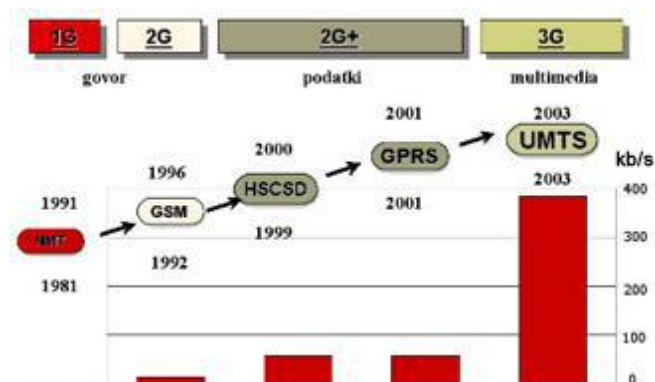
V razvoju in celo v uporabi je že četrta generacija mobilnih sistemov (kratica 4G), ki je usmerjena v brezmejno integracijo obstoječih brezžičnih tehnologij. Glavno vodilo je predvsem podpora obsežnim in posebnim storitvam.

⁷ Povzeto po: <http://sl.wikipedia.org/wiki/GSM>

⁸ Povzeto po: <http://www.uporabnastran.si/telekomunikacije/mobilnatelefonija/hsdpa.htm>

⁹ Povzeto po: <http://sl.wikipedia.org/wiki/UMTS>

V Sloveniji pa bo potrebnega še nekaj časa, da se bodo mobilni operaterji odločili za nadgradnjo omrežja na četrto generacijo, saj še vedno poteka dograjevanje omrežja UMTS. Najbližje 4G je Mobitel.



Slika 4: Razvoj mobilnih sistemov v svetu ¹⁰

2.3 (NE)DOKAZANI VPLIV SEVANJA MOBILNIH TELEFONOV NA ZDRAVJE

Zaradi vedno pogostejše rabe mobilnih telefonov v vsakdanjem življenju se pojavlja vprašanje, ali njihovo sevanje ogroža naše zdravje, saj se znanstveniki namreč že vrsto let ukvarjajo s tem. Proizvajalci in operaterji menijo, da ni trdnih dokazov, ki bi potrjevali nevarnost mobilnih telefonov, saj se kljub njihovi škodljivosti prodaja ne bo prav veliko zmanjšala. Kljub temu da se na leto opravi od 8 do 10 tisoč raziskav, je področje sevanja mobilnih telefonov še v veliki meri nerazjasnjeno in na dokončno potrditev raziskav bomo morali počakati še nekaj let.

2.3.1 SAR ¹¹

Mobilni telefoni so radijski oddajniki zelo majhnih moči, ki oddajajo in sprejemajo elektromagnetna sevanja v področju mikrovalov. Če želimo ugotoviti morebitne škodljive učinke sevanja na človeka, je potrebno določiti gostoto toka v človeškem telesu. Za ocenjevanje njenih bioloških učinkov ter s tem omejevanje izpostavljenosti se v Evropi uporablja lokalna omejena SAR 2 W/kg, porazdeljena prek tkiva mase 10 g v 6-minutnem intervalu. SAR (Specific Absorption Rate) je kratica za stopnjo specifične absorpcije, ki določa količino energije, ki jo telo absorbira med uporabo mobilnega telefona. Enota je vat na kilogram (W/kg). V EU se uporablja mejna vrednost SAR 2W/kg, porazdeljene prek 10 g tkiva v glavi, ki temelji na standardih in priporočilih Mednarodne komisije za varstvo pred neioniziranimi sevanji (ICNIRP).

Ker meritve SAR v človeškem telesu niso mogoče, je ena izmed možnosti določitve SAR meritev na fantomu. Fantom je poenostavljen model človeškega telesa, v njem pa robotsko krmiljene merilne sonde izmerijo vrednosti SAR. Dejanska vrednost SAR

¹⁰ <http://www.fu.uni-lj.si/diplome/pdfs/diplomska/marsicmateja.pdf>

¹¹ Povzeto po: <http://www.inis.si/index.php?id=28>

med uporabo mobilnega telefona je večinoma mnogo nižja od najvišje dovoljene vrednosti.

Mobilni telefoni so zasnovani tako, da praviloma porabijo minimalno količino potrebne moči za doseganje najbližje bazne postaje. Vsi mobilni telefoni, ki so v ponudbi na trgu, morajo ustrezati mednarodnim standardom in mejnim vrednostim SAR. Proizvajalec je pred začetkom prodaje dolžan za vsak nov tip mobilnega telefona določiti največjo vrednost SAR v uporabnikovi glavi med uporabo tega mobilnega telefona. Vrednosti SAR za posamezne mobilne telefone so navedene v navodilih za uporabo, objavljene na domačih straneh proizvajalcev mobilnih telefonov, zbrane so tudi na domači strani projekta Forum EMS.

Stopnja sevanja se med našim gibanjem ves čas spreminja. Izhodno moč telefona navadno določa bazna postaja glede na njeno oddaljenost. Bazne postaje so tehnološko kompleksne sprejemno-oddajne naprave, katerih namen je vzpostavljati kakovostno dvosmerno radijsko povezavo med mobilnim omrežjem in uporabnikovim mobilnim telefonom, hkrati pa so priključene v mobilni sistem na kontrolnik baznih postaj. Strokovnjaki trdijo, da je v bližini bazne postaje sevanje nižje, z oddaljevanjem od nje pa se stopnja sevanja povečuje. Čim bližje smo torej bazni postaji, tem manj moči je potrebno za vzpostavitev zveze. S tem so nižje tudi vrednosti SAR.

2.3.2 BAZNE POSTAJE

Zaradi večjega števila uporabnikov mobilne telefonije se povečujejo potrebe po dopolnitvi signala, zato gradnje novih baznih postaj povzročajo nezadovoljstvo tamkajšnjih prebivalcev. Zasedile smo dva primera težav ob gradnjah baznih postaj Simobila in Mobitela.

Članek iz leta 2009 govori o krajanih iz Dragatuša, ki so si že od leta 2007 prizadevali, da bi premestili Simobilovo anteno drugam, in se odločili, da bodo protestirali s tožbo. S Simobilom so se pogovorili in jim predlagali dve primernejši lokaciji. Kljub temu je Simobil še naprej trdil, da so meritve pokazale, da je sedanja lokacija edino primerno mesto. Po pripovedovanju krajanov pa se je ravno tisti čas na njihovih mobilnih telefonih slišalo slabše kot prej, kar je po njihovo zagotovo posledica nizke postavitve bazne postaje. Kljub temu da je upravno sodišče RS tožbo krajanov pritrdilo in razveljavilo gradbeno dovoljenje, antena še vedno stoji, deluje ter ima uporabno dovoljenje. Ministrstvo za okolje in prostor je 17. julija 2009 izdalo odločbo, ki prepoveduje ponovno izdajo gradbenega dovoljenja za gradnjo že obstoječe bazne postaje. Po pričakovanjih krajanov naj bi Simobil hitro poiskal novo lokacijo, sicer bi ostal brez električne energije, ko njegovo gradbeno dovoljenje ne bo več veljavno.¹²

Ker o odstranitvi Simobilovih baznih postaj nismo mogle pridobiti natančnih informacij iz člankov, smo opravile telefonske klice z nekaj krajanji Dragatuša. Vsi so nam zagotovili, da s tožbo niso nič dosegli in da Simobilova antena še vedno stoji.

¹² Povzeto po: <http://www.lokalno.si/si/aktualno/ljudje/?id=23868>



Slika 5: Bazna postaja v Dragatušu ¹³

Drug primer je iz osnovne šole Drska, kjer so protestirali proti gradnji bazne postaje Mobitela v njihovi neposredni bližini na Šipčevem hribu. Mobitel je imel vso potrebno dokumentacijo za gradnjo in gradbeno dovoljenje s soglasjem Mestne občine Novo mesto. Nato je bil njihov namen zgraditi kar dve bazni postaji, zato so krajani napovedali nove proteste, vendar Mobitel vztrajno zatrjuje o neškodljivosti sevanja za tamkajšnje prebivalce.¹⁴



Slika 6: Bazna postaja nad Irčjo vasjo ¹⁵

2.3.2 VPLIV NA MOŽGANE ¹⁷

Znano je, da imajo mikrovalovna sevanja škodljiv učinek na delovanje imunskega in živčnega sistema živih organizmov, predvsem v tem, da povečujejo odtok kalcija iz nevronov in da znižajo imunsko učinkovitost levkocitov v krvi. Raziskave pa so tudi pokazale, da mikrovalovi povzročajo biološke spremembe. Zato po njegovem mnenju ne moremo izključiti možnosti, da obstajajo še kakšni, doslej neraziskani učinki mobilnih telefonov na človeške možgane.

Poleg tega je raziskava še pokazala, da otroci in mladostniki, ki pogosteje uporabljajo mobilne telefone, navajajo več zdravstvenih težav kot njihovi sovrstniki, ki mobilne telefone uporabljajo redkeje. Najmočnejša povezava se je pokazala med uporabo mobilnega telefona in glavoboli, astmatskimi težavami ter slabšo koncentracijo.

¹³ http://www.dnevnik.si/uploads/image_cache/19c13bd78a58a778f0f6ca00b93d6290.jpeg

¹⁴ Povzeto po: <http://www.lokalno.si/si/aktualno/ljudje/?id=16759>

¹⁵ http://www.lokalno.si/media/objave/slike/LA/glavna/v/2009/1/20/csc_2928.jpg

2.3.3 POVZROČANJE RAKA ¹⁷

Deset ali več let uporabe mobilnih telefonov zvišuje možnost rakavih obolenj, zlasti akustičnega živca oziroma benignega tumorja slušnih živcev. Nevarnost je skoncentrirana predvsem na mesto, kjer je mobilni telefon prislone na uho. Medtem ko so strokovnjaki ugotovili, da pri ljudeh, ki uporabljajo mobilne telefone manj kot deset let, ni znakov povečane nevarnosti rakastih obolenj. Kar 150 prostovoljcev od 600 zdravih ljudi, ki so sodelovali v študiji, je zaradi uporabe mobilnih telefonov zbolelo za akustičnim nevromom. Med drugim so znanstveniki dokazali, da se tveganje zvišuje z dobo uporabe mobilnega telefona. Nevarnost akustičnega nevrona se pri uporabi mobilnih telefonov več kot deset let skoraj podvoji.

2.3.4 ZMANJŠANJE PLODNOSTI ¹⁷

Ugotovili so, da mobilni telefon zmanjšuje število spermijev in vpliva na plodnost. Moški, ki mobilni telefon nosi okoli pasu ali v žepih, proizvede v mililitru sperme v povprečju 23 milijonov semenčic manj, njihove preostale spolne celice pa so slabše gibljive. Oboje skupaj tako zmanjšuje možnost za uspešno oploditev. V kubičnem mililitru sperme je običajno okoli 40 milijonov semenčic, zaradi sevanja mobilnega telefona naj bi tako spolne žleze proizvedle več kot pol manj spermijev kot običajno.

2.3.5 VPLIV NA LEDVICE ¹⁶

Radijski valovi, ki se sprožijo ob uporabi telefona, vplivajo predvsem na otroke in mladostnike, ki držijo telefon ob pisanju sporočil v višini ledvic. Zdravniki opozarjajo tudi na nevarnost vključenega mobilnega telefona v torbici na pasu.

2.3.6 PRIPOROČLJIVI NASVETI ¹⁷

Čeprav ni prepričljivih dokazov, da bi nam sevanje mobilnih telefonov škodilo, je priporočljivo upoštevati preventivne ukrepe:

- pri telefoniranju uporabljamo prostoročni komplet,
- telefonske pogovore skrajšamo na najnujnejše,
- mobilni telefon držimo čim dlje od telesa,
- izberemo mobilne telefone z nižjimi vrednostmi SAR, le-te so navedene na telefonu.

K varovanju okolja lahko prispevamo sami, saj lahko z neprimernim ravnanjem z odpadnim mobilnim telefonom ogrožamo svoje zdravje, zdravje drugih ljudi in povzročimo neugodne vplive na okolje. Zato kupimo mobilni telefon, ki vsebuje manj toksičnih snovi oziroma ga lahko recikliramo. Rabljen mobilni telefon prodajmo, podarimo ali oddajmo v reciklažo. Iztrošene baterije mobilnega telefona oddajmo v zbirni center oziroma premično zbiralnico nevarnih odpadkov komunalnega podjetja. Ne odvrzimo jih med komunalne odpadke.

¹⁶ Povzeto po: http://www.geobiologija.net/vpliv_mobilnikov_na_zdravje.htm

¹⁷ Povzeto po: <http://moj.dnevnik.si/novice/slovenija/213850>

2.3.7 ZANIMIVOSTI ¹⁸

- V Afriki je število mobilnih telefonov večje od števila stacionarnih telefonskih linij, njuno razmerje v prid mobilnih telefonov pa je višje kot na katerem koli drugem kontinentu.
- Februarja leta 2000 je bilo 38 % prebivalcev Slovenije lastnikov mobilnega telefona.
- V ZDA, ki je takoj za Kitajsko drugi največji trg z mobilnimi telefoni, ljudje stare mobilne telefone zamenjajo z novimi v povprečno 18 mesecih.
- Mobilni telefon deluje pri največji moči 0,6 vatov, mikrovalovna pečica pa pri moči 600 do 1100 vatov.
- Mobilni telefoni privlačijo k našim glavam več radijskih valov kot večina ostalih elektronskih naprav, kar predstavlja določeno nevarnost za zdravje. Vendar dolgoročni podatki o povezavi med mobilnimi telefoni in rakom še niso dostopni.
- Na Valentinovo leta 2003 so Britanci preko mobilnih telefonov poslali kar 78 milijonov SMS-ov.

2.4 SLOVENSKI PONUDNIKI MOBILNIH STORITEV

2.4.1 MOBITEL

Mobitel d. d. je kot prvo mobilno omrežje v Sloveniji leta 1991 ustanovil SP PTT Ljubljana kot podjetje z omejeno odgovornostjo; z vplačilom dodatnega kapitala so se konec leta pridružila še druga PTT-podjetja Slovenije, leta 1992 pa se je preoblikoval v delniško družbo. Po reorganizaciji PTT-podjetja Slovenija v letu 1994 in z ločitvijo poštnih in telekomunikacijskih dejavnosti je postal 100-odstotni lastnik družbe Mobitel Telekom Slovenije, nacionalni operater telekomunikacij. Danes je vodilni mobilni operater, saj je ob koncu leta 2009 imel kar 1317224 uporabnikov. Prepoznamo ga po sloganu: »Najmočnejše vezi so tiste, ki jih ne vidimo«. ¹⁹

Vse bolj se uveljavlja tudi kot dobavitelj ponudb, ustvarjenih v sodelovanju s članicami skupine Telekom Slovenije. Mobitelov tržni delež je kljub izraziti konkurenci skoraj 60-odstoten, kar je dokaz, da uporabniki cenijo korekten odnos in visoko kakovost storitev po primerni ceni. Mladi največ uporabljajo naročniški paket Itak Džabest. ²⁰



Slika 7: Logotip Mobitela²¹

¹⁸ Povzeto po: <http://www.uporabnastran.si/telekomunikacije/mobilnatelefonija/zanimivosti.htm>

¹⁹ Povzeto po: <http://www.mobitel.si/splosno/o-podjetju.aspx>

²⁰ Povzeto po: http://itm.si/ol.net/doc/2010/5/ts_porocilo_slo_final_screen.pdf

²¹ http://www.basket.krka.si/media/objave/galerija/Logo_Mobitel.jpg

2.4.1.1 REKLAMNE AKCIJE

Njihovo oglaševanje je kar intenzivno. V arhivu spletne strani Mobitel d. d. se nahaja 26 televizijskih oglaševanj o najrazličnejših ponudbah in menimo, da so privlačne, saj pritegnejo gledalca tudi z glasbenimi motivi. Kar pogosto izdajajo prodajne kataloge za določena obdobja, ponavadi so to za pomlad, poletje, jesen in zimo. V njih se nahajajo najnovejše ponudbe mobilnih telefonov in ostalih storitev. Največ ponudb je za mobilne telefone z ekranom na dotik, kar je postal najnovejši trend med mladimi. Opazile smo, da ob pošiljki obračuna za mesečno naročnino prejemajo uporabniki poleg računa tudi najrazličnejše letake.



Slika 8: Primer oglaševanja v prodajnem katalogu Zima 2010

2.4.1.2 PRODAJA MOBILNIH TELEFONOV

NOKIA 7230	NOKIA E5	SONY ERICSSON ELM
 <p>Redna cena: 139,00 € Itak Džabest: 39,00 €</p>	 <p>Redna cena: 259,00 € Itak Džabest: 129,00 €</p>	 <p>Redna cena: 200,00 € Itak Džabest: 79,00 €</p>

Tabela 1: Mobilni telefoni Mobitela²²

Mobilni telefon lahko kupimo po redni prodajni ceni ali z vezavo na naročniško razmerje. Spodnja tabela prikazuje redne cene mobilnih telefonov, cene pri splošni akciji, za katero je pogoj sklenitev naročniškega razmerja, in prihranek. Spodaj navedene mobilne telefone smo primerjale med Mobitelom, Simobilom ter Tušmobilom.

²² <http://www.mobitel.si/telefoni-in-naprave/aparati.aspx?mo=0&te=0>

MOBILNI TELEFON	REDNA CENA	SPLOŠNA AKCIJA	PRIHRANEK
NOKIA 7230	139,00 €	39,00 €	100,00 €
NOKIA E5	259,00 €	129,00 €	130,00 €
SONY ERICSSON ELM	200,00 €	79,00 €	121,00 €

Tabela 2: Prikaz prihranka ob nakupu mobilnih telefonov Mobitela

Najcenejši mobilni telefon z osnovnimi funkcijami je na voljo po redni prodajni ceni za 49 € (blagovna znamka Nokia), za ostale pa bi pri sklenitvi naročniških razmerij po splošni akciji odšteli 1€. Cene pri paketu Džabest se gibljejo od 1 € do 600 €, na voljo je 56 mobilnih telefonov. Le-ti so z osnovnimi funkcijami dosegljivi že od 1,00 € dalje, cene zmogljivejših mobilnih telefonov pa segajo vse do 600,00 €. Prevladujeta blagovni znamki Nokia ter LG.

2.4.1.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA

Storitev	Tarifa	Cena
Klici in video klici v Mobitelovo omrežje	vse dni v letu od 05.00-24.00 vse dni v letu od 24.00 do 05.00	0,18361 €/min 0,02086 €/min
Klici in video klici v druga mobilna omrežja	vse dni in vse ure v letu	0,18361 €/min
Klici v stacionarna omrežja	vse dni in vse ure v letu	0,18361 €/min
Podatkovne zveze z internetom na številki 181818	redna 07.00-21.00 nižja 21.00-07.00	0,11017 €/min 0,05508 €/min
Paketni prenos podatkov	vse dni in vse ure v letu	0,00054 €/kB
SMS	vse dni in vse ure v letu	0,8763 €/SMS
MMS	vse dni in vse ure v letu	0,08763 €/MMS

Tabela 3: Redna tarifa Mobitela²³

Navedene cene so v € in vključujejo DDV. Veljavnost je od 1. 4. 2010.

2.4.1.4 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIJ

Sklepamo, da se le redki izmed nas ob sklenitvi naročniških razmerij natančno seznanijo s pogoji, tveganji ter možnimi posledicami nepazljivosti.

Zmotilo nas je tudi to, da je večina te dokumentacije napisane z zelo majhno pisavo, tako je težko berljiva in nepregledna. Izhajamo iz vira pogodbe ter aneksa o sklenitvi naročniškega razmerja Itak Džabest ene izmed raziskovalk. Pogodba je bila sklenjena januarja 2011 za obdobje 24 mesecev.

V njej je navedeno:

- Naročnik se s podpisom tega aneksa zavezuje in soglaša, da ne bo enostransko prekinil naročniškega razmerja ali spremenil naročniškega paketa

²³ <http://www.mobitel.si/paketi/paket-mobi.aspx>

Itak/Itak Plus/Itak Džabest v drug naročniški paket, razen pakete Povezani 33/44/55/77, še nadaljnjih 24 mesecev od dneva podpisa tega aneksa

- Naročnik in Mobitel soglašata, da z nakupom aparata UMTS po akcijski ceni naročnik pridobi ugodnost v višini 238,80 € (z DDV), katere vrednost po soglasju pogodbenih strank predstavlja razliko med vrednostjo aparata UMTS po rednem ceniku Mobitela in akcijsko vrednostjo aparata UMTS ter preostale stroške Mobitela, povezane z zagotavljanjem in izvajanjem te ugodnosti.
- Naročnik lahko kadarkoli, a ne pred iztekom veljavnosti tega aneksa, pisno odpove naročniško razmerje, dolžan pa je v celoti poravnati obveznosti iz naročniškega razmerja, nastale do dneva vrnitve naročniške SIM.
- Naročnik soglaša, da mu Mobitel, v primeru, da bo enostransko prekinil naročniško razmerje ali bo njegova naročniška številka blokirana pred iztekom veljavnosti tega aneksa v zadnjem mesečnem računu za opravljene storitve ali na posebnem računu zaračuna znesek v višini 9,95 € (z DDV) za vsak preostali mesec do izteka veljavnosti aneksa.
- V primeru, da se je naročnik ob sklenitvi tega aneksa zavezal v skladu s prejšnjo alinejo nadaljnjih 24 mesecev uporabljati naročniški paket Itak/Itak Plus/Itak Džabest in spremeni izbrani paket v katerikoli drug naročniški paket, razen v pakete Povezani 33/44/55/77, za vsak preostali polni mesec do izteka obdobja, za katerega se je zavezal uporabljati paket Itak/Itak Plus/Itak Džabest, zaračuna 3,96 € (z DDV).

S sklenitvijo pogodbenih razmerij prevzamemo kar nekaj tveganj, saj smo ob predčasni prekinitvi dolžni poravnati vse obveznosti, nastale od dneva prenehanja.

Naše mnenje je, da bi morala biti pogodba in aneks napisana pregledneje in z vidnejšo pisavo, saj marsikdo ni pozoren na pomembne informacije oziroma jih lahko pomotoma izpusti. Tako nas lahko privede do novih stroškov, kar je razvidno iz pogodbe (kot je 9,95 € zaradi enostranske prekinitve naročniškega razmerja, poleg tega pa terjajo tudi 3,96 € mesečno).

2.4.1.5 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI ²⁴

Mobitel ima na voljo:

- Osebna naročniška razmerja – Paketi Povezani Mini, Osnovni, Opti, Super, Vročje, Mega, Itak Džabest, Družinski bonus, Penzion plus paket, SOS plus paket, SOS paket, Enotni paket, Osnovni paket, Paket gluhi.
- Predplačniški paket.
- Poslovna naročniška razmerja.

2.4.1.6 ITAK DŽABEST – PAKET ZA MLADE ²⁵

Je osebni naročniški paket, ki je pričel delovati novembra 2008. Namenjen je dijakom, študentom, zaposlenim in nezaposlenim fizičnim osebam od 15. do 31. leta starosti, vsak lahko sklene le eno naročniško razmerje za obdobje 24 mesecev s pogodbo o sklenitvi naročniškega razmerja. Mesečna naročnina za naročniško razmerje se obračunava za tekoče obračunsko obdobje. Pri sklenitvi razmerja se

²⁴ Povzeto po: <http://www.mobitel.si/paketi.aspx>

²⁵ Povzeto po: <http://www.mobitel.si/paketi/itak-dzabest.aspx>

obračuna od dneva vklopa v omrežje do prvega obračunskega dne v naslednjem mesecu.²⁶

Mesečna naročnina za 19 € z DDV od 1. 8. 2010 vključuje:

- 1.000 minut pogovorov znotraj Mobitelovega omrežja,
- 200 minut pogovorov v druga slovenska omrežja (mobilna in stacionarna),
- skupno 1000 SMS in MMS,
- 100 MB prenosa podatkov.

Zakupljene količine se ne prenašajo v naslednji mesec. V primeru prekoračitve ugodnosti velja naslednji cenik pogovorov in storitev nad vključenimi količinami:

Storitev	Tarifa	Cena
Klici in video klici v Mobitelovo omrežje	Redna 00.00-24.00	0,10 €/min
Klici v druga mobilna omrežja	Redna 00.00-24.00	0,14 €/min
Klici v stacionarna omrežja	Redna 00.00-24.00	0,14 €/min
Klici v Mobitel IP	Redna 00.00-24.00	0,14 €/min
SMS	Redna 00.00-24.00	0,10 €/SMS
MMS	Redna 00.00-24.00	0,10 €/MMS
GPRS-/UMTS-podatki	Redna 00.00-24.00	0,00021 €/kB

Tabela 4: Redna tarifa Itak Džabest²⁷

Naredile smo analizo ugodnosti paketa Džabest, vključene količine bi po rednem ceniku mesečno znašale:

STORITEV	ZNESEK
1000 minut pogovorov znotraj Mobitelovega omrežja	183,61 €
200 minut pogovorov v druga slovenska omrežja (mobilna in stacionarna)	36,72 €
skupno 1000 SMS in MMS	87,63 €
100 MB prenosa podatkov	21,50 €
SKUPAJ	329,46 €

Tabela 5: Prikaz analize ugodnosti paketa Itak Džabest

Mesečna naročnina po redni tarifi torej znaša 329,46 € in je za kar 310,46 € ali 94,23 % večja od zneska Itak Džabest naročnine. Pojavilo se nam je tudi vprašanje, zakaj se jim potem splača ponujati tako ugodne storitve.

Sklepamo lahko, da je med mladimi veliko uporabnikov Džabesta, mogoče je, da ne uporabijo vseh ugodnosti ali pa je ponudba le zavajajoča.

²⁷ <http://www.mobitel.si/paketi/itak-dzabest.aspx>

2.4.2 SIMOBIL ²⁸



Slika 9: Logotip Simobila ²⁹

Drugi največji slovenski mobilni operater z omrežji GSM/GPRS/EDGE/UMTS/HSDPA je Si.mobil d. d., ki se je na trgu pojavil marca 1999 in s tem začel konkurirati Mobitelu. Sedanji lastnik je Telekom Austria Group. Na slovenskem trgu deluje pod blagovno znamko Si.mobil – Vodafone, znan je pod sloganom "Povej nekaj lepega" in začetno omrežno številko 040, ter od leta 2006 dalje 030.

Si.mobil je prvi operater v Sloveniji, ki je uporabnikom predstavil in ponudil storitve GPRS, WAP in MMS. Prav tako je med prvimi v Sloveniji in Evropi, ki je omogočil prenos podatkov preko tehnologije EDGE. Eden izmed prvih je ponudil širokopasovni mobilni internet preko lastnega omrežja UMTS/HSDPA.

Ob koncu leta 2009 je imela družba Si.mobil 348 zaposlenih, ki so skrbeli za zagotavljanje storitev 589400 uporabnikom. Leta 2010 je število uporabnikov preseglo 600000. Mladi največ uporabljajo naročniške pakete ORTO (ORTO U NULO, ORTO MUZIQ, ORTO BERI). Najbolj prodajani telefoni, na paketih Orto v zadnjih petih mesecih, so Nokia 5230, Samsung S5230 Star, SonyEricsson ELM, Nokia E5 in SonyEricsson Zyló.

Zanimivo je, da ima družba Si.mobil sklenjeno partnerstvo z vodilnim svetovnim operaterjem Vodafone, kar uporabnikom omogoča preizkušene globalne izdelke in storitve.

2.4.2.1 REKLAMNE AKCIJE

Simobil veliko vloží v reklamiranje svojih naročniških in paketnih ponudb, saj je njihove reklame možno zaslediti povsod. Največkrat se pojavijo na televiziji, kjer s svojo zanimivo vsebino in melodijo zelo pritegnejo kupca. Prav tako jih lahko opazimo na velikih plakatih ob cesti.

²⁸ Povzeto po: <http://sl.wikipedia.org/wiki/Si.mobil>

²⁹ http://szalozba.creativ.si/dokumenti/17/3/2008/Logo_simobil_rgb_2164.jpg



Slika 10: Primer oglaševanja na internetni strani simobil.si³⁰

2.4.2.2 PRODAJA TELEFONOV

<p>Nokia 7230</p>  <p>Redna cena: 129€ Orto u nulo: 30€</p>	<p>Samsung S5230 Star</p>  <p>Redna cena: 150€ Orto u nulo: 20€</p>
<p>Sony Ericsson ELM</p>  <p>Redna cena: 159€ Orto u nulo: 50€</p>	<p>Nokia E5</p>  <p>Redna cena: 239€ Orto u nulo: 110€</p>

Tabela 6: Mobilni telefoni Simobila³¹

³⁰ <http://www.simobil.si/sl/index.cp2?cid=4AFF13E1-AA61-06EC-20B2-FB40CBA2ECA0&linkid=index>

³¹ <http://www.simobil.si/sl/mobilePhones.cp2?cid=308ED48E-9A30-57B0-F1D0-37BDD9C2898F&linkid=listPhones>

MOBILNI TELEFON	REDNA CENA	CENA V PRIMERU NAROČNIŠKEGA RAZMERJA	PRIHRANEK
NOKIA 7230	129,00 €	30,00 €	99,00 €
NOKIA E5	239,00 €	110,00 €	129,00 €
SAMSUNG S5230 STAR	150,00 €	20,00 €	130,00 €
SONY ERICSSON ELM	159,00 €	50,00 €	109,00 €

Tabela 7: Prikaz prihranka pri nakupu mobilnih telefonov Simobila

Redne cene pri nakupu mobilnih telefonov se gibljejo od 129 do 159 €, v primeru naročniškega razmerja pa nam nudijo prihranek od 99 do 109 €.

2.4.2.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA

Odhodni klici		Dohodni klici	SMS	
	V Slo, EU in znotraj gostujoče države	v ostale države		
Vzpostavitev zveze	0,90 €	0,90 €	0,90 €	-
EU, Hrvaška in BiH	0,20 €	2,50 €	0,00 €	0,20 €
Črna Gora, Makedonija, Srbija in Švica	1,30 €	2,50 €	0,00 €	0,20 €
Ostale države	2,50 €	2,50 €	0,00 €	0,30 €

Tabela 8: Redna in mednarodna tarifa Simobila³²

Cene vključujejo DDV. Veljavnost je od 1. 11. 2010.

³² <http://www.simobil.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=82488C52-E8F7-C831-3AEC-E0C87EBFC6C1>

2.4.2.4 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI

Si.mobil nudi uporabnikom naslednje uporabniške pakete:

Brez naročnine	Na mesečni račun	Na kartice
Simpl Simpl si Simpl SMS	Paket SIMPL na mesečni račun	Paket SIMPL na kartice
Z naročnino		
ORTO: ORTO U NULO ORTO MUZIQ ORTO BERI	Zame: XS ZAME S ZAME M ZAME L ZAME XL ZAME	Podjetni: XS PODJETNI S PODJETNI M PODJETNI L PODJETNI XL PODJETNI

Tabela 9: Uporabniški paketi Simobila³³

2.4.2.5 PAKETI ZA MLADE ORTO ³⁴

Ti paketi so najbolj priljubljeni med mladimi. Le-ta pa je še posebej prilagojena mladostniškimi željam po komunikaciji. Namenjeni so mladim od 12. do 31. leta starosti. V mesečno naročnino na izbranem paketu ORTO je vključena 1001 minuta klicev, video klicev; 1001 SMS; 1001 MMS in 100 MB za prenos podatkov v omrežju Si.mobil. Neporabljene minute, sporočila ter MB se prenašajo v naslednji mesec. Prekoračitev se zaračuna 0,15 € na klice, SMS ter MMS sporočila in 0,0005 kB za prenos podatkov.

ORTO U NULO je namenjen najširšemu krogu uporabnikom, ki morajo mesečno plačati 10 € naročnine. ORTO MUZIQ vključuje dostop do največje glasbene zbirke melodij, z kar več kot 2 600 000 melodijami. Mesečna naročnina znaša 15 €. ORTO BERI je namenjen zgolj uporabi s telefonom BlackBerry in je namenjen tistim, ki želijo z vključenimi aplikacijami dnevno ohranjati stike s svojimi prijatelji doma in v svetu. Naročnina znaša 19 €.

³³ <http://www.simobil.si/sl/landing.cp2?cid=ECCA2E1F-6D75-D8A9-94C2-90905770B047&linkid=newhelpLanding>

³⁴ <http://www.simobil.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=82488C52-E8F7-C831-3AEC-E0C87EBFC6C1>

Paketi za mlade		ORTO U NULO	ORTO MUSIQ	ORTO BERI
Naročnina		10 €	15 €	19 €
Klici	v lastnem omrežju	0 €	0 €	0 €
	v druga mob.omrežja	0,10 €	0,10 €	0,10 €
	v stacionarna omrežja	0,10 €	0,10 €	0,10 €
Sporočilo SMS		0 €	0 €	0 €
Sporočilo MMS		0 €	0 €	0 €
Prenos podatkov		100 MB	100 MB	100 MB
Dodatne vključene storitve	Musiq Unlimited	-	DA	-
	Storitev Black Berry	-	-	DA
	Brezplačni dostop do Vodafone live	-	DA	-

Tabela 10: Uporabniški paketi za mlade Simobil ³⁵

Vse cene, ki so navedene v zgornji tabeli, veljajo za minuto pogovora znotraj Slovenije. Obračunski interval je 60/1, kar pomeni, da naročnik prvo minuto plača v celoti, ne glede na dolžino klica, od te minute dalje pa se klici obračunajo po sekundnem intervalu.

2.4.2.6 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIJ ³⁶

Naročniško razmerje med naročnikom in Si.mobilom se vzpostavi s sklenitvijo naročniške pogodbe v zahtevani obliki. V primeru izpolnitve pogojev za pogodbo, sklenjeno na daljavo, sta pogodbeni stranki zavezani tudi z določili veljavne zakonodaje. Dokazila, ki jih mora naročnik predložiti ob sklenitvi, spremembi in/ali dopolnitvi naročniške pogodbe, ne smejo biti starejša od enega meseca. Naročnik pa je lahko vsaka fizična ali pravna oseba, ki ima stalno prebivališče v Republiki Sloveniji. Če želi naročnik skleniti naročniško razmerje, mora biti polnoletna oseba, ki je poslovno sposobna in mora imeti do sklenitve s Si.mobilom poravnane vse pretekle obveznosti. Ob predložitvi ustrezne dokumentacije morajo biti razbrani ustrezni in točni podatki.

³⁵ <http://www.simobil.si/sl/landing.cp2?cid=ECCA2E1F-6D75-D8A9-94C2-90905770B047&linkid=newhelpLanding>

³⁶ <http://www.simobil.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=82488C52-E8F7-C831-3AEC-E0C87EBFC6C1>

2.4.3 MMOBIL

Mmobil je nastal leta 2006 v sodelovanju družbe Mercator, d.d. in družbe Simobil d. d. Uporabniki uporabljajo omrežje Simobil. Elektronske komunikacijske storitve torej izvaja Simobil d. d. skladno s Posebnimi pogoji uporabe Mmobil in Splošnimi pogoji za izvajanje elektronskih komunikacijskih storitev družbe Simobil d. d.³⁷



Slika 11: logotip MMobila³⁸

2.4.3.1 REKLAMNE AKCIJE

Pred leti smo zasledile nekaj oglaševanja v prodajnih centrih Mercator, sedaj pa se ne pojavlja skoraj nič več. Zasledile pa smo še nekaj na njihovi spletni strani. V prodajnem centru v Celju so nam podali informacije, da prodajajo le še vrednostne kartice za polnjenje računa.



Slika 12: Primer oglaševanja na internetni strani mmobil.si³⁸

³⁷ Povzeto po: http://www.mobil.si/o_m_mobilu

³⁸ <http://www.mobil.si/>

2.4.3.2 PRODAJA MOBILNIH TELEFONOV

V paketu Mmobil je uporabnikom na voljo nekaj mobilnih telefonov, to so:

<p>LG KP235</p>  <p>Cena: 84 € Cena s popustom: 58,80 €</p>	<p>Alcatel OT-C707</p>  <p>Cena: 95 € Cena s popustom: 66,50 €</p>
<p>Motorola F3</p>  <p>Cena: 33,00 € Cena s popustom: 23,10 €</p>	<p>Samsung SGH-X160</p>  <p>Cena: 53,40 € Cena s popustom: 37,38 €</p>

Tabela 11: Mobilni telefoni Mmobila

Ponudbe z vidika potrošnika ne ocenjujemo preveč pestro, mobilni telefoni pa imajo le osnovne funkcije, vendar so cene zato ugodnejše.

2.4.3.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA

Mmobil+	Predplačniški paket Mmobil	Predplačniški paket Mmobil+
Lastnosti in cene (z DDV) osnovnih storitev	0,07 €/min	0,08 €/min
Pogovori v omrežja drugih ponudnikov elektronskih komunikacijskih storitev v Sloveniji	0,14 €/min	0,08 €/min
Pogovori v stacionarna omrežja v Sloveniji	0,14 €/min	0,08 €/min
SMS- sporočila	0,08 €/min	0,08 €/min
MMS- sporočila	0,08 €/min	0,08 €/min
Prenos podatkov	0,0042 €/kB	0,0042 €/kB

Tabela 12: Redna in mednarodna tarifa Mmobil³⁹

³⁹ <http://www.mmobil.si/cenik>

2.4.3.4 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI

2.4.3.5 PREDPLAČNIŠKI PAKET MMOBIL

Paket Mmobil je predplačniški paket brez mesečne naročnine in priključnine. Kupi se lahko kot paket Mmobil s telefonom ali kot paket Mmobil SIM brez mobilnega telefona. Račun se polni s predplačniškimi vrednostnimi karticami Mmobil, ki so na voljo v vrednosti 5 €. To je vrednostni bon, s katerim uporabnik pridobi dobroimetje na računu, najvišje je lahko do 200 €. ⁴⁰



Slika 13: Vrednostna kartica MMOBIL ⁴¹



Slika 14: SIM kartica ⁴²

2.4.4 TUŠMOBIL

Tušmobil d. o. o. je kot tretji slovenski mobilni operater začel delovati 31. 10. 2007. Sedež Tušmobila se nahaja v Ljubljani. Zanj je značilno, da uporablja začetno omrežno številko 070, ki je nekoč veljala za mobilnega operaterja Vego. Njihov prepoznavni slogan je »Čisti računi«. Je lastnik frekvenc GSM 900 Mhz in 1800 Mhz. Ima pa tudi frekvenco UMTS 2100 Mhz. Tušmobil je steber informacijskega komunikacijskega Tuš Holdinga, ki ima v svoji ponudbi poleg mobilne telefonije še klasično ter IP-telefonijo, internetni dostop in IP-televizijo.



Slika 15: Logotip Tušmobila ⁴³

⁴⁰ Povzeto po: www.mmobil.si/ponudba/paketi_m_mobil

⁴¹ <http://www.mmobil.si/files/24002/vrednostnica.jpg>

⁴² http://www.mmobil.si/files/11676/sim_kartica_2.jpg

⁴³ <http://www.rdecinoski.org/novice/tusmobil-je-svojim-uporabnikom-omogocil-sms-doniranje-rdecim-noskom/>

2.4.4.1 REKLAMNE AKCIJE

Reklamne propagande Tušmobila najdemo v reklamnih oglasih po televiziji, na kateri prikažejo veliko naročniških in paketnih ponudb, ugodnih za naročnike. Znani so predvsem po sloganu »Vesolje veselja« in zelo zanimivih reklamah. Njihovo oglaševanje zasledimo tudi na internetu in velikih plakatih ob cestah.

IZKORISTITE TUŠMOBILOVE

**MEDNARODNE
TARIFE**

IN KLIČITE V TUJINO ŽE ZA

0,15 EUR/MIN.



Slika 16: Primer oglaševanja na internetni strani tušmobil.si⁴⁴

2.4.4.2 PRODAJA TELEFONOV

<p>Nokia 7230</p>  <p>Redna cena: 179 € Vesolje: 1 €</p>	<p>Samsung S5230 Star</p>  <p>Redna cena: 129 € Vesolje: 1 €</p>
<p>SonyEricsson ELM</p>  <p>Redna cena: 199 € Vesolje: 1 €</p>	<p>Nokia E5</p>  <p>Redna cena: 249 € Vesolje: 29 €</p>

Tabela 13: Mobilni telefoni Tušmobila⁴⁵

⁴⁴ http://www.tusmobil.si/index.php?option=com_content&view=article&id=95&Itemid=128

⁴⁵ <http://www.tusmobil.si/mobilni-telefoni.html#>

MOBILNI TELEFON	REDNA CENA	CENA V NAROČNIŠKEM RAZMERJU	PRIHRANEK
NOKIA 7230	179,00 €	1,00 €	178,00 €
NOKIA E5	249,00 €	29,00 €	220,00 €
SAMSUNG S5230 STAR	129,00 €	1,00 €	128,00 €
SONY ERICSSON ELM	199,00 €	1,00 €	121,00 €

Tabela 14: Prikaz prihranka pri nakupu mobilnih telefonov

Redne cene mobilnikov se gibljejo od 179 € do 249 €, v primeru naročniškega razmerja pa nam nudijo od 121 € do 220 € prihranka.

2.4.4.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA ⁴³

Mednarodne tarife	Svetovna tarifa	Ostali svet	Amerika Ekspres	Orient Ekspres	Export Import	Evropa Ekspres	Balkan Ekspres
Klic iz SLO v mob. omrežje	0,33€/min	0,99 €/min	0,15 €/min			0,30 €/min	
Klici iz SLO v stacionarno omrežje	0,33€/min	0,99 €/min			0,15 €/min		
SMS – naročniki	0,10 €/min	0,20 €/min			0,08/ €/min		
SMS-predplačniki	0,08€ /min	0,20 €/min			0,08 €/min		

Tabela 15: Redna in mednarodna tarifa Tušmobila⁴⁶

Klici v tuja mobilna omrežja so pogosto cenejši od klicev v fiksna omrežja. V Tušmobilu sta združeni dve območji, Svetovna tarifa in Ostali svet, ki sta bolj pregledni za uporabnike.

2.4.4.4 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIJ⁴⁷

Naročniško razmerje med naročnikom in Tušmobilom nastane s sklenitvijo naročniške pogodbe, ki velja le, če je sklenjena v pisni obliki. Razmerje je sklenjeno za nedoločen čas, a največ do izteka veljavnosti dovoljenj, izdanih družbi Tušmobil. Naročnik je lahko vsaka fizična ali pravna oseba, ki ima stalno prebivališče v Republiki Sloveniji in izpolnjuje vse pogoje za sklenitev naročniške pogodbe s tušmobilom. Naročnik sme skleniti naročniško pogodbo, če je polnoleten, če ima stalno prebivališče v RS, če Tušmobilu zagotovi vse podatke glede svoje istovetnosti, če predloži ustrezne dokumente s točnimi in popolnimi podatki, imeti mora poravnane predhodne stroške, biti mora plačilno sposoben, da lahko plača mesečno naročnino, in ne sme imeti spornih razmerij s Tušmobilom ali povezanimi družbami.

⁴⁶ http://www.tusmobil.si/index.php?option=com_content&view=article&id=95&Itemid=128

⁴⁷ <http://www.tusmobil.si/files/downloadDirect/382>

2.4.4.5 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI

Uporabniški paketi so:

Vesolje	Tušmobil 5
Brezmejni	Tušmobil 10
Klasik	Tušmobil 15
Brez	Tušmobil 20
	Tušmobil Vesolje
	Tušmobil 25
	Tušmobil 30
	Tušmobil 35
	Tušmobil 50
	Tušmobil 50i
	Tušmobil 70biz

Tabela 16: Uporabniški paketi Tušmobila⁴⁸

2.4.4.6 NAROČNIŠKI PAKET VESOLJE ⁴⁷

Paket Vesolje je najbolj priljubljen med mladimi, saj nudi 210 minut pogovora v vsa Slovenska omrežja, 2010 SMS, 2010 minut pogovora v omrežja Tušmobila in 2010 MB za prenos podatkov znotraj omrežja Tušmobil. Mesečna naročnina znaša 20,10 €.

2.4.5 DEBITEL

Debitel je pričel delovati julija 1998 v Ljubljani. Večinski lastnik je nemška družba Debitel AG, ki ima v matični državi več kot 8 milijonov naročnikov in je na tretjem mestu, takoj za operaterjema D1 in D2. Komercialno je začelo delovati novembra 1998.⁴⁹



Slika 17: Logotip Debitela⁵⁰

⁴⁸ <http://www.tusmobil.si/paketi.html>

⁴⁹ Povzeto po: <http://www.debitel.si/podjetje/>

⁵⁰ <http://www.bizart.si/images/stories/reference/Debitel-Logo.svg.png>

2.4.5.1 REKLAMNE AKCIJE

Na spletni strani Debitela se nahaja 5 televizijskih reklam, ki so tudi glasbeno obogatene, tako da pritegnejo gledalca. Prodajnega kataloga še nismo zasledile.



Slika 18: Primer oglaševanja po televiziji ⁵¹

2.4.5.2 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA

Cenik klicev iz Slovenije v tujino

	Pon.-sob. 07.00-19.00	Sob., ned., prazniki ter pon.-sob. 19.00- 07.00
	Cena v €	Cena v €
Območje 1	0,3589	0,2838
Območje 2	0,4340	0,3464
Območje 3	0,7511	0,6009
Območje 4	1,0683	0,8513
Območje 5	1,6859	1,3479
Območje 6 (Sat. sistem Thuraya in drugi sateliti)	5,0075	5,0075
Območje 7 – Inmarsat	9,1679	7,3861

Tabela 17: Redna tarifa Debitela ⁵²

Cena velja za minuto pogovora in vključuje DDV.

Za obračun velja obračunski takt 60/1. Po prvi minuti klica se bodo klici obračunali v sekundnem intervalu, prva minuta vzpostavljene zveze pa se bo obračunala v celoti. Velja od 6. 3. 2009 dalje.

⁵¹ <http://www.marketingmagazin.si/images/custom//debitel.mojd.jumbo.jpg>

⁵² Povzeto po: <http://www.debitel.si/zasebni-uporabniki/paketi/moj-d/cenik-klicev-in-storitev-v-tujini/>

Cenik klicev in storitev v tujini

KLIC IZ	V Slovenijo	V EU območje	V vse ostale države	Dohodni klic	Poslano sporočilo SMS	GPRS/UMTS
	€/min	€/min	€/min	€/min	€/sporočilo	€/100kB
EU območja	0,468	0,468	2,50	0,180	0,132	0,2
Območja 1	1,15	1,15	1,15	0,40	0,300	1,00
Območja 2	2,50	2,50	2,50	1,50	0,370	1,00
Območja 3 (vse ostale države)	3,70	3,70	3,70	2,00	0,370	1,00
Območja 4 (sateliti, gostovanje na ladjah in letalih)	6,00	6,00	6,00	6,00	1,00	1,00

Tabela 18: Mednarodna tarifa Debitela⁵³**2.4.5.3 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI**

Debitel ima na voljo naslednje naročniške pakete:

- Zasebni uporabniki: MojD, NajinD, NašD, D10, D20, D40, D60.
- Poslovni uporabniki.
- Predplačniški paket.

⁵³ Povzeto po: <http://www.debitel.si/zasebni-uporabniki/paketi/moj-d/cenik-klicev-in-storitev-v-tujini/>

2.4.5.4 PRODAJA MOBILNIH TELEFONOV

Prikazani so mobilni telefoni, ki jih je mogoče kupiti za 1 €, pogoj je določena minimalna mesečna poraba po posameznem paketu.

<p>Samsung E2550</p>  <p>Redna cena: 73,32 € Cena v paketih: 1€ x 12 mesecev Vezava 2 leti</p>	<p>Nokia 1616</p>  <p>Redna cena: 37,40 € Cena v paketih: 1 € Vezava 18 mesecev</p>	<p>Nokia 2220 Slide</p>  <p>Redna cena: 64,90 € Cena v paketih: 1 € Vezava 2 leti</p>
--	---	---

Tabela 19: Mobilni telefoni Debitela⁵⁴

MOBILNI TELEFON	REDNA CENA	CENA V PAKETIH	PRIHRANEK
SAMSUNG E2550	73,32 €	12 €	61,32 €
NOKIA 1616	37,40 €	1 €	36,40 €
NOKIA 2220 SLIDE	64,90 €	1 €	63,90 €

Tabela 20: Prihranek pri nakupu mobilnih telefonov Debitela

⁵⁴ Vir: <http://www.debitel.si/poslovni-uporabniki/mobilniki/>

2.4.5.5 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIJ

V pogodbi je navedeno, da se naročniško razmerje sklene za nedoločen čas, a najdlje za čas veljavnosti dovoljenj ATRP za opravljanje storitev digitalnega omrežja debitelovega operaterja:

- Pogodba prične veljati, ko je naročniku omogočena uporaba storitev digitalnega omrežja debitelovega operaterja.
- Če družba Debitel d. d. ne zagotovi zahtevane ravni storitev, navedene v splošnih pogojih uporabe storitev digitalnega omrežja, ima naročnik pravico zahtevati povračilo nastale škode (največ v višini 3 mesečnih naročnin za izbrani naročniški paket).
- Naročnik se zavezuje redno plačevati vse stroške storitev v digitalnem omrežju debitelovega operaterja in storitev v omrežjih operaterjev v tujini na podlagi izstavljenega računa.
- V kolikor naročnik kljub opominu ne poravnava zapadlih obveznosti, mu lahko Debitel brez predhodnega obvestila prepreči nadaljno uporabo priključka v digitalnem omrežju debitelovega operaterja in omrežjih tujih operaterjev. Ponovna priključitev v omrežje je mogoča na zahtevo in stroške naročnika le po predhodni poravnavi vseh njegovih zapadlih in tekočih obveznosti.
- Za reševanje sporov je pristojno sodišče v Ljubljani.
- Pogodba je sklenjena v dveh izvodih, od katerih prejme vsaka stranka po en izvod.⁵⁵

2.4.6 IZIMOBIL

Izimobil d. d. je ponudnik najugodnejših storitev mobilne telefonije na slovenskem trgu. Uporabnikom zagotavlja neobremenjeno in svobodno komuniciranje, saj jim ponuja enostavne in razumljive storitve. Njihova temeljna prednost je preprosta dostopnost storitev mobilne telefonije, ker je edini ponudnik predplačniške telefonije v Sloveniji.⁵⁶



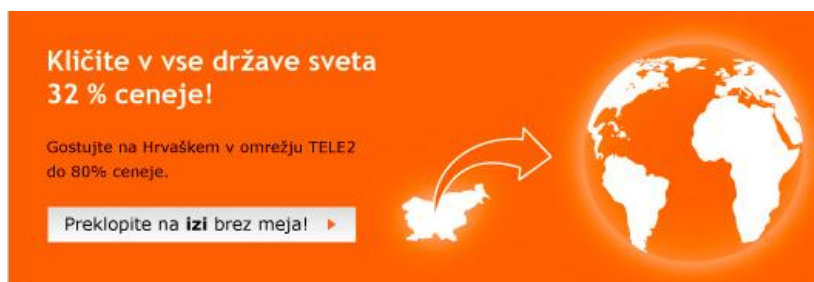
Slika 19: Logotip Izimobila⁵⁷

⁵⁵ Povzeto po: <http://www.debitel.si/media/pogodba.za.sklenitev.narocniskega.razmerja-pogoji.sodelovanja.pdf>

⁵⁶ Povzeto po: <http://www.izimobil.si/company.cp2?cid=6EF2FDCC-23AD-DDA4-0DDC-44CC039F41C7&linkid=40>

⁵⁷ Povzeto po: <http://www.izimobil.si/company.cp2?cid=6EF2FDCC-23AD-DDA4-0DDC-44CC039F41C7&linkid=40>

2.4.6.1 REKLAMNE AKCIJE



Slika 20: Primer reklamiranja na internetni strani izimobil.si

2.4.6.2 PRODAJA TELEFONOV

 <p>Cena: 29,99 €</p> <p>Izi brez meja + Rubby</p> <p>Paket vsebuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LG KP100 Rubby • iziSIM z 2,00 € na iziračunu • izidopisnico za možnost včlanitve v iziklub 	 <p>Cena: 34,50 €</p> <p>Izi brez meja + Samsung E1080i</p> <p>Paket vsebuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samsung E1080i, • iziSIM z 2,00 € na iziračunu, • izidopisnico za možnost včlanitve v iziklub,
 <p>Cena: 35,90 €</p> <p>Izi brez meja + Nokia 1616</p> <p>Paket vsebuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nokia 1616 • iziSIM z 2,00 € na iziračunu • izidopisnico za možnost včlanitve v iziklub 	 <p>Cena: 49,50 €</p> <p>Izigol paket + Samsung E2120</p> <p>Paket vsebuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samsung E2120 • iziSIM kartica • izibonus tarifa • 2 € na Iziračunu • Izidopisnica

Tabela 21: Mobilni telefoni Izimobila⁵⁸⁵⁸ <http://trgovina.izimobil.si/>

2.4.6.3 REDNA IN MEDNARODNA TARIFA

Uporabniki lahko zbirajo med naslednjimi tarifami:

Uporabniški paket	Klici znotraj Slovenije v vsa mobilna in fiksna omrežja
Izi 007	0,07 €/min
Izi 008	0,08 €/min
Izimobil	0,12 €/min
Izi brez meja	0,14 €/min

Tabela 22: Tarifa Izimobila ⁵⁹

Tarife izimobil in izibonus tarifa					
	Izibonus	izi007	izi008	izimobil	izibrez meja
Uporaba tarife		za daljše pogovore	za običajne pogovore	za kratke pogovore	za klice v tujino -32 %
Klic dolg 15 sek		0,21 €	0,08 €	0,03 €	0,035 €
Klic dolg 1 min		0,21 €	0,08 €	0,12 €	0,14 €
Klic dolg 3 min		0,21 €	0,24 €	0,36 €	0,42 €
Obračunski interval [sek]	15	180/15	60/15	15	15

Tabela 23: Tarifa Izimobila ⁶⁰

2.4.6.4 POGODBA IN SKLENITEV NOVIH RAZMERIC ⁶¹

Vsi uporabniki so enakovredni, saj Izimobil ne ponuja preferenčnih tarif in drobnega tiska ter jim nudi univerzalno ceno klica na minuto, ne glede na to, v katero omrežje in koliko časa kličejo.

Pri Izimobilovem paketu predplačniških storitev mobilne telefonije ni potrebno podpisati pogodbe ali se zavezati za določeno obdobje. Iziuporabnik postanete z nakupom kartice iziSIM na pooblaščenih prodajnih mestih ali prek spletne strani www.izimobil.si, na kateri je anonimna telefonska številka, katere identiteto poznate samo vi. Kartico iziSIM se lahko uporablja z obstoječim mobilnim telefonom že takoj, saj je že aktivirana. Račun se polni z izibonom ali prek spletne strani z vsemi sodobnimi plačilnimi sredstvi (MasterCard/Eurocard, Visa, Klik NLB).

⁵⁹ <http://www.mobile.si/articles/izimobil-007.html>

⁶⁰ <http://www.izimobil.si/izistoritve.cp2?cid=9B827E25-BE7C-63FD-CA9E-09497430E920&linkid=30>

⁶¹ Povzeto po: <http://www.izimobil.info/company.cp2?cid=6EF2FDCC-23AD-DDA4-0DDC-44CC039F41C7&linkid=40>

2.4.6.5 NAJUGODNEJŠI POGOJI, ROKI IN PAKETI ⁶²

Izimobil ponuja nižje cene predplačniških mobilnih telefonskih storitev, saj je cena klicev v vsa telefonska omrežja v Sloveniji enaka ves dan in vse dni v letu. V ponudbi ni nepreglednih tarifnih paketov. S predplačniškim sistemom Izimobil se plača izključno toliko, kot se porabi, brez priključne takse in brez mesečne naročnine.

2.4.7 POKRITOST OMREŽJA

Mobilni operater	Mobitel	Simobil, Mmobil	Tušmobil	Debitel	Izimobil
Pokritost omrežja v odstotkih	GSM 99,69 % UMTS 82,13 %	Pogovorne storitve: 99,6 % Mobilni internet do 236 kbit/s: 99,6 % Širokopasovni mobilni internet do 21,6 Mbit/s: 68,1 %	GSM 97,67 % UMTS 73,80 %	GSM 98 % UMTS 98 %	GSM 99 %

Tabela 24: Pokritost s signalom ⁶³

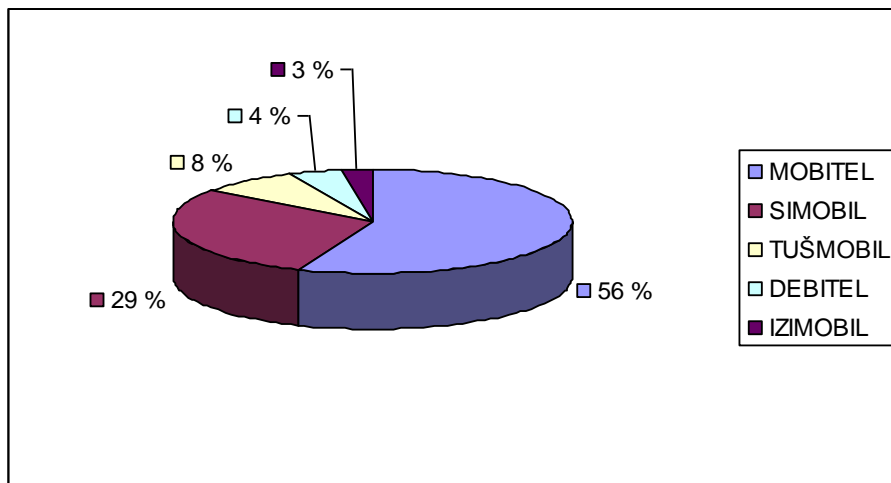
Najboljšo pokritost s signalom ima Mobitel.

⁶² Povzeto po: <http://www.izimobil.info/company.cp2?cid=6EF2FDCC-23AD-DDA4-0DDC-44CC039F41C7&linkid=40>

⁶³ <http://www.dreamdesign.si/informacije/mobilna-telefonija/80-pokritost-gsm.html>
<http://www.dreamdesign.si/informacije/mobilna-telefonija/79-pokritost-umts.html>

2.4.8 TRŽNI DELEŽ IN ŠTEVILO AKTIVNIH UPORABNIKOV

Prikazan je tržni delež na mobilnem trgu po operaterjih.



Graf 1: Trži delež na mobilnem trgu

Po pričakovanju ima Mobitel že več kot polovico tržnega deleža mobilnih operaterjev pri nas, saj je bil nekaj časa monopol, tako da tudi sedaj prevladuje nad ostalimi operaterji.

Število aktivnih uporabnikov mobilnih operaterjev (stanje na dan 31. december 2010):

- MOBITEL: 1.159.600
- SIMOBIL: 619.000
- TUŠMOBIL: 167.500
- DEBITEL: 93.200
- IZIMOBIL: 53.000

3 ANALIZA PREDNOSTI IN SLABOSTI PONUDNIKOV MOBILNE TELEFONIJE V SLOVENIJI

PONUĐNIK	PREDNOSTI	SLABOSTI
MOBITEL	Zanimivo oglaševanje in najboljša pokritost s signalom.	Višje cene mobilnih telefonov; ob prekinitvi naročniškega razmerja terjajo nove stroške.
SIMOBIL	Nižje cene mobilnih telefonov od Mobitela in dobro oglaševanje.	/
MMOBIL	Nizke cene mobilnih telefonov z osnovnimi funkcijami, predplačniški paket je brez obveznosti.	Nič oglaševanja, ne sledijo modnim trendom.
TUŠMOBIL	Dobro oglaševanje, popusti v prodajalnah Tuš, na nekaterih lokacijah je boljši signal.	Težko je prekiniti naročniško razmerje.
DEBITEL	Zanimivo oglaševanje.	Slabši signal.
IZIMOBIL	Nižja tarifa, ugodnejši paketi mobilnih telefonov z osnovnimi funkcijami, brez pogodbenih obveznosti in tveganj.	Nič oglaševanja, ne sledijo modnim trendom.

Tabela 25: Analiza prednosti in slabosti

Najboljše oglaševanje med ponudniki mobilne telefonije imajo Mobitel, Simobil in Tušmobil. Slabo oglaševanje pa je značilno Mmobil in Izimobil. Med vsemi ponudniki ima Mobitel še vedno najboljšo pokritost s signalom, ostali pa imajo na nekaterih lokacijah slabši signal. Pri ponudnikih Mobitela in Tušmobila je težko prekiniti naročniško razmerje, še posebno pri Mobitelu, ki s prekinitvijo terja nove stroške.

4 STROŠKOVNI VIDIK NA LETNI RAVNI

OPERATER	PAKET	LETNI STROŠKI
Mobitel	Đabest	228 €
Simobil	Orto u nulo	180 €
Tušmobil	Vesolje	241,20 €
Debitel	Moj D (1000)	252 €
Izimobil	Izigol	240 €

Tabela 26: Prikaz stroškov na leto

Primerjava cen za operaterja Mobitel:

V spodaj navedenih tabelah smo želele prikazati, koliko storitev oz. dobrin bi si lahko privoščili z denarjem, ki ga porabimo za plačilo telekomunikacijskih storitev ponudnikom mobilne telefonije na mesec ali leto, pri tem pa bi lahko imeli daljše pogovore kot po telefonu oz. več neposrednih srečanj s prijatelji. Zavedamo se, da smo izpustile potne stroške.

Mobitel		Število kav (1,30 €)
Mesečna primerjava	19 €	14 kav
Letna primerjava	228 €	175 kav

Tabela 27: Primerjava cen – Mobitel

Pri Mobitelu moramo letno odšteti najmanj 228 €, kljub temu da navadno vključenih minut ne porabimo. S tem denarjem bi se lahko srečali s prijatelji ob kavi kar 175-krat.

Mobitel		Št. vstopnic za kino (4,70 €)
Mesečna primerjava	19 €	4 vstopnice
Letna primerjava	228 €	48 vstopnic

Tabela 28: Primerjava cen – Mobitel

Prav tako bi lahko 48-krat na leto obiskali kino in si ogledali film.

Primerjava cen za operaterja Simobil:

Simobil		Število sokov (0,65 €)
Mesečna primerjava	15 €	29 sokov
Letna primerjava	180 €	350 sokov

Tabela 29: Primerjava cen – Simobil

Letni stroški mobilnega telefona pri Simobilu znašajo najmanj 180 € (in nam nudi 1000 minut pogovornih klicev). To pomeni, da bi se lahko za to ceno s prijatelji srečali na pijači kar 350-krat.

Simobil		Število večerij (27 €)
Mesečna primerjava	15 €	0
Letna primerjava	180 €	6 večerij

Tabela 30: Primerjava cen – Simobil

5 PRAKTIČNI DEL NALOGE

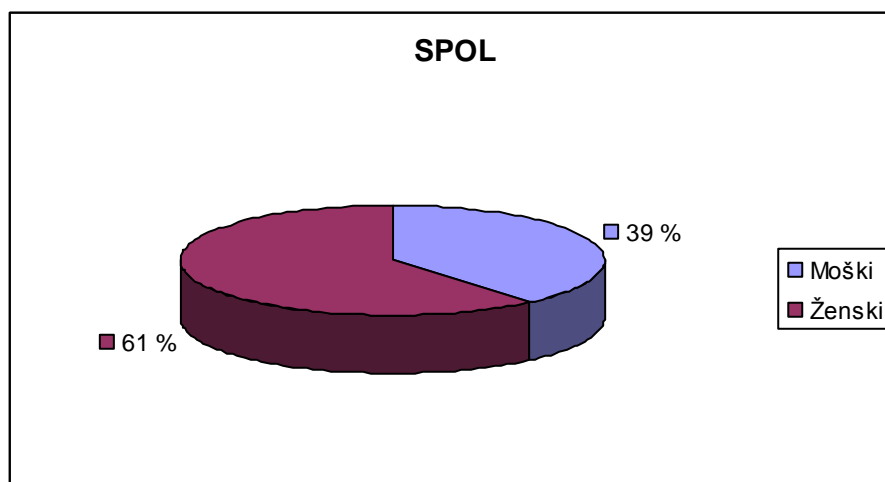
5.1 IZBOR IN STRUKTURA VZORCA

V postopku pridobivanja primarnih podatkov smo uporabili metodo raziskovanja na terenu. Uporabile smo metodo spraševanja s pomočjo vnaprej pripravljenega anketnega vprašalnika. Zaradi lažje obdelave podatkov smo v anketni vprašalnik vključile predvsem zaprta in polodprta vprašanja.

Anketiranje smo izvedle na Poslovno–komercialni šoli Celje, kjer je sodelovalo 100 dijakov ter dijakinj. Naredile pa smo tudi primerjavo z gimnazijci, tako da je raziskava potekala prav tako med 100 dijaki in dijakinjami I. gimnazije v Celju. Skupno je bilo torej 200 anketirancev.

Izpolnjene anketne vprašalnike smo nato računalniško obdelale, grafe pa predstavile grafično in opisno.

Najprej predstavljamo analizo anket dijakov Poslovno-komercialne šole ter I. gimnazije v Celju. Prikazana je struktura našega vzorca anketirancev.



Graf 2: Struktura anketirancev po spolu anketirancev

V raziskavi je sodelovalo več moških kot žensk.

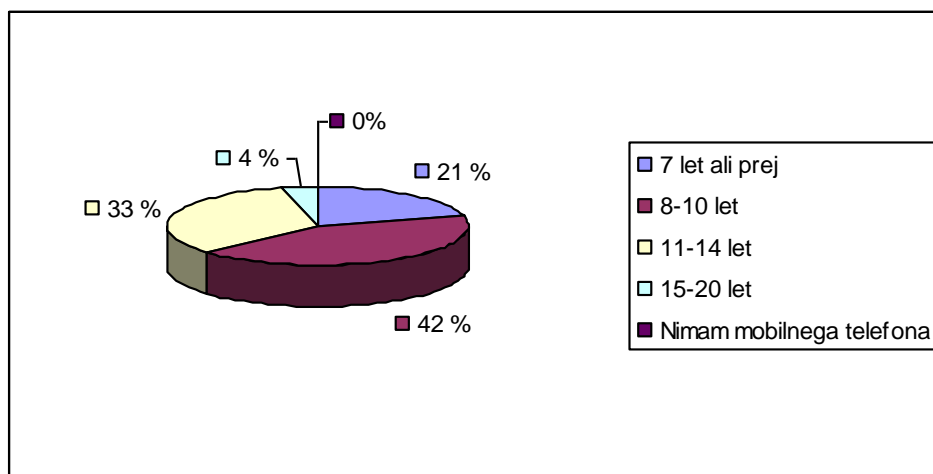
5.2 REZULTATI PRIMARNE RAZISKAVE

V nadaljevanju predstavljamo rezultate primarne raziskave po vrstnem redu vprašanj iz anketnega vprašalnika.

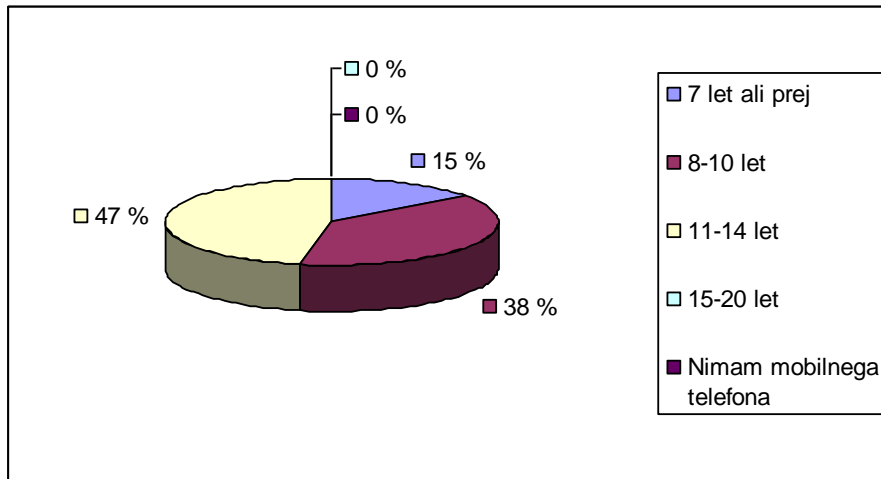
1. Pri kateri starosti si pričel/-a uporabljati SVOJ prvi mobilni telefon?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
7 let ali prej	5	2
8-10 let	10	36
11-14 let	8	37
15-20 let	1	1
Nimam mobilnega telefona	0	0
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
7 let ali prej	6	2
8-10 let	15	39
11-14 let	18	20
15-20 let	0	0
Nimam mobilnega telefona	0	0
Skupaj	39	61

Tabela 31: Prikaz odgovorov na 1. vprašanje



Graf 3: Pričetek uporabe mobilnega telefona pri dijakih PKŠ



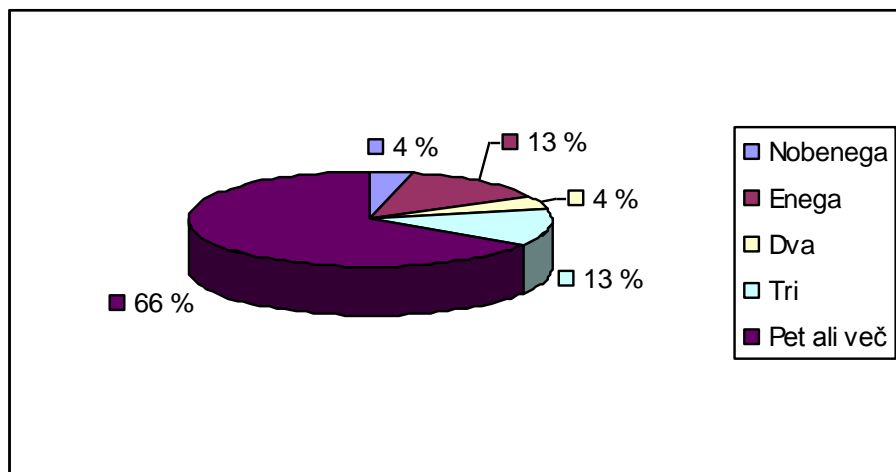
Graf 4: Pričetek uporabe mobilnega telefona pri gimnazijih

Iz grafa je razvidno, da je največji delež anketirancev pričel uporabljati svoj prvi mobilni telefon že precej zgodaj, in sicer pri starosti od najmanj 7 do 10 let. Menimo, da so verjetno redki, ki so ga zares potrebovali tako zgodaj. Pri tem vprašanju so bili dijaki zelo enotni pri izbiri odgovorov.

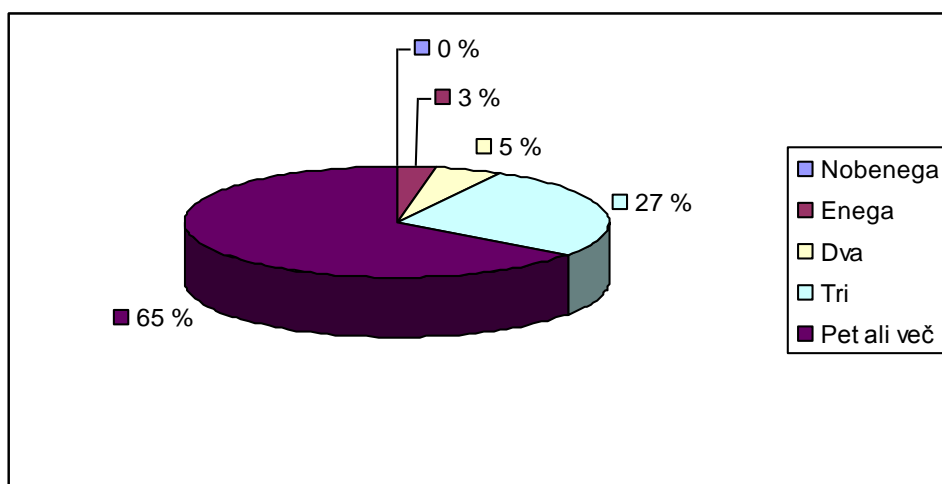
2. Koliko mobilnih telefonov si že zamenjal/-a?

Poslovno- komercialna šola Celje		
Možni odg.	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Nobenega	1	1
Enega	3	2
Dva	1	17
Tri	3	10
Pet in več	16	46
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odg.	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Nobenega	0	0
Enega	1	2
Dva	3	2
Tri	15	12
Pet in več	20	45
Skupaj	39	61

Tabela 32: Prikaz odgovorov na 2. vprašanje



Graf 5: Število zamenjanih mobilnih telefonov pri dijakih PKŠ



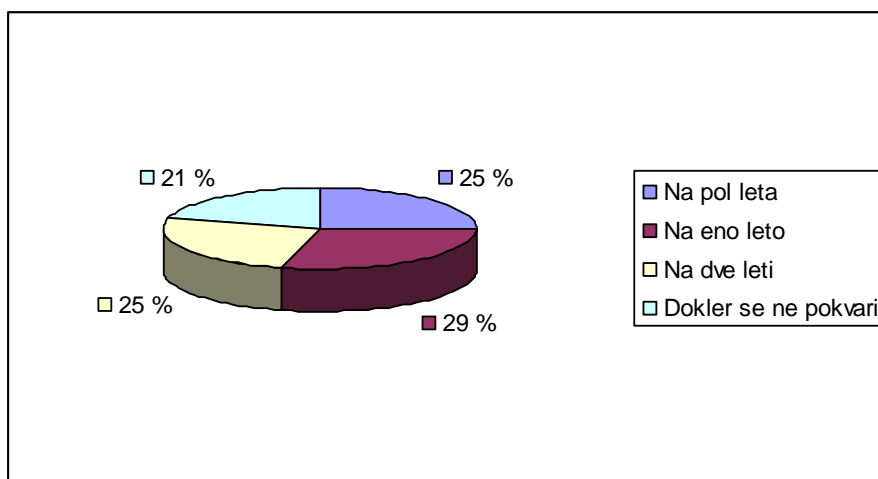
Graf 6: Število zamenjanih mobilnih telefonov pri gimnazijcih

Odgovor na to vprašanje nas je malo presenetil, saj je več kot polovica anketirancev do sedaj že zamenjalo vsaj 5 ali več mobilnih telefonov. Povprečna starost anketiranih je bila 17 let. Predvidevamo, da želijo dijaki imeti mobilni telefon v trendu in ko se na trgu pojavi nov, lepši in kakovostnejši telefon, ga bodo ponovno zamenjali, kar pa med najstniki ni nič nenavadnega.

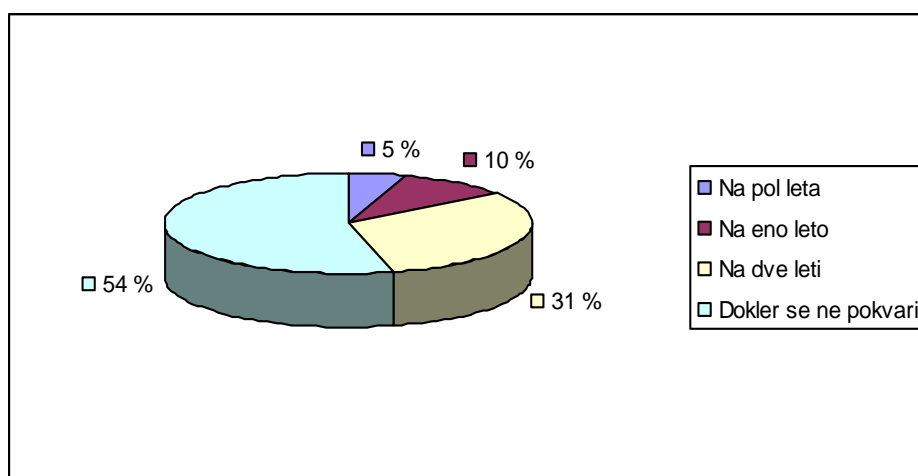
3. Na koliko časa zamenjaš mobilni telefon?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – Ž	Št. odgovorov – M
Na pol leta	6	13
Na eno leto	7	27
Na dve let	6	20
Dokler se ne pokvari	5	16
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Na pol leta	2	1
Na eno leto	4	7
Na dve leti	12	29
Dokler se ne pokvari	21	24
Skupaj	39	61

Tabela 33: Prikaz odgovorov na 3. vprašanje



Graf 7: Čas menjave mobilnega telefona pri dijakih PKŠ



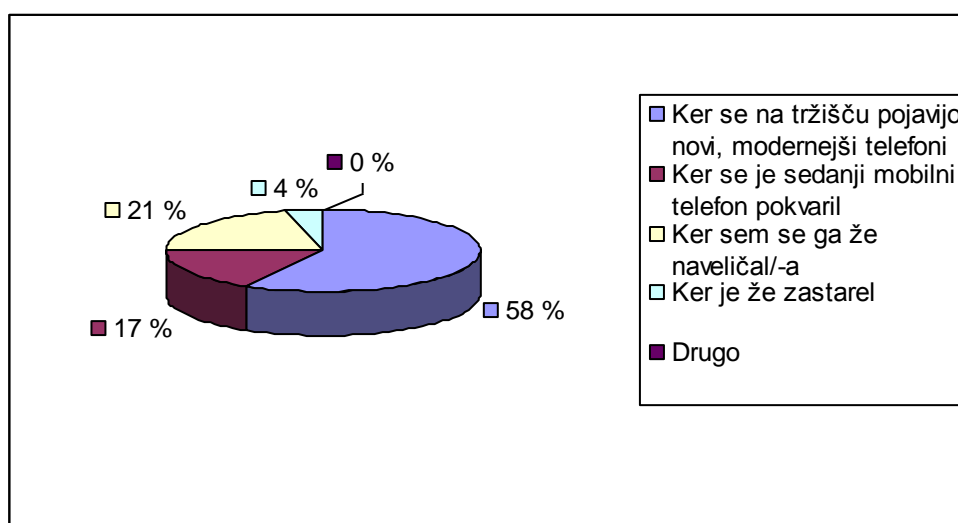
Graf 8: Čas menjave mobilnega telefona pri gimnazijcih

Zanimalo nas je tudi, na koliko časa dijaki zamenjajo mobilni telefon. Delež odgovorov pri dijakih PKŠ je bil približno enak, kljub temu pa prevladuje menjava za čas enega leta. Medtem pa gimnazijci uporabljajo mobilne telefone dokler se ne pokvarijo.

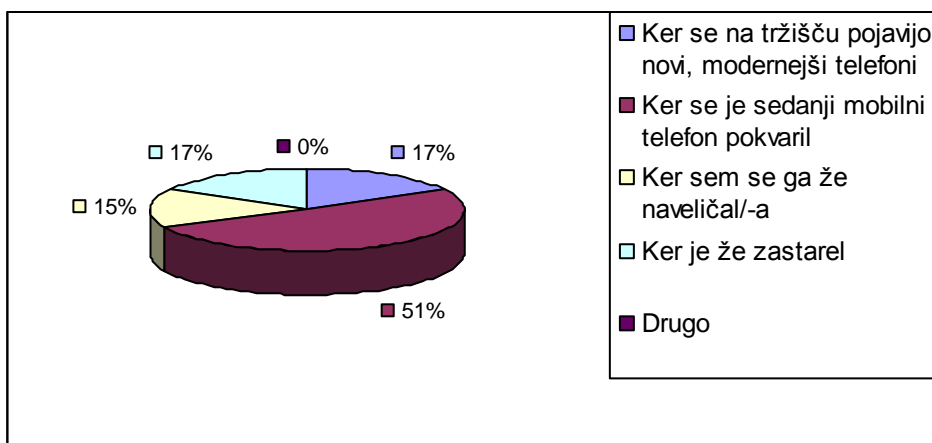
4. Zakaj zamenjaš mobilni telefon?

Poslovno komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Ker se na tržišču pojavijo novi, modernejši telefoni	14	23
Ker se je sedanji mobilni telefon pokvaril	4	38
Ker sem se ga že naveličal/-a	5	14
Ker je že zastarel	1	1
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Ker se na tržišču pojavijo novi, modernejši telefoni	8	6
Ker se je sedanji mobilni telefon pokvaril	25	37
Ker sem se ga že naveličal/-a	7	14
Ker je že zastarel	8	3
Skupaj	48	61

Tabela 34: Prikaz odgovorov na 4. vprašanje



Graf 9: Razlogi za menjavo mobilnega telefona pri dijakih PKŠ



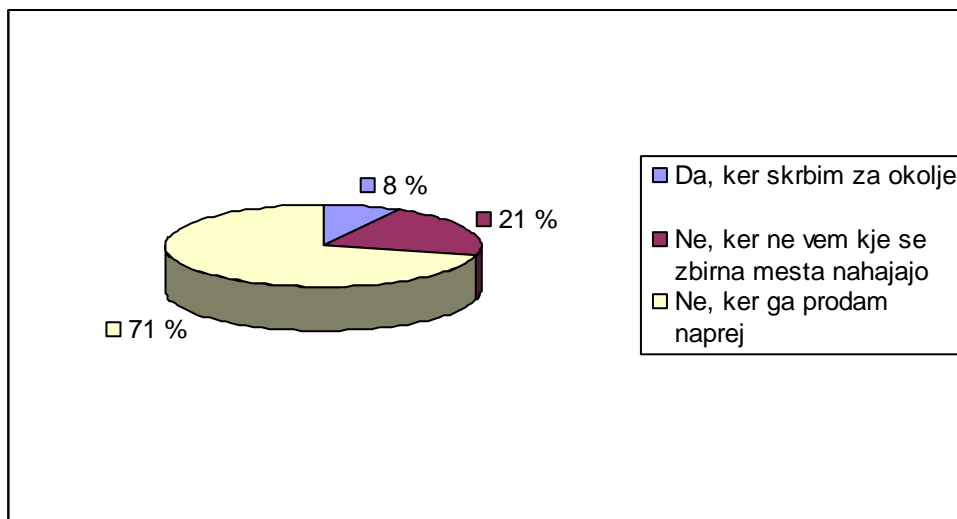
Graf 10: Razlogi za menjavo mobilnega telefona pri gimnazijcih

Seveda smo povprašale tudi o razlogih za menjavo mobilnega telefona. Več kot polovica anketirancev to stori zaradi pojava modernejših in novih mobilnih telefonov na tržišču. Iz tega sklepamo, da mladi dobro sledijo modnim trendom, ki se hitro spreminjajo. Medtem ko je iz grafa gimnazijcev razvidno, da mobilni telefon zamenjajo v primeru, če se telefon pokvari.

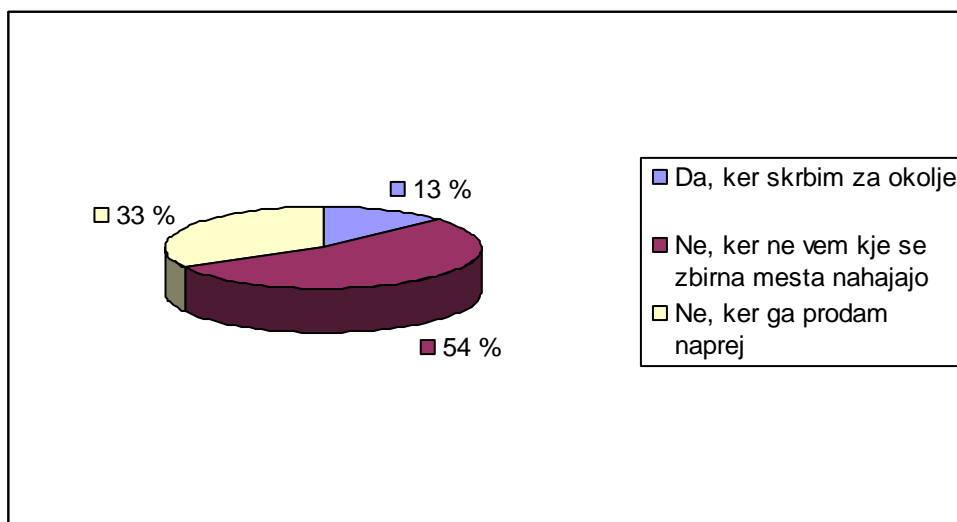
5. Ali mobilne telefone, ki jih ne uporabljaš več, vrneš v primerna zbirna mesta?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da, ker skrbim za okolje	2	24
Ne, ker ne vem, kje se zbirna mesta nahajajo	5	31
Ne, ker ga prodam naprej	17	21
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. Odgovorov- M	Št. Odgovorov -Ž
Da, ker skrbim za okolje	5	11
Ne, ker ne vem, kje se zbirna mesta nahajajo	21	39
Ne, ker ga prodam naprej	13	11
Skupaj	39	61

Tabela 35: Prikaz odgovorov na 5. vprašanje



Graf 11: Vrnitev mobilnega telefona v primerna zbirna mesta pri dijakih PKŠ



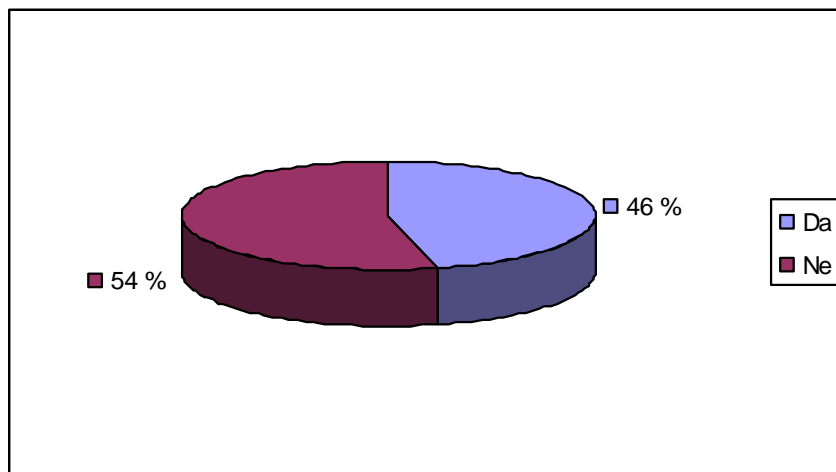
Graf 12: Vrnitev mobilnega telefona v primerna zbirna mesta pri gimnazijah

Vprašanje ne sodi v potrošnjo na področju mobilne telefonije, vendar pa predstavlja mobilni telefon tudi odpadke za okolje. Presenetljiv je rezultat odgovorov, namreč kar polovica anketirancev PKŠ proda mobilni telefon naprej. Iz tega je razvidno, da je najbrž mobilni telefon še uporaben in s tem lahko še bolj potrdimo modne trende. Le malo je tistih, ki se trudijo skrbeti za okolje na tem področju.

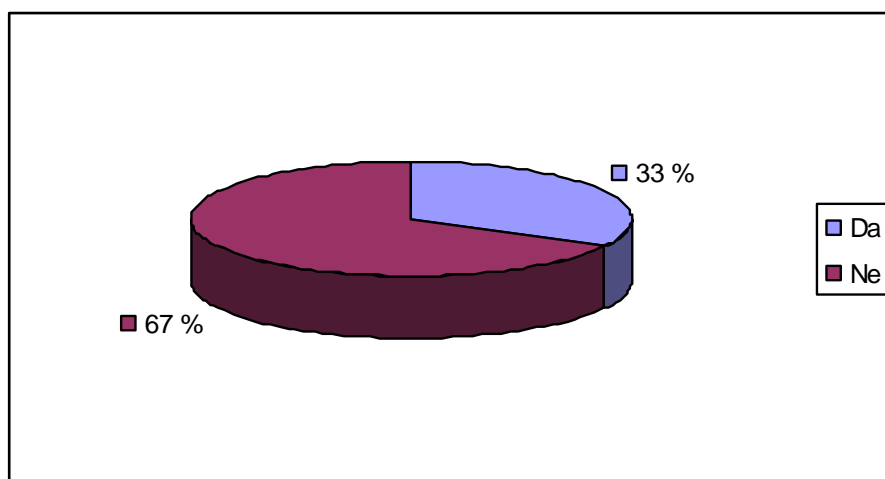
6. Ali ostajaš zvest/-a določeni blagovni znamki mobilnih telefonov?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da	11	41
Ne	13	35
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
DA	13	25
Ne	26	36
Skupaj	39	61

Tabela 36: Prikaz odgovorov na 6. vprašanje

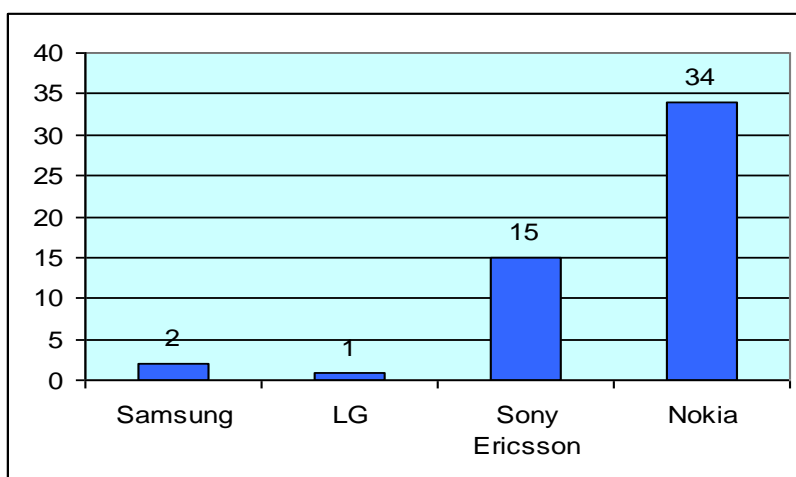


Graf 13: Zvestoba blagovnim znamkam mobilnih telefonov pri dijakih PKŠ

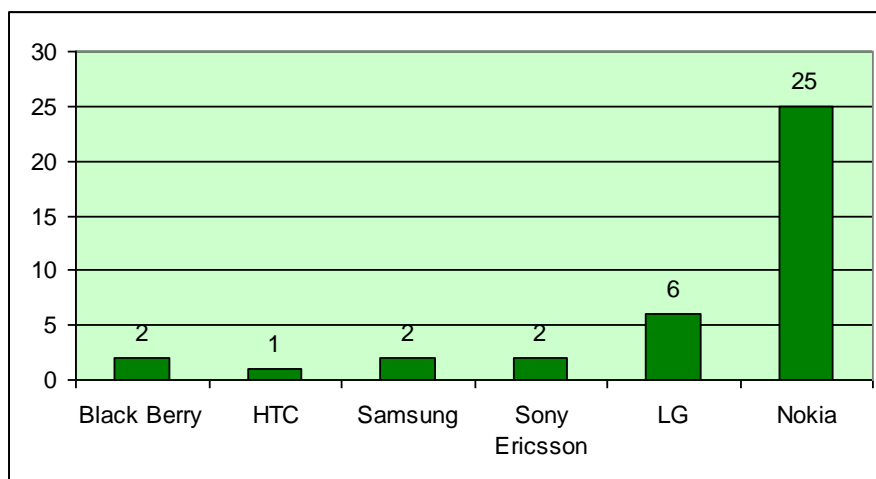


Graf 14: Zvestoba blagovnim znamkam mobilnih telefonov gimnazijcev

Pri tem vprašanju malo manj kot polovica anketirancev ostaja zvesta določeni blagovni znamki, saj se je ob daljši uporabi navadiš in je ne želiš zamenjati. Iz naslednjega grafa je razvidno, da med znamkami, ki ji ostajajo dijaki zvesti, prevladuje Nokia, v manjšini pa še Sony Ericsson, Samsung ter LG. Ostalih blagovnih znamk ni zaslediti.



Graf 15: Prevladujoče blagovne znamke pri dijakih PKŠ



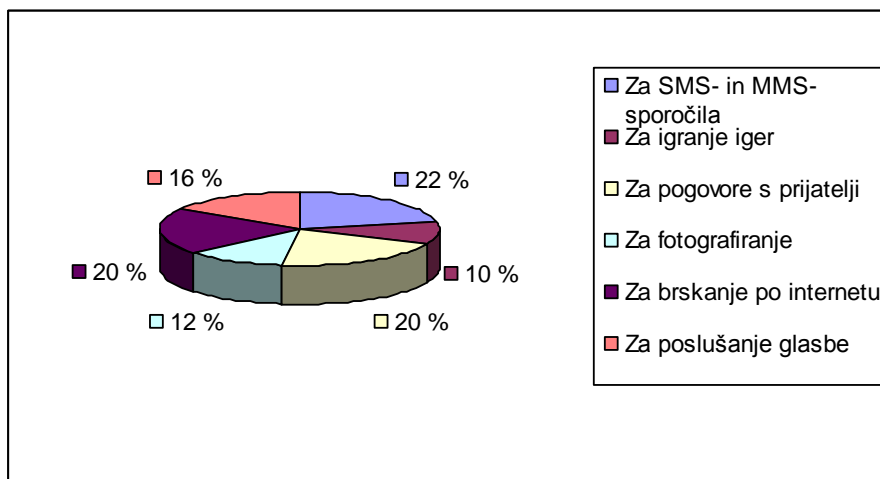
Graf 16: Prevladujoče blagovne znamke pri gimnazijah

Kljub temu opažamo, da so nekatere druge blagovne znamke kot so LG, HTC in Samsung prodrle na tržišče v zadnjem času ter da Nokia zaostaja s svojo ponudbo »pametnih telefonov«. To smo preverile na internetnih objavah.

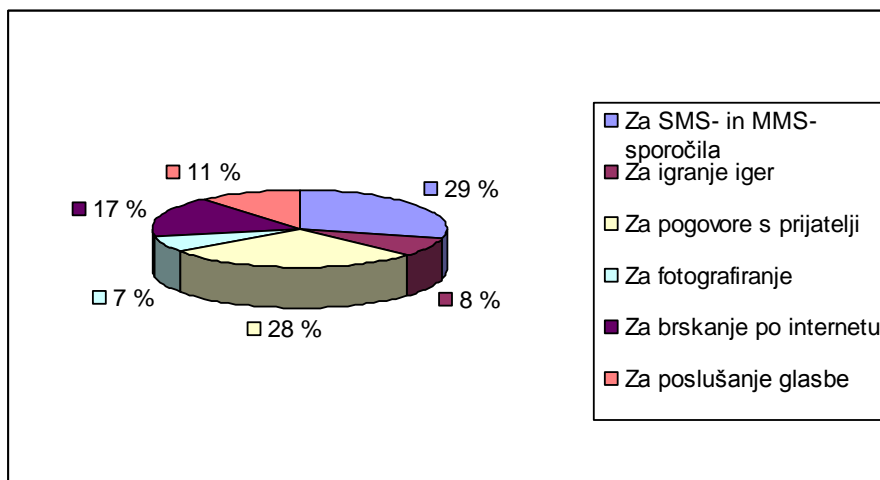
7. Za kaj najpogosteje uporabljaš mobilni telefon? (Možnih je več odgovorov.)

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Za SMS- in MMS-sporočila	18	56
Za igranje iger	8	5
Za pogovore s prijatelji	16	53
Za fotografiranje	10	17
Za brskanje po internetu	16	35
Za poslušanje glasbe	13	36
1. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Za SMS- in MMS-sporočila	30	60
Za igranje iger	8	3
Za pogovore s prijatelji	28	5
Za fotografiranje	7	10
Za brskanje po internetu	17	33
Za poslušanje glasbe	11	26
Skupaj	101	137

Tabela 37: Prikaz odgovorov na 7. vprašanje



Graf 17: Uporaba mobilnega telefona pri dijakih PKŠ



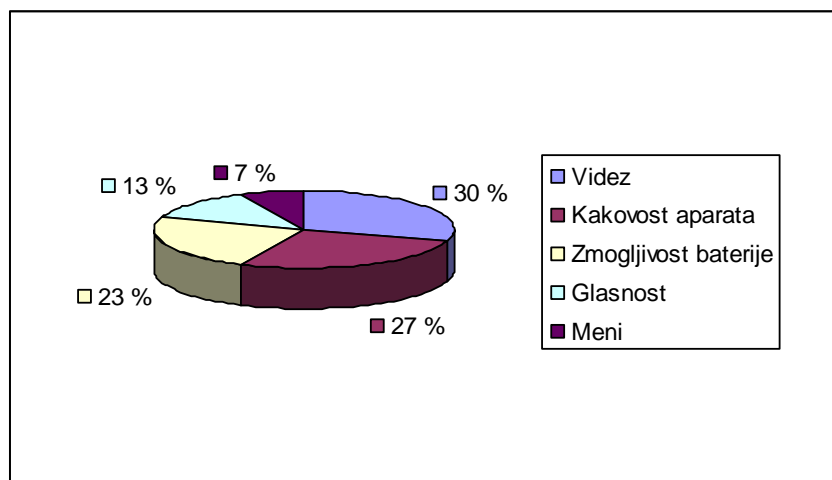
Graf 18: Uporaba mobilnega telefona pri gimnazijcih

Anketiranci so se opredelili približno enako za vse, vendar vseeno prevladuje uporaba mobilnega telefona za pogovore s prijatelji in za SMS- in MMS- sporočila. Najmanj je uporabe za igranje iger. Predvidevamo, da se povečuje tudi uporaba za brskanje po internetu, ki pa se je v zadnjih letih zelo izboljšal.

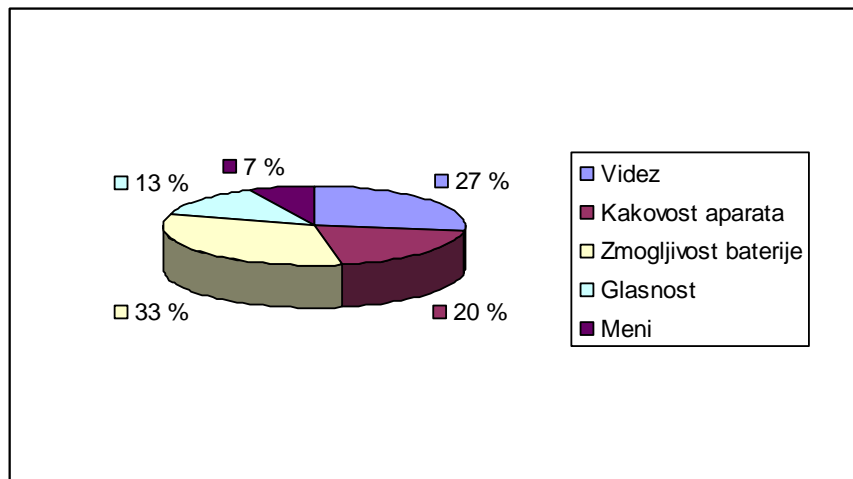
8. Katere funkcije mobilnega telefona so zate pomembne? (Razvrsti jih od 1 do 5, 1 pomeni najpomembnejše.)

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Povprečje točk – M	Povprečje točk – Ž
Videz	2	1
Kakovost fotoaparata	1	3
Zmogljivost baterije	3	2
Glasnost	4	4
Meni	5	5
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Povprečje točk – M	Povprečje točk – Ž
Videz	2	1
Kakovost fotoaparata	3	3
Zmogljivost baterije	1	2
Glasnost	4	5
Meni	5	4
Skupaj	39	61

Tabela 38: Prikaz odgovorov na 8. vprašanje



Graf 19: Pomembnost funkcij mobilnega telefona dijakom PKŠ



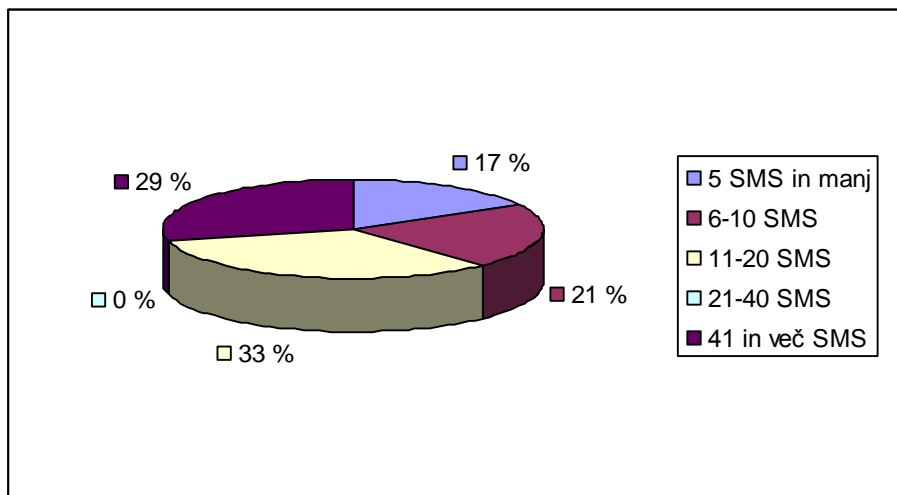
Graf 20: Pomembnost funkcij mobilnega telefona gimnazijcem

Iz grafa je razvidno, da je anketirancem najpomembnejši design (videz) mobilnega telefona, ki pa se neprestano spreminja. Danes je posebej aktualen mobilni telefon z velikim ekranom na dotik. Takoj za videzom so dijaki izbrali zmogljivost baterije, ki naj bi zdržala od 3 do 5 dni. Prav tako smo ponovno potrdile ugotovitev, da gimnazijci izbirajo bolj funkcionalne telefone, saj so na prvo mesto postavili zmogljivost baterije.

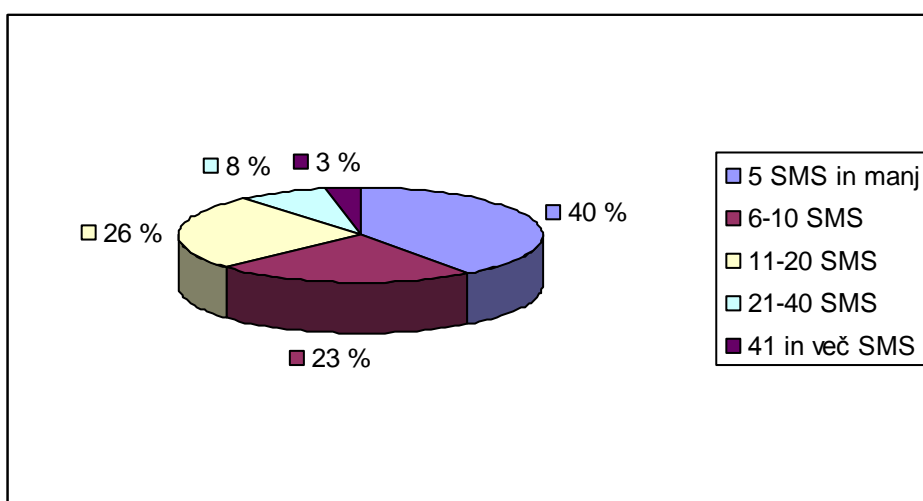
9. Koliko SMS-sporočil pošlješ dnevno?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
5 SMS in manj	4	9
6-10 SMS	5	14
11-20 SMS	8	18
21-40 SMS	0	21
41 in več SMS	7	14
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
5 SMS in manj	17	12
6-10 SMS	9	13
11-20 SMS	10	17
21-40 SMS	3	14
41 in več SMS	1	5
Skupaj	39	61

Tabela 39: Prikaz odgovorov na 9. vprašanje



Graf 21: Dnevna količina poslanih SMS-sporočil pri dijakih PKŠ



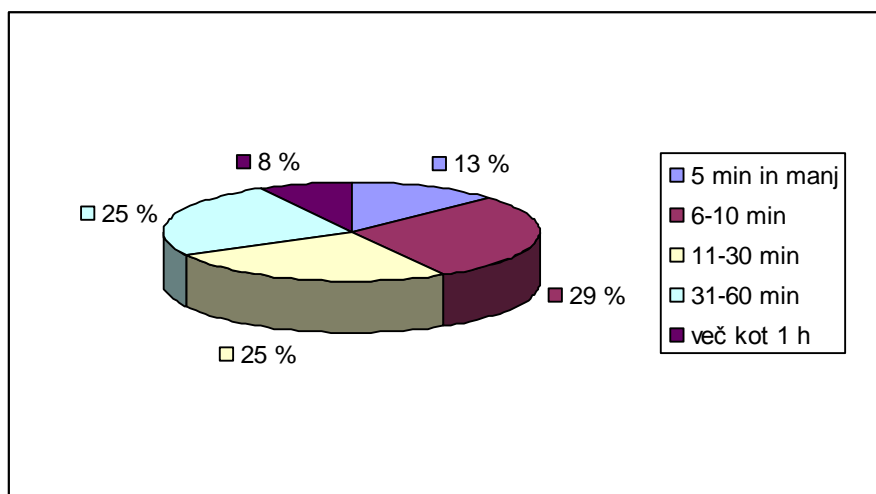
Graf 22: Dnevna količina poslanih SMS-sporočil pri gimnazijcih

Zanimala nas je dnevna poraba SMS-sporočil. Iz grafa je razvidno, da so rezultati precej različni in da ne prevladuje noben odgovor, v večjem delu pa pošljejo na dan več kot 10 SMS-sporočil. Zanimiva je primerjava med dijaki PKŠ in gimnazijci, saj slednji pošljejo manj SMS-sporočil kot dijaki Poslovno-komercialne šole Celje.

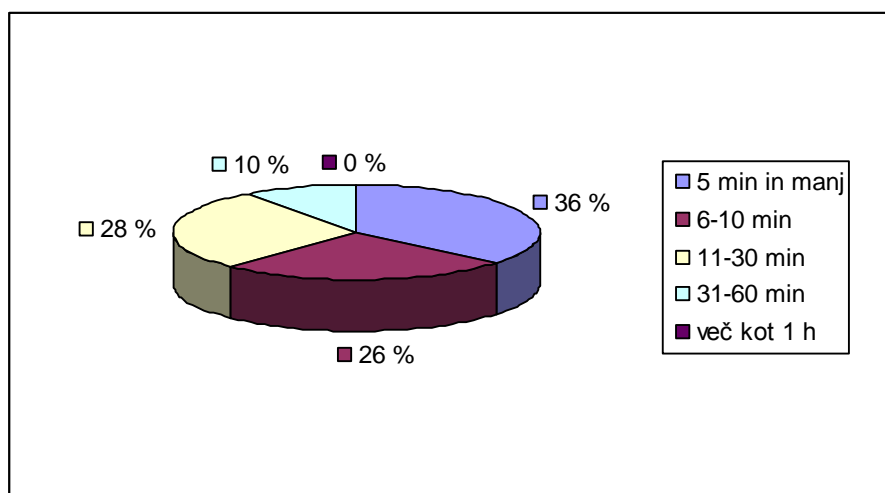
10. Koliko pogovornih minut dnevno porabiš?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
5 min in manj	3	12
6-10 min	7	8
11-30 min	6	27
31-60 min	6	18
Več kot 1h	2	11
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
5 min in manj	15	10
6-10 min	10	15
11-30 min	11	25
31-60 min	3	10
Več kot 1 h	0	1
Skupaj	39	61

Tabela 40: Prikaz odgovorov na 10. vprašanje



Graf 23: Dneva poraba pogovornih minut pri dijakih PKŠ

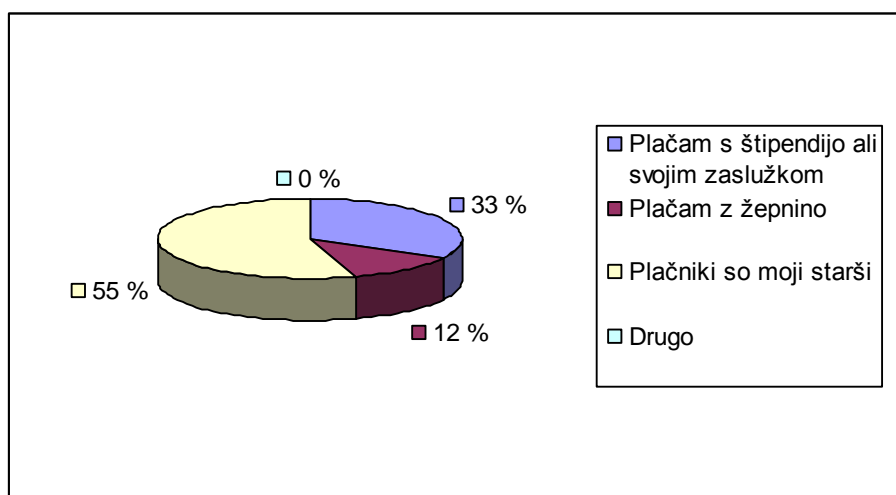


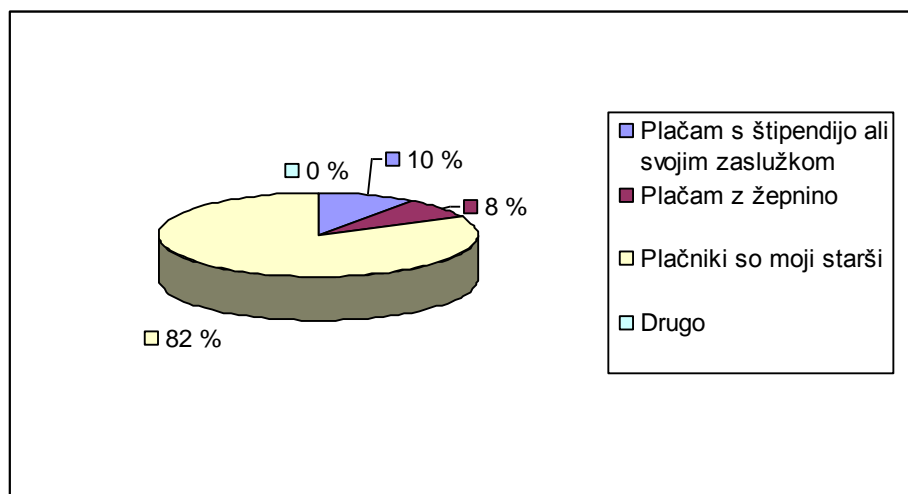
Graf 24: Dneva poraba pogovornih minut pri gimnazijah

Zanimala nas je tudi dnevna poraba pogovornih minut. Razvidno je, da za sporazumevanje bolj uporabljajo pogovorne minute kot pa SMS-sporočila. Hkrati pa smo opazile, da dijaki gimnazije uporabljajo mobilne telefone bistveno manj, saj njihovo povprečje znaša okoli 10 minut pogovornih minut in 5 SMS-sporočil. Med tem je povprečje pogovornih minut dijakov PKŠ 30 minut in 15 SMS-sporočil.

11. Kdo je plačnik tvojih mobilnih storitev?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Plačam si s štipendijo ali svojim zaslužkom	7	26
Plačam z žepnino	3	9
Plačniki so moji starši	14	41
Drugo	0	0
Skupaj	24	76
I. Gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Plačam si s štipendijo ali svojim zaslužkom	4	14
Plačam z žepnino	3	3
Plačniki so moji starši	32	44
Drugo	0	0
Skupaj	39	61

Tabela 41: Prikaz odgovorov na 11. vprašanje**Graf 25:** Plačniki mobilnih storitev pri dijakih PKŠ



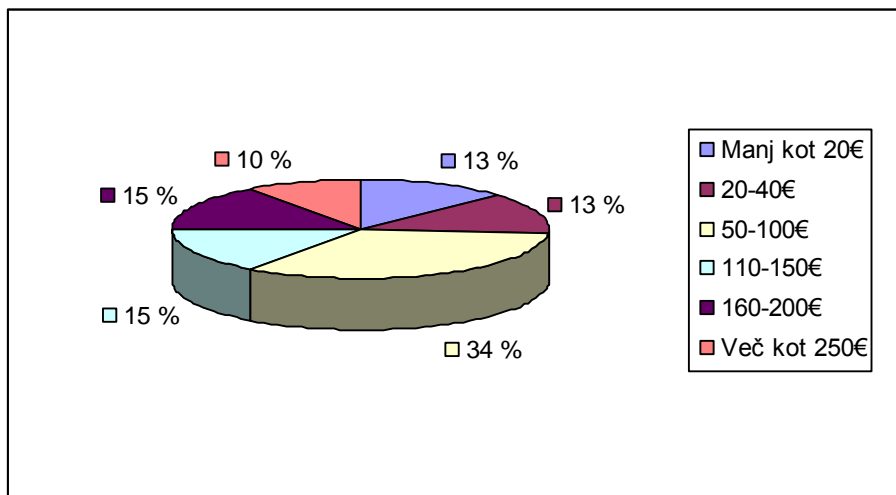
Graf 26: Plaćniki mobilnih storitev pri gimnazijah

Odgovori na to vprašanje so nas kar presenetili, saj smo le sklepale, da jim v večini plačujejo mobilne storitve starši, sedaj pa lahko to potrdimo. Prav tako so nas presenetili dijaki PKŠ-ja, ki si stroške plačujejo s štipendijo ali pa s svojim zaslužkom. Tako lahko predvidevamo tudi, da dijaki PKŠ-ja v popoldanskem času opravljajo študentska dela in si tako zaslužijo svoj denar s katerim poravnajo stroške.

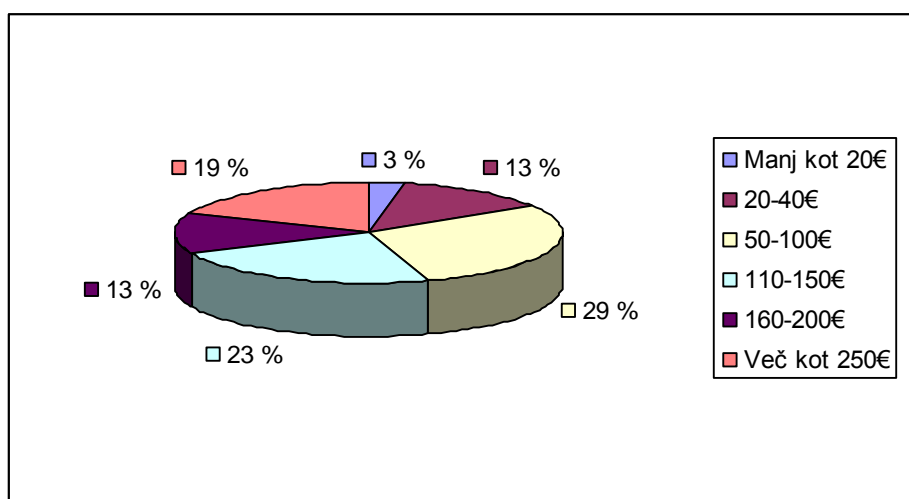
12. Koliko si pripravljen/-a odšteti za mobilni telefon?

Poslovno – komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
20-40 €	4	9
50-100 €	4	30
110-150 €	2	13
160-200 €	5	10
Več kot 250 €	5	5
Skupaj	24	76
I. Gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Manj kot 20 €	1	2
20-40 €	6	6
50-100 €	13	22
110-150 €	8	13
160-200 €	4	8
Več kot 250 €	7	10
Skupaj	39	61

Tabela 42: Prikaz odgovorov na 12. vprašanje



Graf 27: Koliko bi dijaki PKŠ odšteli za mobilni telefon



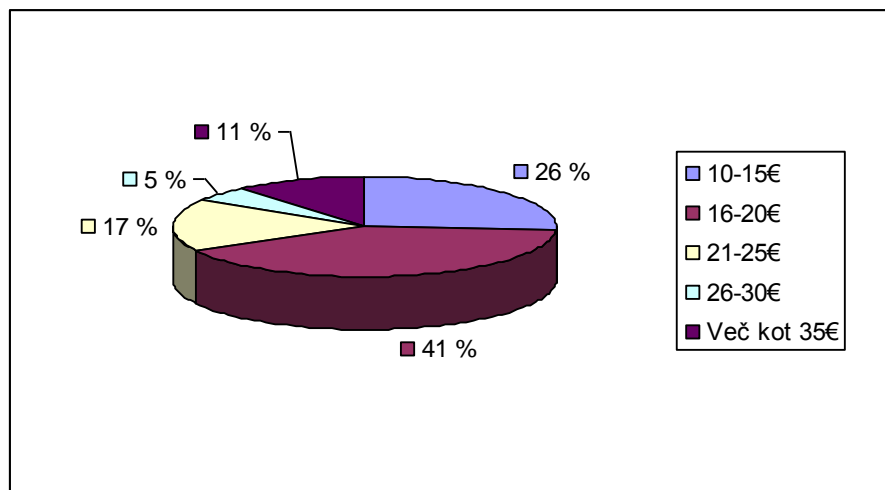
Graf 28: Koliko bi gimnazijci odšteli za mobilni telefon

Večinoma so dijaki pripravljani odšteti za mobilni telefon od 1 do 100 €, po tem pa lahko sklepamo, da sklenejo naročniško razmerje, le tako je mogoče kupiti mobilni telefon po nizki ceni. S to obvezo lahko pričakujejo nova tveganja. Poudarile bi, da je več dijakov iz Poslovno-komercialne šole, ki so za telefon pripravljani odšteti manj kot 20 €.

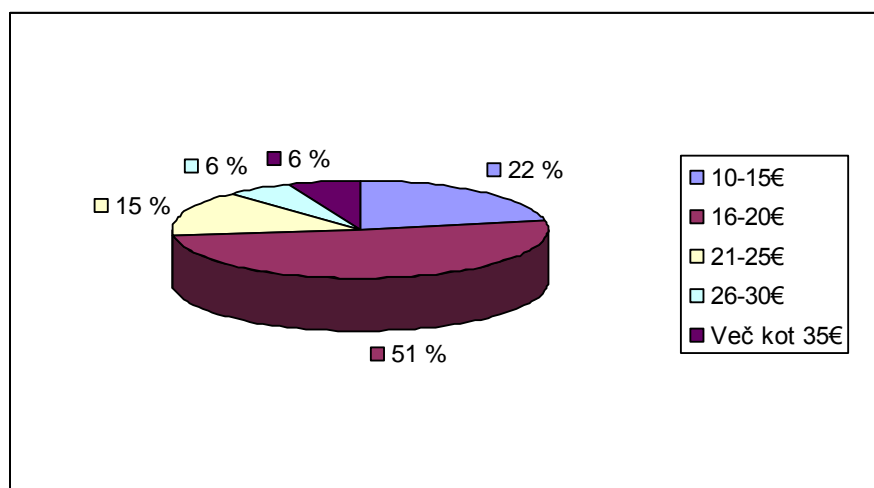
13. Koliko znašajo tvoji stroški mobilne telefonije na mesec?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
10-15 €	4	22
16-20 €	9	32
21-25 €	4	13
26-30 €	1	4
Več kot 35 €	6	5
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
10-15 €	10	12
16-20 €	22	29
21-25 €	5	10
10-15 €	1	5
Več kot 35 €	1	5
Skupaj	39	61

Tabela 43: Prikaz odgovorov na 13. vprašanje



Graf 29: Stroški mobilne telefonije na mesec pri dijakih PKŠ



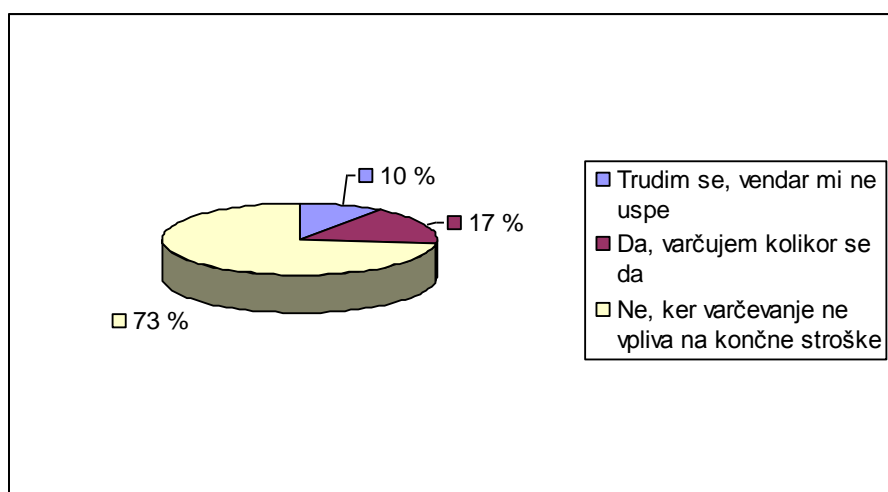
Graf 30: Stroški mobilne telefonije na mesec pri gimnazijcih

Anketiranci imajo v večini od 10-20 € stroškov na mesec, sklepamo, da so stroški stalni, saj jih večji del sklene naročniško razmerje, kjer se plačuje mesečna naročnina. Vsi tisti, ki imajo stroške več kot 35 € so verjetno prekoračili ponudbo paketa.

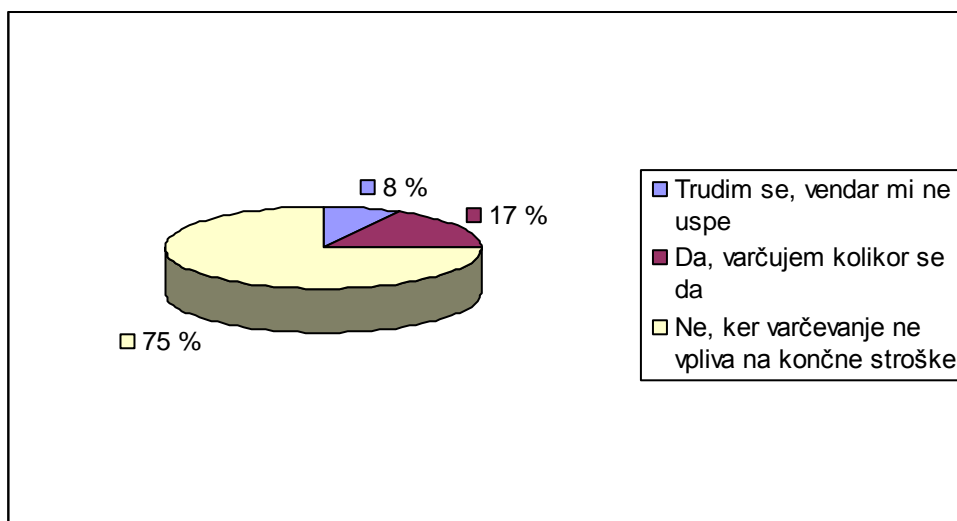
14. Ali v času gospodarske krize bolj varčuješ na področju mobilne telefonije?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Trudim se, vendar mi ne uspe	2	23
Da, varčujem, kolikor se da	4	23
Ne, ker varčevanje ne vpliva na končne stroške	18	30
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Trudim se, vendar mi ne uspe	4	6
Da, varčujem, kolikor se da	7	10
Ne, ker varčevanje ne vpliva na končne stroške	28	45
Skupaj	39	61

Tabela 44: Prikaz odgovorov na 14. vprašanje



Graf 31: Odnos dijakov PKŠ do varčevanja na področju mobilne telefonije



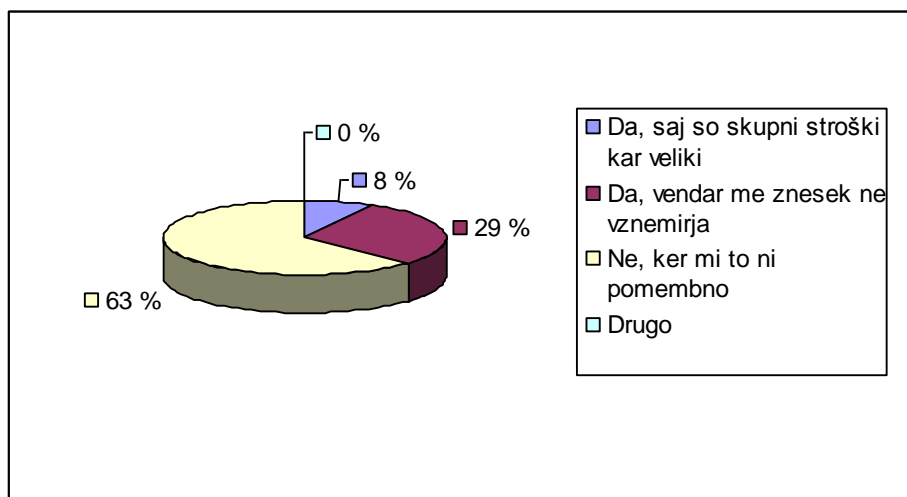
Graf 32: Odnos gimnazijcev do varčevanja na področju mobilne telefonije

Predvidevamo, da imajo dijaki sklenjeno naročniško razmerje s stalno mesečno naročnino, možno pa je prekoračiti te ugodnosti, nakar se storitve obračunavajo po redni tarifi. Presenetilo nas je, da se kar 17 % dijakov trudi, da bi imeli nizke stroške, vendar jim to ne uspe.

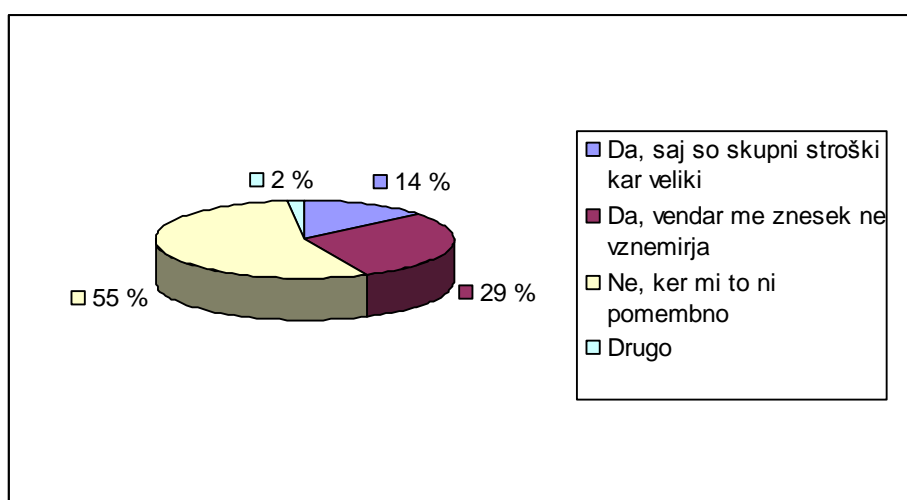
15. Si kdaj preračunal/-a, koliko stroškov mobilne telefonije imaš na letni ravni?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da, saj so skupni stroški kar veliki	2	13
Da, vendar me znesek ne vznemirja	7	9
Ne, ker mi to ni potrebno	15	54
Drugo	0	0
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da, saj so skupni stroški kar veliki	5	9
Da, vendar me znesek ne vznemirja	11	18
Ne, ker mi to ni potrebno	23	32
Drugo	0	2
Skupaj	39	61

Tabela 45: Prikaz odgovorov na 15. vprašanje



Graf 33: Preračunavanje stroškov na letni ravni pri dijakih PKŠ



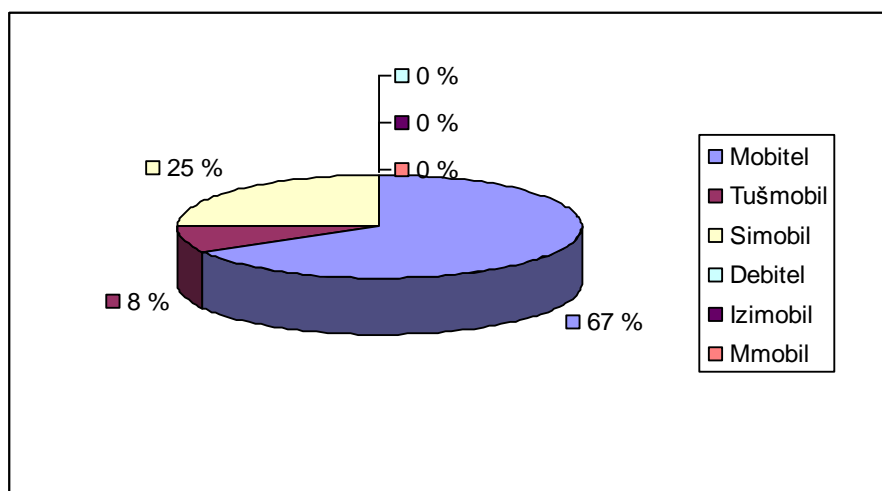
Graf 34: Preračunavanje stroškov na letni ravni pri gimnazijcih

Presenetil nas je odgovor, da dijakom stroški na letni ravni niso pomembni. Predvidevamo, da predvsem zato, ker so v večjem delu plačniki njihovi starši, tako da se dijaki s tem ne obremenjujejo. Menimo, da bi bili, če bi morali poravnati stroške s svojimi denarnimi sredstvi in bi razmislili, kaj vse bi si lahko privoščili za ta denar, bolj pozorni. Prav tako menimo, da si večina anketirancev stroške na letni ravni ne izračuna in torej ne ve, koliko znašajo.

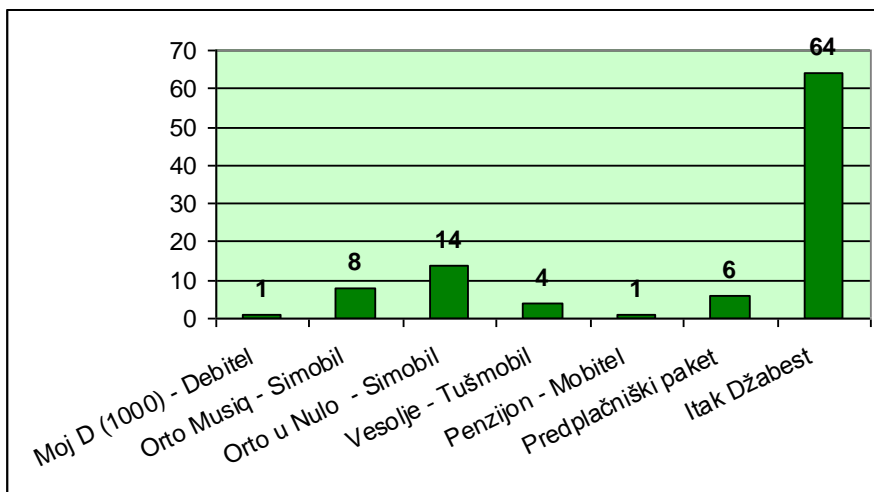
16. Uporabnik katerega mobilnega operaterja in paketa si? (Obkroži operaterja in navedi paket.)

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Mobitel	16	55
Tušmobil	2	2
Simobil	6	18
Debitel	0	1
Izimobil	0	0
Mmobil	0	0
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Mobitel	34	44
Tušmobil	0	4
Simobil	4	13
Debitel	0	0
Izimobil	0	0
Mmobil	1	0
Skupaj	39	61

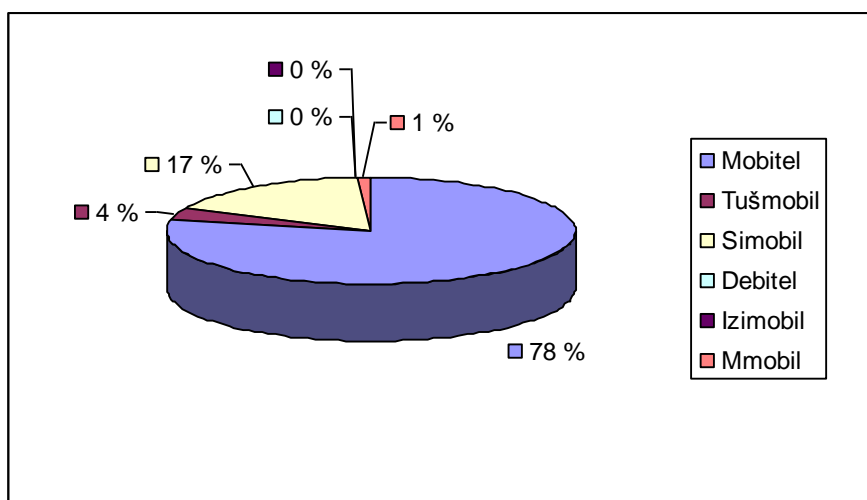
Tabela 46: Prikaz odgovorov na 16. vprašanje



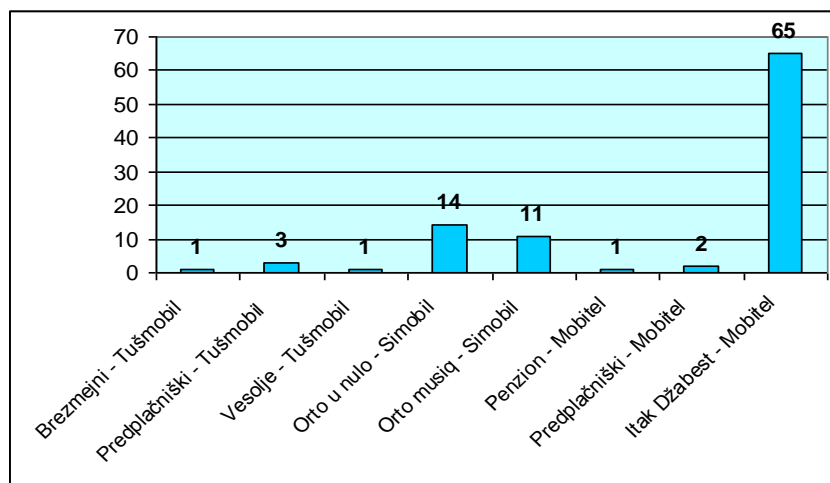
Graf 35: Uporaba mobilnih operaterjev pri dijakih PKŠ



Graf 35: Naročniški paketi, ki jih uporabljajo dijaki PKŠ



Graf 36: Uporaba mobilnih operaterjev pri gimnazijcih



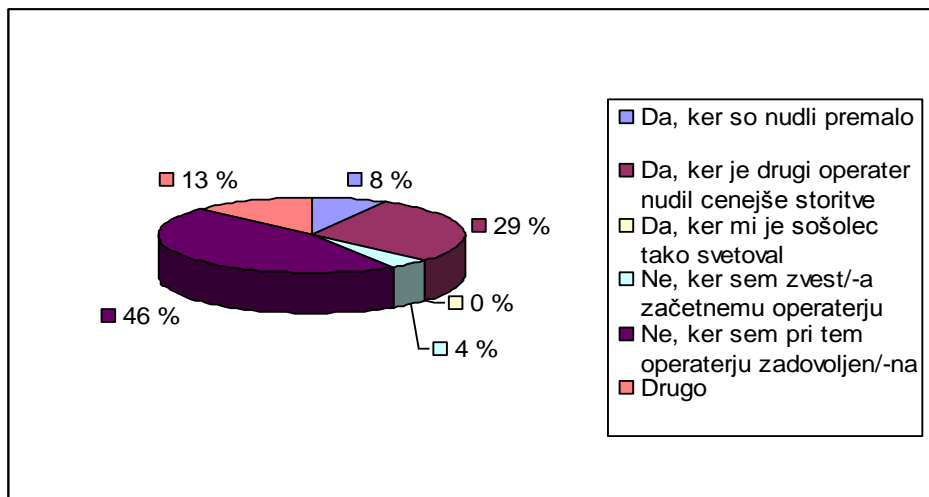
Graf 37: Naročniški paketi, ki jih uporabljajo gimnazijci

Najpogosteje izbran odgovor na to anketno vprašanje nas ni presenetil, saj je večina anketirancev izbralo Mobitel, ki je trenutno najmočnejši operater v Sloveniji. Ker ima večina dijakov izbrani paket Itak Džabest, predvidevamo, da je ta paket najugodnejši za najstnike. Takoj za Mobitelom so dijaki obkrožili Simobil in paket Orto u Nulo, ki predstavlja največjo konkurenco Mobitelu.

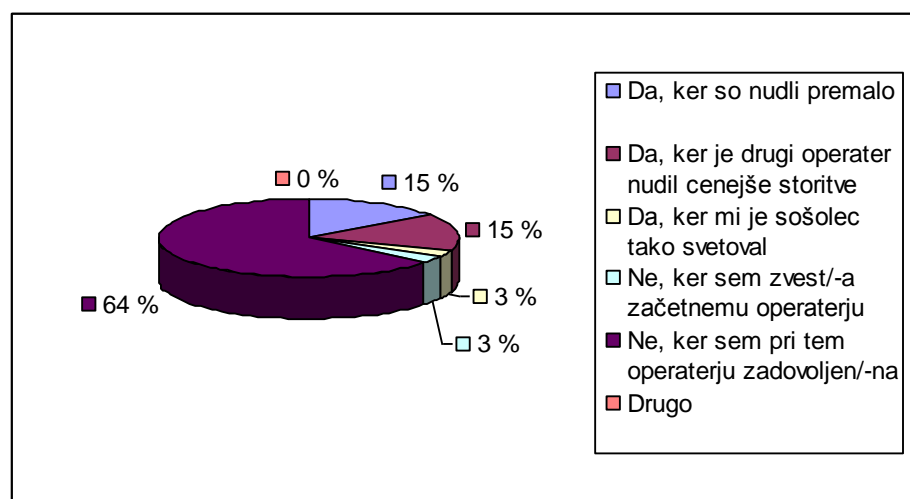
17. Si že kdaj zamenjal/-a operaterja in zakaj?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da, ker so nudili premalo	2	7
Da, ker je drugi operater nudil cenejše storitve	7	19
Da, ker mi je sošolec tako svetoval	0	0
Ne, ker sem zvest/-a začetnemu operaterju	1	14
Ne, ker sem pri tem operaterju zadovoljen/-a	11	34
Drugo	3	2
Skupaj	24	76
I. Gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da, ker so nudili premalo	6	5
Da, ker je drugi operater nudil cenejše storitve	6	15
Da, ker mi je sošolec tako svetoval	1	0
Ne, ker sem zvest/-a začetnemu operaterju	1	10
Ne, ker sem pri tem operaterju zadovoljen/-a	25	31
Drugo	0	0
Skupaj	39	61

Tabela 47: Prikaz odgovorov na 17. vprašanje



Graf 38: Zamenjava operaterja pri dijakih PKŠ



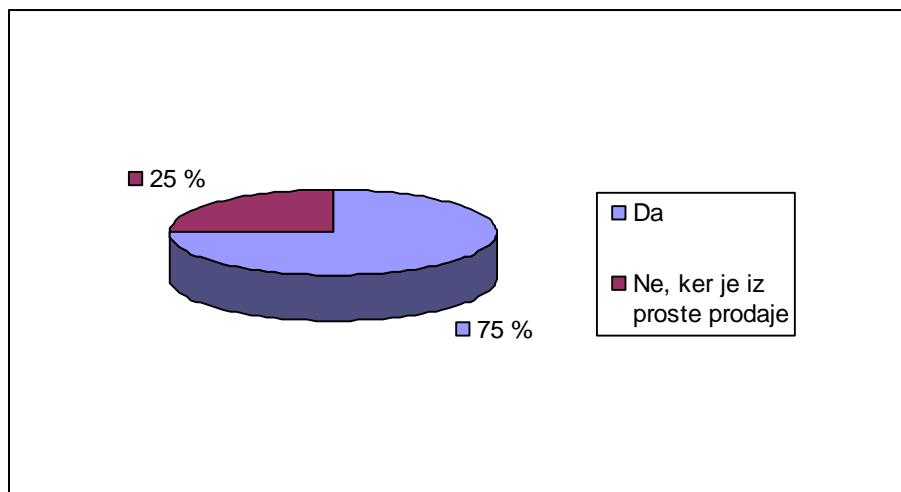
Graf 40: Zamenjava operaterja pri gimnazijcih

Ko smo povprašale po operaterjih, so bili tako dijaki PKŠ kot gimnazijci zelo enotni pri odgovorih in v večini odgovorili, da so zadovoljni s trenutnim operaterjem. Takoj za tem pa sledi odgovor b, kar pomeni, da bi jih ob izboljšanju paketa pri drugem operaterju večina prestopila. Menimo, da dijaki še vedno gledajo na ugodnosti paketov.

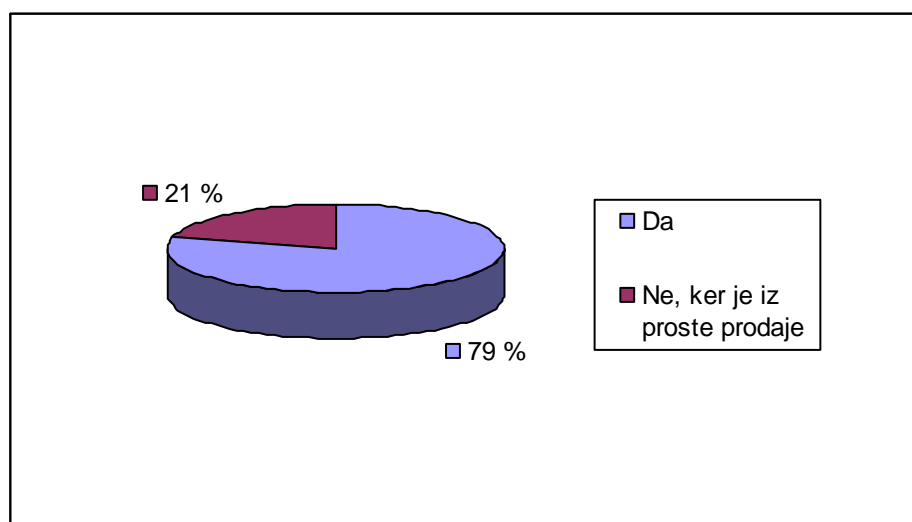
18. Ali imaš mobilni telefon vezan na naročniško razmerje?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da	18	52
Ne, ker je iz proste prodaje	6	24
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da	31	54
Ne, ker je iz proste prodaje	8	7
Skupaj	39	61

Tabela 48: Prikaz odgovorov na 18. vprašanje



Graf 39: Vezava mobilnega telefona na naročniško razmerje pri dijakih PKŠ



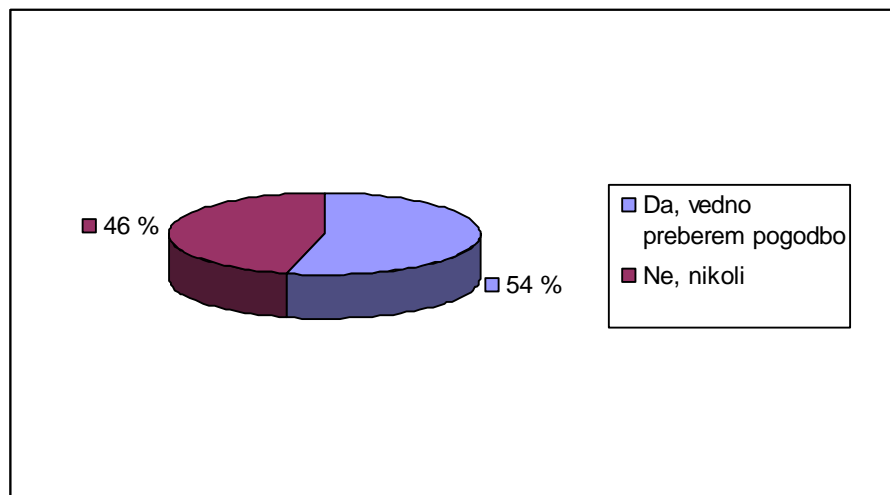
Graf 40: Vezava mobilnega telefona na naročniško razmerje pri gimnazijah

Večina dijakov ima mobilni telefon vezan na naročniško razmerje, kar nas ne preseneča, kajti mobilni telefoni izbranih paketov imajo zavajajoče nizke cene. Predvidevamo, da si dijaki mobilne telefone raje izbirajo po svojem okusu ne glede na ceno, ki pa lahko pri kakovostnejših telefonih krepko preraste ceno 100 €.

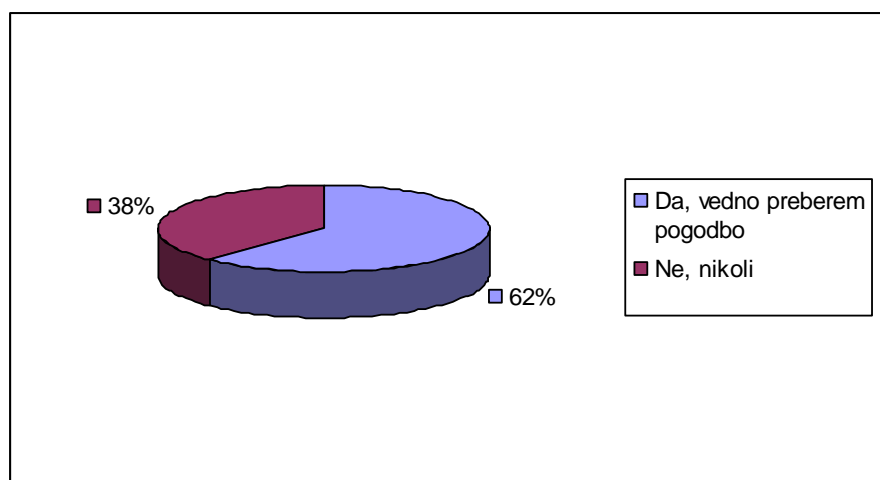
19. Si se ob sklenitvi naročniškega razmerja seznanil/-a z vsebino pogodbe oz. aneksa? (Odgovarjajo le uporabniki naročnine.)

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da, vedno preberem pogodbo	13	44
Ne, nikoli	11	32
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da, vedno preberem pogodbo	24	37
Ne nikoli	15	24
Skupaj	39	61

Tabela 49: Prikaz odgovorov na 19. vprašanje



Graf 41: Seznanjenost dijakov PKŠ s pogodbenimi obveznostmi



Graf 42: Seznanjenost gimnazijcev s pogodbenimi obveznostmi

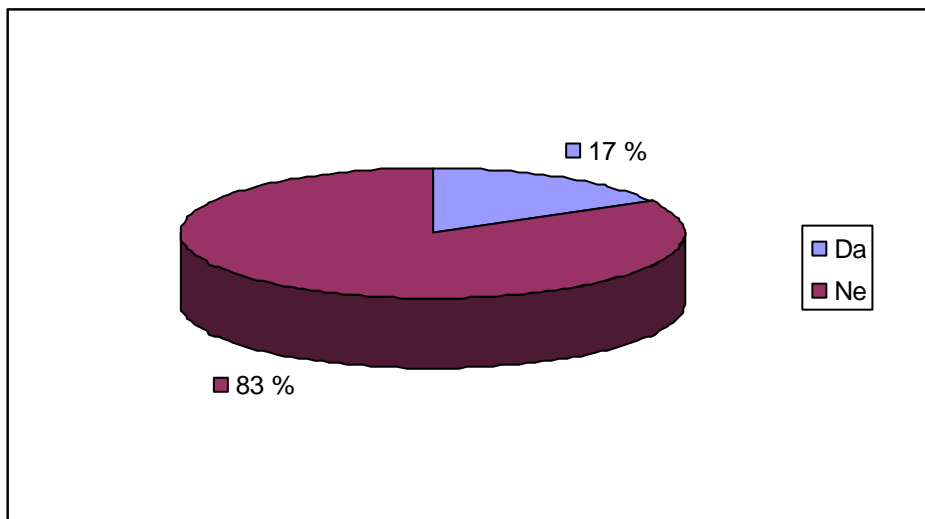
Na to vprašanje so odgovarjali le uporabniki naročnine. Odgovori so nas zelo presenetili, saj jih je več kot polovica odgovorila z DA, mladi pa dandanes nikoli ne preberemo pogodb, ki smo jih sklenili.

Pričakovale smo, da bo večina odgovorila z odgovorom b, saj kljub temu mislimo, da se pri podpisovanju pogodbe, ki je ključno za sklenitev, ne seznanimo z vsebino napisanega.

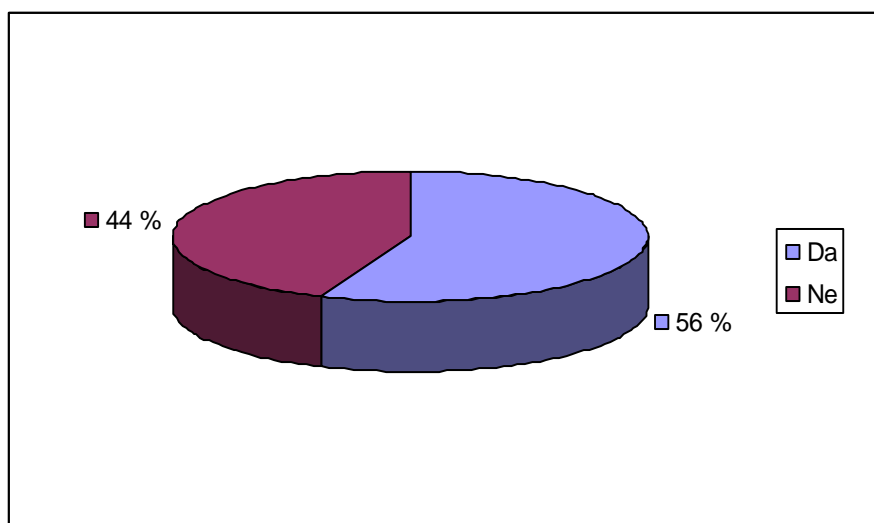
20. Si pripravljen/-a preživeti teden brez mobilnega telefona?

Poslovno-komercialna šola Celje		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da	4	17
Ne	20	59
Skupaj	24	76
I. gimnazija v Celju		
Možni odgovori	Št. odgovorov – M	Št. odgovorov – Ž
Da	22	34
Ne	17	27
Skupaj	39	61

Tabela 50: Prikaz odgovorov na 20. vprašanje



Graf 43: Pripravljenost dijakov PKŠ na teden brez mobilnega telefona



Graf 44: Pripravljenost gimnazijcev na teden brez mobilnega telefona

Del praktičnega dela raziskovalne je bil tudi teden brez mobilnega telefona, zato smo v anketi zastavile vprašanje, ali je kdo pripravljen preživeti teden brez telefona. Zelo so nas presenetili z odgovori gimnazijci, saj jih je več kot polovica pripravljenih preživeti teden brez mobilnega telefona.

Tako smo prišle do končnega rezultata, ki nas ni presenetil, saj smo predvidevale, da uporabljajo gimnazijci funkcionalne telefone, bolj skrbijo za recikliranje le-teh in so pripravljeni več odšteti zanje kot dijaki Poslovno-komercialne šole Celje, ki mobilne telefone uporabljajo pogosteje, pomemben pa jim je predvsem videz mobilnega telefona.

5.3 OPIS IZKUŠNJE – TEDEN BREZ MOBILNEGA TELEFONA

Pri tej nalogi smo imele velike težave, saj sta bili pripravljeni sodelovati le sošolka Petra in ena izmed raziskovalk. Za nesodelovanje so dijaki navajali mnogo razlogov, kar pa seveda kaže, da si brez mobilnega telefona praktično ne predstavljamo življenja in lahko rečemo, da je postal skoraj že dejansko nepogrešljiv.

Izkušnje Petre Ponjević, 4. c ET (PKŠ)

Preživeti teden brez mobilnega telefona je bila sprva zame težka odločitev, hkrati pa tudi preizkušnja, vendar zelo zanimiva.

Prednosti:

- Ob srečanju s prijatelji, znanci je bil pogovor daljši, zanimivejši, kot je sicer ponavadi,
- večja koncentracija in poslušnost v šoli,
- boljša organizacija za prihajajoči dan,
- učenje brez motenja klicev in SMS-sporočil.

Slabosti:

- Ker za prebujanje uporabljam le tisto budilko, ki je na mobilnem telefonu, sem si morala priskrbeti novo;
- ker bivam v dijaškem domu, bližnjim nisem imela priložnosti sporočiti, kakšno je bilo dogajanje v šoli, kako sem preživela dan in kdaj se vračam domov;
- dogovor s prijatelji je moral biti natančen, saj nisem imela možnosti sporočiti morebitno spremembo;
- ena od slabosti je bila tudi funkcija opomnik, saj hitro pozabim, katere stvari moram opraviti v dnevu;
- telefonske številke so mi delale preglavice, saj ne poznam skoraj nobene na pamet, ker imam vse shranjene v telefonskem imeniku.

Mislím, da je bila zame to dobra izkušnja, saj sem presegla svoja pričakovanja, sedaj vem, da bi lahko brez mobilnega telefona zdržala teden ali pa celo več.

Izkušnje Anite Kolaržik, 4. c ET (PKŠ)

Ta preizkušnja je po mojem mnenju zelo dobra, kljub temu da je na prvi pogled verjetno v današnjem času za marsikoga malo zastrašujoča. Poleg tega je tudi zanimiva, sprva misliš le, kako boš sedaj koga poklical, vendar je potrebno pomisliti na čas naših dedkov in babic, ki mobilnih telefonov sploh niso poznali. Teden je potekal brez večjih težav, malo več sem uporabljala računalnik za navezovanje in ohranjanje stikov, poleg tega sem se s prijatelji in domačimi bolj natančno dogovorila različne stvari, kar se prej nisem, saj sem lahko kadar koli poklicala, sedaj pa sem se morala znajti na drugačen način. Malo sem pogrešala tudi glasbo, ki jo večkrat poslušam preko mobilnega telefona.

Prednosti:

- Prihranek denarja,
- pri učenju sem bila bolj zbrana, saj me ni nič motilo, medtem ko je ponavadi pogosto kakšen klic ali SMS in mi vzame nekaj časa
- nisem po nepotrebem uporabljala mobilnega telefona.

Slabosti:

- Morala sem uporabljati drugo budilko,
- s sabo sem nosila uro, ki jo imam drugače na mobilnem telefonu,
- nisem mogla sporočiti spremembo ure prihoda domov in se dogovoriti z inštruktorjem vožnje za ure.

6 OVREDNOTENJE HIPOTEZ

H 1: Prvi mobilni telefon je nastal po letu 1970.

Prvi mobilni telefon je leta 1978 izumil Martin Cooper, direktor podjetja Array Comm. Podoben je bil zidaku in je deloval na celični sistem.

Hipoteza je potrjena.

H 2: Prvi mobilno omrežje v Sloveniji je bil Mobitel.

Mobitel je bil ustanovljen leta 1991, do tedaj pa še ni bilo nobenega drugega mobilnega operaterja, tako da je postal prvi slovenski mobilni operater.

Hipoteza je potrjena.

H 3: Več kot 50 % anketirancev je zvesto določeni blagovni znamki.

Na vprašanje »Ali ostajaš zvest določeni blagovni znamki mobilnih telefonov?« je v skupnem povprečju odgovorilo pritrdilno le 40 % anketirancev. Kljub temu pa še ostaja največja zvestoba blagovni znamki Nokia.

Hipoteza je ovržena.

H 4: Več kot 40 % anketiranih dijakov je uporabnikov omrežja Mobitel.

Med anketiranci Poslovno-komercialne šole Celje ter I. gimnazije v Celju uporablja omrežje Mobitel v povprečju kar 73 % dijakov. Mobitel tako ostaja vodilni operater.

Hipoteza je potrjena.

H 5: Dijaki Poslovno-komercialne šole Celje uporabljajo mobilni telefon pogosteje kot dijaki I. gimnazije v Celju.

Po odgovorih na vprašanji »Koliko SMS-sporočil pošlješ dnevno?« in »Koliko pogovornih minut dnevno porabiš?« ugotavljamo, da dijaki Poslovno-komercialne šole porabijo dnevno več minut, in sicer v poprečju za 20 % več. Ena četrtnina dijakov Poslovno – komercialne šole Celje pa pošlje dnevno nad 41- SMS- sporočil.

Hipoteza je potrjena.

H 6: Več kot 70 % anketirancem plačujejo stroške mobilne telefonije starši.

58% dijakom Poslovno-komercialne šole Celje plačujejo stroške starši, kar je več kot polovica, gimnazijcem pa kar 84 %. Povprečje torej znaša 65 %.

Hipoteza je ovržena.

H 7: Več kot 70 % dijakov ima mobilni telefon vezan na naročniško razmerje.

Ugotavljamo, da ima kar 77 % dijakov vezan mobilni telefon na naročniško razmerje. Mladim je v interesu pridobiti čim bolj kakovosten mobilni telefon za čim nižjo ceno.

Hipoteza je potrjena.

H 8: 90 % anketiranih ne prebere sklenitvene pogodbe naročniškega razmerja.

Ugotovile smo, da kljub našemu prepričanju kar 58 % dijakov zatrjuje, da se seznanijo s pogodbenimi obveznostmi.

Hipoteza je ovržena.

H 10: Vsaj 30 % dijakom se zdi pomembno preračunati stroške mobilne telefonije na leto.

Kar 60 % anketiranim dijakom ni pomembno preračunati stroškov na leto. To je najverjetneje posledica plačevanja storitev njihovih staršev.

Hipoteza je potrjena.

H 11: 80 % dijakov ni pripravljena preživeti teden brez mobilnega telefona.

Dijaki Poslovno-komercialne šole Celje prevladujejo, saj jih je kar za kar 27 % manj pripravljeno preživeti teden brez mobilnega telefona kot pa dijakov I. gimnazije v Celju. V povprečju je to 70 %.

Hipoteza je ovržena.

7 ZAKLJUČEK

Tema *Mobilna telefonija med mladimi – itak* je v nas vzbudila veliko zanimanja, saj se vsak dan sporazumevamo z mobilnimi telefoni in so skoraj nepogrešljivi.

V tej raziskovalni nalogi smo se odločile zajeti vse mobilne operaterje in njihova zavajajoča oglaševanja, ki vplivajo na mladostnikovo izbiro operaterja. Pri tem so se nam porodila vprašanja, zakaj mladostniki zamenjajo svoj mobilni telefon, v kakšne namene ga uporabljajo, kdaj so ga prvič začeli uporabljati, koliko so pripravljeni odšteti za njega, kdo so plačniki mobilnih storitev in če so bolj varčni v času gospodarske krize.

Če primerjamo današnji in prvi mobilni telefon, ugotovimo, da se je v kratkem času zelo spremenil. Čeprav nam telefona včasih ne bi bilo potrebno zamenjati, saj je zagotovo še uporaben, se lahko zamislimo, da nas operaterji skušajo zavajati z oglaševanjem vedno novejših modnih trendov, ki pa so le začasni. Tako mesečno na trg prihajajo vse novejši in lepši telefoni in se jim težko upremo.

Anketne vprašalnike smo razdelile dijakom dveh različnih šol; Poslovno-komercialne šole Celje in I. gimnazije v Celju. Ker je uporaba mobilnega telefona aktualna, so anketiranci na anketo odgovarjali z zanimanjem.

Rezultati anket so nas pripeljali do naslednjih ugotovitev:

- Med dijaki obeh šol ostaja Mobitel vodilni operater, kot prvi se je pojavil pri nas, pa tudi zaradi načina svojega marketinškega pristopa, ki je blizu mlajši populaciji.
- Dijaki niso zvesti določeni blagovni znamki, vendar delež dijakov ostaja zvest blagovni znamki Nokia.
- Zaradi cenejšega nakupa in kakovostnega mobitela se večina dijakov odloča za naročniško razmerje, ki ga večini dijakom plačujejo starši.
- Presenetljivo je tudi, da več kot polovica dijakov prebere pogodbo ob sklenitvi naročniškega razmerja.
- Kljub temu da je v anketi manj kot polovica dijakov navedla, da je pripravljena preživeti teden dni brez telefona, nam je uspelo pridobiti samo dva dijaka, ki sta bila pripravljena preživeti teden dni brez mobilnega telefona.

Vsa ugotovljena dejstva kažejo na veliko mero odvisnosti dijakov od uporabe mobilnega telefona. Po vseh ugotovitvah smo prišle do spoznanja, da dijaki veliko časa porabijo za sledenje novih trendov, napredkov in novosti na področju mobilnih telefonov. Vsakodnevna in pretirana uporaba le-teh se odraža na naših medosebnih odnosih, izgublja se pristen stik in druženje mladih, saj njihovo sporazumevanje v večini poteka preko informacijsko-telemonunikacijske tehnologije. V ospredje vse bolj vstopata individualizem in egoizem mladih, zamirata pa solidarnost in skrb za skupne interese ter družbene vrednote.

8 VIRI

8.1 PISNI VIRI

- MARŠIČ, Mateja. 2009. Razvoj trga mobilne telefonije v Sloveniji in model za izbiro mobilnega operaterja za mlade: diplomsko delo univerzitetnega programa. Ljubljana: Fakulteta za upravo
- FINNISTON, Sir Monty in TREVOR I. 1997. Enciklopedija izumov in tehnologija. DZS. Ljubljana. (328-9)
- PLATT R. 2005. Komunikacija od hieroglifov do hiperpovezav. Pomurska založba
- MOBITEL D. D. 2010. Splošni pogoji uporabe GD 1. 10., 26. 2. 2010, (19).
- MOBITEL D. D. 2010. Mobitelovi naročniški paketi in ugodnosti GB 72. 1., 1. 2. 2010. Tisk: Čukgraf
- MOBITEL D. D. 2010. Mobitelove dodatne storitve GB 02.62., 1. 7. 2010.

8.2 ELEKTRONSKI VIRI

- Spletne strani Mobitel. 2010. {Povzeto dne 7. nov. 2010}. Dostopno na naslovu: <http://www.mobitel.si/>
- Spletne strani Simobil. 2010. {Povzeto dne 9. nov. 2010}. Dostopno na naslovu: <http://www.simobil.si/>
- Spletne strani Mmobil. 2010. {Povzeto dne 9. nov. 2010}. Dostopno na naslovu: <http://www.mobil.si/>
- Spletne strani Tušmobil. 2010. {Povzeto dne 21. nov. 2010}. Dostopno na naslovu: <http://www.tusmobil.si/>
- Spletne strani Debitel. 2010. {Povzeto dne 4. dec. 2010}. Dostopno na naslovu: <http://www.debitel.si/>
- Spletne strani Izimobil. 2010. {Povzeto dne 5. dec. 2010}. Dostopno na naslovu: <http://www.izimobil.si/>
- Spletne strani Uporabna stran. 2010. {Povzeto dne 8. dec. 2010}. Dostopno na naslovu: <http://www.uporabnastran.si/>

8.3 USTNI VIRI

- Krajan Dragatuša

9 PRILOGA

ANKETNI VPRAŠALNIK

Smo Klara Cene, Taja Korbar in Anita Kolaržik, dijakinje 4. C-razreda Poslovno – komercialne šole in pod vodstvom mentorice Lucije Zidanski izdelujemo raziskovalno nalogo **Mobilna telefonija med mladimi – itak**. Anketa je anonimna, zato Te prosimo, da nam z izpolnitvijo omogočiš realizacijo naše raziskovalne naloge ter odgovorite iskreno. Rezultati te ankete bodo uporabljeni izključno v namen naloge.

SPOL M Ž (obkroži)

STAROST _____ let

1. Pri kateri starosti si pričel/-a uporabljati svoj prvi mobilni telefon?

- a) 7 let ali prej
- b) 8 – 10 let
- c) 11 – 14 let
- d) 15 – 20 let
- e) Nimam mobilnega telefona.

2. Koliko mobilnih telefonov si že zamenjal/-a?

- a) Nobenega.
- b) Enega.
- c) Dva.
- d) Tri.
- e) Pet in več.

3. Na koliko časa zamenjaš mobilni telefon?

- a) Na pol leta.
- b) Na eno leto.
- c) Na dve leti.
- d) Dokler se ne pokvari.

4. Zakaj zamenjaš mobilni telefon?

- a) Ker se na tržišču pojavijo novi, modernejši telefoni.
- b) Ker se je sedanji mobilni telefon pokvaril.
- c) Ker sem se ga že naveličal/-a.
- d) Ker je že zastarel.
- e) Drugo: _____.

5. Ali mobilne telefone, ki jih ne uporabljaš več, vrneš v primerna zbirna mesta?

- a) Da, ker skrbim za okolje.
- b) Ne, ker ne vem, kje se zbirna mesta nahajajo.
- c) Ne, ker ga prodam naprej.

6. Ali ostajaš zvest določeni blagovni znamki mobilnih telefonov?

- a) Da.
 - b) Ne.
- Če si odgovoril/-a z **da**, navedi kateri: _____.

7. Za kaj najpogosteje uporabljaš mobilni telefon? (Mogočih je več odgovorov.)

- a) Za SMS- in MMS-sporočila.
- b) Za igranje iger.
- c) Za pogovore s prijatelji.
- d) Za fotografiranje.
- e) Za brskanje po internetu.
- f) Za poslušanje glasbe.

**8. Katere funkcije mobilnega telefona so zate pomembne?
(Razvrsti jih od 1 do 5, 1 pomeni najpomembnejše.)**

- a) Videz _____

10. Koliko pogovornih minut dnevno porabiš?

- a) 5 min in manj.
- b) 6 – 10 min.
- c) 11 – 30 min.
- d) 31 – 60 min.
- e) Več kot 1h.

11. Kdo je plačnik tvojih mobilnih storitev?

- a) Plačam si s štipendijo ali svojim zaslužkom.
- b) Plačam z žepnino.
- c) Plačniki so moji starši.
- d) Drugo _____.

12. Koliko si pripravljen/-a odšteti za mobilni telefon?

- a) Manj kot 20 €.
- b) 20 € – 40 €.
- c) 50 € – 100 €.
- d) 110 € – 150 €.
- e) 160 € – 200 €.
- f) Več kot 250€.

13. Koliko znašajo tvoji stroški mobilne telefonije na mesec?

- a) 10 € – 15 €.
- b) 16 € – 20 €.
- c) 21 € – 25 €.
- d) 26 € – 30 €.
- e) Več kot 35 €.

14. Ali v času gospodarske krize bolj varčuješ na področju mobilne telefonije?

- a) Trudim se, vendar mi ne uspe.
- b) Da, varčujem kolikor se da.
- c) Ne, ker varčevanje ne vpliva na končne stroške.

15. Si kdaj preračunal/-a, koliko stroškov mobilne telefonije imaš na letni ravni?

- a) Da, saj so skupni stroški kar veliki.
- b) Da, vendar me znesek ne vznemirja.

c) Ne, ker mi to ni pomembno.

d) Drugo _____.

16. Uporabnik katerega mobilnega operaterja in paketa si? (Obkroži operaterja in navedi paket.)

a) Mobitel _____.

b) Tušmobil _____.

c) Si.mobil _____.

d) Debitel _____.

e) Izimobil _____.

f) Mmobil _____.

17. Si že kdaj zamenjal operaterja in zakaj?

a) Da, ker so nudili premalo.

b) Da, ker je drugi operater nudil cenejše storitve.

c) Da, ker mi je sošolec tako svetoval.

d) Ne, ker sem zvest/-a začetnemu operaterju.

e) Ne, ker sem pri tem operaterju zadovoljen/-a.

f) Drugo _____.

18. Ali imaš mobilni telefon vezan na naročniško razmerje?

a) Da.

b) Ne, ker je iz proste prodaje.

19. Si se ob sklenitvi naročniškega razmerja seznanil/-a z vsebino pogodbe oz. aneksa? (Odgovarjajo le uporabniki naročnine.)

a) Da, vedno preberem pogodbo.

b) Ne, nikoli.

20. Si pripravljen/-a preživeti teden brez telefona?

a) Da.

b) Ne.

Za sodelovanje se Ti zahvaljujemo.